

Pressemitteilung

Januar 2021

Mode und Nachhaltigkeit im Zeichen der Pandemie – das Programm der digitalen „Neonyt on Air“ 2021

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

Vom 18. bis 22. Januar 2021 geht das digitale Community-Format „Neonyt on Air“ in die zweite Runde. Neben den „Presenting Partners“ Grüner Knopf, Hessnatur und Oeko-Tex diskutieren Fashion-, Digital- und Lifestyle-Expertinnen und Experten über mehr Transparenz in der Textil- und Modebranche. Auch Persönlichkeiten aus Politik, IT und Finanzwesen geben wichtigen Input zu nachhaltigen Innovationen.

Geballte Community-Power – keinem geringeren Anspruch folgt die zweite digitale Ausgabe diesen Januar: ein Dutzend Keynotes, Interviews und Panel Discussions, mehr als zwanzig nationale und internationale Speakerinnen und Speaker, branchenübergreifende Insights und Austausch mit Mehrwert. Ganz oben auf der Agenda steht dabei das Thema Transparenz. Angefangen bei der Rohstoff- und Materialauswahl über die Produktion und den Vertrieb bis hin zum Endprodukt – der Weg, den ein Kleidungsstück zurücklegt und die ökologischen, ökonomischen und gesellschaftlichen Voraussetzungen, unter denen es hergestellt wird, sind Thema Nummer eins während Neonyt on Air.

Die Corona-Krise hat noch deutlicher aufgezeigt, an welchen Stellschrauben nachjustiert werden muss, um die Textil- und Modebranche zukunftsfähig und vor allem nachhaltig zu gestalten. „Gerade in Krisenzeiten kommt es auf Solidarität und Verantwortung an – auch gegenüber den Menschen, die unsere Kleidung herstellen“, sagt Bundesentwicklungsminister Dr. Gerd Müller. „Ich freue mich, dass die Neonyt on Air Expertinnen und Experten die Möglichkeit gibt, sich zu Lösungsansätzen für nachhaltige Textil-Lieferketten auszutauschen. Denn die Krise zeigt: Nachhaltige Lieferketten sind wichtiger denn je.“

„Egal ob aus der IT, Politik, Finanzwirtschaft oder aus der Textil- und Modebranche – die Neonyt-Community hat ein gemeinsames Ziel für die gesamte Industrie: mehr Nachhaltigkeit und Transparenz“, sagt Thimo Schwenzfeier, Show Director Neonyt. „Das kann nur durch ein Miteinander erreicht werden – die Verbesserung bestehender Lösungen und neue Ansätze diskutiert unsere Community während der Neonyt on Air.“

Selbstverständlich kommt auch der modische Aspekt im Januar nicht zu kurz: Style und Sustainability sind auch in Zeiten von Home Office und Social Distancing maßgeblich, das zeigen wichtige Influencer und

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

Content Creator mit „Prepeek at Home“. Die Prepeek-Idee bleibt dieselbe: exklusiver Zugang zu den neusten Kollektionen ausgewählter Neonyt-Brands – einziger Unterschied: gestylt wird individuell zu Hause, im Office oder auf der Straße, frei nach Belieben. Wie das aussehen kann, zeigen Noa Ben-Moshe (@style.withasmile), Andrea Gerhard (@andreagerhard_tall_area), Kim Gerlach (@kim.gerlach.sunandrise), Katrin Göring-Eckardt (@goeringeckardt), Anna Kessel und Esther Rühle (@diekonsumentin), Sandra Lai-Chun Cheung (@syringalotus), Kathrin Schiebler (@kathrinschiebler), Mirjam Smend (@greenstyle_muc), Thekla Wilkening (@thekla_wilkening) und Alf-Tobias Zahn (@alftobiaszahn) parallel zur Neonyt on Air, vom 18. bis 22. Januar 2021, auf ihren eigenen Instagram-Kanälen.

Das Programm – Wissenstransfer und Synergieeffekte.

Montag, 18. Januar: Nach einem kurzen Kick-Off der digitalen Woche aus den eigenen Reihen der Neonyt richtet sich Andrea Sibylle Ebinger, CEO von **Hessnatur**, in einer persönlichen Keynote an die Community. Für Hessnatur sind es vor allem die Chancen, die das Krisenjahr 2020 bot, die den Ausschlag für ein besseres Morgen geben: der verspätete Earth Overshoot Day und die damit verbundene temporäre Verringerung des ökologischen Fußabdrucks sowie das verstärkte Bedürfnis der Branche nach Kollaboration und die gezeigte Solidarität untereinander.

Dienstag, 19. Januar: Eine Panel Discussion am Vormittag präsentiert von Oeko-Tex zu „The future of transparent supply chains“ thematisiert unter anderem das aktuell in Deutschland diskutierte Lieferkettengesetz – Unternehmen in die Pflicht nehmen, eine Produktion unter fairen Bedingungen und der verantwortungsvolle Konsum gehen Hand in Hand mit den Sustainable Development Goals der United Nations. Interessanten Input gibt es von Annika Sauerhoefer, Produktmanagerin für "Made in Green" bei **Oeko-Tex**, Mirjam Smend, Gründerin der **Greenstyle Munich** und Andreas Bothe, Head of CSR & Sustainability von **Bay City & Chiemsee**. Am Nachmittag sprechen Anosha Wahidi, Leiterin der Stabsstelle für Nachhaltige Lieferketten im **Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung** (BMZ) und Max Gilgenmann, Content Director **Neonyt**, unter dem Titel „Due Diligence – due tomorrow?“ über nachhaltige Initiativen des BMZ: das Bündnis für nachhaltige Textilien, das staatliche Textilsiegel Grüner Knopf, das Bewertungsportal der Bundesregierung siegelklarheit.de und das Sorgfaltspflichtengesetz, das aktuell medial, aber auch hinter verschlossenen Türen diskutiert wird.

Mittwoch, 20. Januar: Für einen inspirierenden Mood-Moment sorgt das Fashion Editorial des **Luxiders Magazine** mittwochmorgens bevor es mit einer Keynote der **Kering Group** weitergeht. Am Nachmittag dreht sich bei der Panel Discussion „The long financial thread of sustainability“ alles um fiskalische Nachhaltigkeit: Die drei Panelists Dr. Sabine Schlorke, Global Head Manufacturing der **IFC World Bank**, Christian Heller, CEO von **Value Balancing Alliance e.V.**, und Hans-Jürgen Walter, Global Leader Sustainable Finance bei **Deloitte** und Moderator Darius Nader Maleki, Projektmanager bei der **Maleki Corporate Group**, erläutern das Konzept einer Kreislaufwirtschaft vom Gesichtspunkt der Finanzwirtschaft aus und erläutern, welche Rolle Banken und Investoren

Neonyt
The Global Hub for Fashion,
Sustainability and Innovation
Neonyt on Air, 18. bis 22. Januar 2021

bei der Schaffung einer nachhaltigen Zukunft spielen können oder bereits spielen.

Donnerstag, 21. Januar: Die Textil- und Modeindustrie ist eine der am engmaschig verknüpftesten und gleichzeitig ressourcenintensivsten Industrien weltweit – die Speakerinnen und Speaker am vorletzten Tag von Neonyt on Air thematisieren genau das: Rohstoffbeschaffung und -auswahl, Produktzertifizierungen und „Net Positivity“. Während einer Panel Discussion mit dem Titel „Sustainable sourcing – at the beginning of the chain“ sprechen Johannes Fürst, Head of the Blue Lab von **Drip by Drip**, Anurag Gupta, Managing Director von **Usha Yarns** und Gunnar Heller, Head of CSR & Member Compliance bei **Foursource**, unter anderem über die negativen Umwelteinflüsse der Textilproduktion und die daraus resultierenden Lösungsansätze für einen besseren Umgang mit natürlichen Ressourcen. Ähnliche Grundzüge hat auch das Live-Interview „Product is Key – the Timberland 2030 vision for net positivity“ mit Elisabetta Baronio, Sustainability & Responsibility Manager von **Timberland** – in kurzen Zügen erklärt sie den Nachhaltigkeitsansatz der amerikanischen Kultmarke: regenerative Landwirtschaft und Circular Design. Und den Abschluss an diesem Tag macht die Panel Discussion „Certification – transparency, credibility and trust“ mit Franziska Dormann, Vertreterin von **Global Organic Textile Standard**, Rapha Breyer, Referent Textile Policy & Partnerships bei **Fairtrade** und Ingo Strube, Referent für nachhaltigen Konsum beim **Bundesumweltministerium**. Die Expertinnen und Experten geben einen konstruktiv-kritischen Überblick über die Siegelvielfalt und sprechen über die Herausforderungen im Zertifizierungs-Business während der Pandemie.

Freitag, 22. Januar: „Textile Trust – driving transparency by using blockchain“ – eine Panel Discussion bei der es um den Einsatz der Blockchain-Technologie in der Textil- und Modebranche geht und die schon zu Anfang eine Frage aufwirft: Was hat IT mit Mode und Nachhaltigkeit zu tun? Das beantworten Christian Schultze-Wolters, Geschäftsbereichsleiter Blockchain Solutions bei **IBM**, Stefan Rennicke, Gründer und CEO von **Kaya&Kato** und Michael Krake, Unterabteilungsleiter beim **BMZ** – gemeinsam entwickeln die drei ungleichen Partner eine Plattform zur transparenten Dokumentation der textilen Lieferkette. Den Abschluss macht Olaf Schmidt, Vice President Textiles & Textile Technologies der **Messe Frankfurt**, mit einer kurzen Farewell-Keynote und einem Ausblick auf die Frankfurt Fashion Week im Sommer 2021.

„Neonyt on Air“ findet vom 18. bis 22. Januar 2021 auf den Social Media-Kanälen der Neonyt statt. Für die Teilnahme an der „Neonyt on Air“ ist keine Registrierung erforderlich. Das vollständige Programm ist über die Website www.neonyt.com einsehbar und auf dem Instagram-Kanal [@neonyt.berlin](https://www.instagram.com/neonyt.berlin) verfügbar.

Neonyt
The Global Hub for Fashion,
Sustainability and Innovation
Neonyt on Air, 18. bis 22. Januar 2021

Presseinformationen & Bildmaterial:
www.neonyt.com/presse

Ins Netz gegangen:

Seite 3

Instagram: [instagram.com/neonyt.berlin](https://www.instagram.com/neonyt.berlin)
Facebook: [facebook.com/Neonytberlin](https://www.facebook.com/Neonytberlin)
LinkedIn: [linkedin.com/showcase/neonyt/](https://www.linkedin.com/showcase/neonyt/)
YouTube: [m-es.se/z8WG](https://www.youtube.com/channel/UCm-es.se/z8WG)

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Messe Frankfurt ist der weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalter mit eigenem Gelände. Annähernd 2.600 Mitarbeiter an 29 Standorten erwirtschaften einen Jahresumsatz von rund 736 Millionen Euro. Wir sind eng mit unseren Branchen vernetzt. Die Geschäftsinteressen unserer Kunden 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 Kunden weltweit eine gleichbleibend hohe Qualität und Flexibilität bei der Planung, Organisation und Durchführung ihrer Veranstaltung. Die Servicepalette reicht dabei 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