

Pressemitteilung

13. Dezember 2021

Neonyt approved: Mode – auf ökologische und soziale Nachhaltigkeit geprüft

Laura Schönhardt
Tel. +49 69 75 75-57 11
laura.schoenhardt@messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com
www.neonyt.com

Wiedersehen für die Fair Fashion-Community: Vom 18. bis 20. Januar 2022 kommt die Branche endlich wieder physisch auf der Neonyt zusammen, erstmals im Rahmen der Frankfurt Fashion Week. Mit *Neonyt approved*, dem eigenen Neonyt-spezifischen Icon, das den erfolgreichen Sustainability-Check von Brands signalisiert, ist auf den ersten Blick sichtbar, dass die ausstellenden Brands der Neonyt den sozialen und ökologischen Anforderungen in Punkto Nachhaltigkeit gerecht werden.

Nachhaltig durch und durch – eine Regel, die für auf der Neonyt ausstellende Labels seit jeher gilt. Um das sicherzustellen, durchlaufen alle Brands schon immer einen umfassenden Sustainability-Check und werden modisch kuratiert, bevor ihre Teilnahme bestätigt wird – sie sind somit *Neonyt approved*. Besucher*innen der Neonyt können sich sicher sein, dass sie authentische Kollektionen und modische Nachhaltigkeit vorfinden. Konkret bedeutet das: Vor der Zulassung füllen alle interessierten Labels und Brands einen mehrseitigen Fragebogen aus, in dem spezifische Angaben zu ihrem ökologischen und sozialen Engagement abgefragt werden. Diese können sie durch Zertifikate wie Bluesign, GOTS, Fair Trade oder Oeko-Tex, die Beteiligung an Multi-Stakeholder*innen-Programmen, ihren Code-of-Conducts, Angaben zu dem CO₂- und Waterfootprint, Informationen zur Liefer- und Wertschöpfungskette und Auskunft zu Ressourceneffizienz oder innovativen Produktionszyklen nachweisen. Nachhaltigkeit garantiert: Nur Labels, die mindestens 70 Prozent der Anforderungen erfüllen, sind *Neonyt approved* und dürfen auf der Tradeshow ausstellen. So wird glaubwürdiger und echter Wandel der Branche transparent gezeigt und für alle Messebesucher*innen – Agenturen, Einkäufer*innen, Händler*innen, Marketing- und CSR-Verantwortliche, Wirtschaftsjournalist*innen und Moderedakteur*innen – erlebbar gemacht.

Mehr als 150 Labels werden unter 2G+-Bedingungen vom 18. bis 20. Januar 2022 auf der ersten Neonyt in Frankfurt am Main ausstellen. Sie gehören zu den Vorreiter*innen in Sachen Nachhaltigkeit und Mode, stehen für Innovation und die Transformation der Branche. Die Neonyt ist damit die international führende Tradingplattform und für den Retail der zentrale Ort, um handelsrelevante Marken aus dem nachhaltigen Clothing- und Accessoires-Bereich zu ordern. Neonyt Aussteller*innen sind somit diejenigen Modelabels, die mit ihren Produkten, Konzepten,

Messe Frankfurt Exhibition GmbH
Ludwig-Erhard-Anlage 1
60327 Frankfurt am Main

und Unternehmensstrategien besonders weit vorne sind und den Weg zu einer nachhaltigeren Fashion-Branche maßgeblich mitgestalten.

Detto Fatto

Verantwortung übernehmen für die Gegenwart und die Zukunft: Bay City ist einer der führenden europäischen Dienstleister in der Textilindustrie, der nahezu alle Bereiche abdeckt, die es für eine moderne und zukunftsfähige Beschaffungskette braucht – von Design und Produktentwicklung über Einkauf und Produktion bis hin zu Logistik und Services. Zertifizierte Nachhaltigkeit wird durch verschiedene Siegel gewährleistet. Neben Öko-Tex, GOTS oder Made in Green gehört mittlerweile auch der Grüne Knopf zu den Nachhaltigkeits-Siegeln für zahlreiche Produkte von Bay City. Besonders fortschrittlich: Unter der Bay City-Eigenmarke „Detto Fatto“ wird die erste Cradle-to-Cradle-Kollektion lanciert – für eine noch zukunftsfähigere Branche.

www.bay-city.de

Greenbomb

Ein grüner Faden vom Rohstoff bis zum fertigen Textil: Soziale Standards, Klimaschutz und Nachhaltigkeit gehören zum Markenkern von Greenbomb. Dies sicherzustellen, gelingt unter anderem mit GOTS-Zertifizierung, enger Zusammenarbeit mit der Manufaktur in der Türkei und der Verwendung natürlicher Materialien wie Bio-Baumwolle, TENCEL™ oder LENZING™ Ecovero. Für eine vollends transparente Lieferkette ist Greenbomb eine Zusammenarbeit mit dem Start-up retraced eingegangen – so wird jedes Kollektionsteil vollständig rückverfolgbar.

www.greenbomb.de

Like a Bird

Verantwortung übernehmen für Mensch und Umwelt: Like a Bird orientiert sich an der Triple Bottom Line, die Nachhaltigkeit als unternehmerischen Einklang von Ökologie, Ökonomie und Sozialem definiert. Regionale Kooperationen sind Gründerin Tanja Kliewe-Meyer ein besonderes Anliegen – zum Beispiel, um den lokalen Handel in Sachen Nachhaltigkeit fit zu machen. Innovationen spielen zudem eine zentrale Rolle bei Like a Bird – so werden unter anderem Kleidungsstücke aus Rosenviskose, Kaffeekarbon und Ingwer-Faser angeboten. Die Kollektionen bestehen aus hochwertigen, nachhaltig zertifizierten Stoffen – entweder biodegradable, recycled oder recyclable.

www.like-a-bird.de

Mila Vert

Gut für die Umwelt, gut für den Körper: Nachhaltige Styles, organische Materialien und höchste Qualität – das sind die Ansprüche, die Designerin Mila Vert an die Kollektionen ihres slovenischen Labels hat. Dort werden die Produkte auch hergestellt – so können Transparenz, Rückverfolgbarkeit, sichere Arbeitsplätze und faire Löhne für alle Beteiligten gewährleistet werden. Dazu ist jedes Teil zu 100 Prozent cruelty-free und PETA-approved vegan und kommt ohne jegliche Form von Plastik aus. Made to order: So kann Verschwendung

Neonyt
Fashion, Sustainability and Innovation
Frankfurt am Main, Frankfurt am Main,
18. bis 20. Januar 2022

entgegengewirkt werden, außerdem ermöglicht das Prinzip auch Maßanfertigungen nach den eigenen Wünschen.

www.www.milavert.com

Rifò

Kleidung ihren Wert zurückgeben: Das italienische Label Rifò nutzt für seine Kollektion hauptsächlich recycelte Garne. Dafür sammelt das Unternehmen alte Kleidungsstücke aus Wolle, Jeans oder Kaschmir und verwandelt sie in neue, zeitlose Pieces. Kund*innen können alte Kleidung direkt bei dem Label einsenden und bekommen dafür einen Gutschein vom Shop. 92 Prozent der verwendeten Fasern von Rifò sind recycelt – 2020 konnte die Brand so 3.738 Tonnen recycelte Textilmaterialien nutzen. Zukünftig zero-waste: Ziel ist es, schon bald alle Textilreste in der Herstellung so zu nutzen, dass bei der Produktion gar kein textiler Müll mehr entsteht.

www.rifo-lab.com/de/pages/raccolta-cashmere-lana

SOMWR

Zehn x klimapositiv: Das Kieler Label SOMWR pflanzt für jedes verkaufte Kleidungsstück Mangrovenbäume in Myanmar – damit gleicht es die entstandenen Emissionen gleich zehnfach aus. Obendrauf entsorgt die Brand Plastikmüll von Stränden in Thailand. Die Teile von SOMWR bestehen zu 100 Prozent aus Biobaumwolle und sind GOTS-zertifiziert. Hergestellt wird die Kollektion fair und transparent in Thailand – unter strenger Einhaltung von Sozialstandards.

www.somwr.com

Die Vorfreude ist bereits jetzt riesig: Vom 18. bis 20. Januar wird die Neonyt zum ersten Mal seit der Corona-bedingten Zwangspause während der Frankfurt Fashion Week ausgetragen und ihre gesamte Cross Sector-Community in der Metropole am Main zusammenbringen – damit Corona-konforme Bedingungen für alle Aussteller*innen und Besucher*innen gewährleistet werden können, wird die Tradeshow im Januar 2022 unter 2G+ Regeln ausgerichtet. Alle Teilnehmer*innen müssen vollständig geimpft oder kürzlich genesen sein sowie einen tagesaktuellen negativen Schnelltest vorweisen können.

Presseinformationen & Bildmaterial:

www.neonyt.com/presse

Ins Netz gegangen:

Instagram: [instagram.com/neonyt.fashion](https://www.instagram.com/neonyt.fashion)

Facebook: [facebook.com/Neonyt.fashion](https://www.facebook.com/Neonyt.fashion)

LinkedIn: [linkedin.com/showcase/neonyt/](https://www.linkedin.com/showcase/neonyt/)

YouTube: [youtube.com/c/NeonytFashion](https://www.youtube.com/c/NeonytFashion)

Kontakt Presse:

KERN.

Tel: +49 69 65 00 88 65

E-Mail: presse@kern.consulting

Neonyt
Fashion, Sustainability and Innovation
Frankfurt am Main, Frankfurt am Main,
18. bis 20. Januar 2022

Die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt ist die weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalterin mit eigenem Gelände. Zum Konzern gehören rund 2.300* Mitarbeitende im Stammhaus in Frankfurt am Main und in 30 Tochtergesellschaften weltweit. Das Unternehmen hat im Jahr 2021 zum zweiten Mal in Folge mit den Herausforderungen der Pandemie zu kämpfen. Der Jahresumsatz wird rund 140* Millionen Euro betragen, nachdem vor der Pandemie im Jahr 2019 noch mit einem Konzernumsatz von 736 Millionen Euro abgeschlossen werden konnte. Auch in den schwierigen Zeiten der Corona-Pandemie sind wir mit unseren Branchen international vernetzt. Die Geschäftsinteressen unserer Kund*innen unterstützen wir effizient im Rahmen unserer Geschäftsfelder „Fairs & Events“, „Locations“ und „Services“. Ein wesentliches Alleinstellungsmerkmal der Unternehmensgruppe ist das globale Vertriebsnetz, das engmaschig alle Weltregionen abdeckt. Unser umfassendes Dienstleistungsangebot – onsite und online – gewährleistet Kund*innen weltweit eine gleichbleibend hohe Qualität und Flexibilität bei der Planung, Organisation und Durchführung ihrer Veranstaltung. Unsere digitale Expertise bauen wir um neue Geschäftsmodelle aus. Die Servicepalette reicht von der Geländevermietung über Messebau und Marketingdienstleistungen bis hin zu Personaldienstleistungen und Gastronomie. Hauptsitz des Unternehmens ist Frankfurt am Main. Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent.

Weitere Informationen: www.messefrankfurt.com

* vorläufige Kennzahlen 2021

Neonyt
Fashion, Sustainability and Innovation
Frankfurt am Main, Frankfurt am Main,
18. bis 20. Januar 2022