

Pressemitteilung

17. Juli 2020

Neonyt on Air: Community Power

Lilliffer Seiler
Tel. +49 69 75 75-6738
Lilliffer.Seiler@messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com
www.neonyt.com

Gelungene Premiere: Mit Neonyt on Air ist die Messe Frankfurt angesichts Corona ins kalte Wasser gesprungen und hat in den vergangenen fünf Tagen die Sustainable Fashion-Community in Online-Talks zusammengebracht.

Ob Digitalisierung, Diversity, Lifestyle oder die Frankfurt Fashion Week – bei Neonyt on Air gab der Veranstalter, die Messe Frankfurt, vom 13. bis 17. Juli 2020 gemeinsam mit zahlreichen Brands und Partnern Einblick in Themen, die die Sustainable Fashion-Branche aktuell bewegen. „Neonyt on Air hat gezeigt: Der Bedarf an Austausch in der Fashion-Branche und die Motivation, gemeinsam einen Wandel einzuleiten, sind enorm. Wir freuen uns bereits jetzt auf die nächste physische Ausgabe der Neonyt. Denn deutlich wurde auch: Mode lebt von Persönlichkeiten, von Inszenierung und Inspiration. Da können digitale Formate begleiten, aber keinen vollen Ersatz bieten“, sagt Thimo Schwenzfeier, Show Director der Neonyt bei der Messe Frankfurt.

Digitise your business

Digitalisierung als Booster für die Modeindustrie: Statt den persönlichen Austausch zu ersetzen, hilft sie gerade in der aktuellen Zeit dabei, die Geschäftstätigkeit von Brands aufrecht zu erhalten und auszubauen. Die Talkgäste Anna Franziska Michel, CEO und Founder von Yoona Technology, Lena Blume van Treeck, Client Engagement Manager Europe bei Browzwear, und Saydou Bangoura, CEO und Founder von The Brand Show Circular, waren sich einig, dass digitale Tools Nachhaltigkeit und Qualität in der Mode weiter befeuern werden. Großes Potential sehen sie vor allem darin, Designs und Produktionsmengen noch stärker am tatsächlichen Kundenbedarf auszurichten. Laut Saydou Bangoura verschmelzen die physische und digitale Modewelt immer stärker: „Zukünftig wird es nicht mehr darum gehen, ob man stationär oder online aktiv ist. So wie Strom irgendwann selbstverständlich wurde, wird auch die Digitalisierung selbstverständlich werden. Das Gleiche gilt für Nachhaltigkeit.“

Realise your power

Nicoline Woehrle, Leiterin Kommunikation für die Naturkosmetikmarke Dr. Hauschka, Fashion Stylist und Co-Founder des Fashion Council Germany Claudia Hofmann und Content Creator Julia Dalia appellierten in ihrem Talk an die Verantwortung der Beauty- und Fashion-Industrie in Hinblick auf Diversity und die Macht des Einzelnen. Um Vielfalt tatsächlich Realität werden zu lassen, ist laut Julia Dalia ein achtsames

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

Vorgehen essenziell: „Viele Unternehmen reagieren schnell, nehmen sich aber zu wenig Zeit für tatsächliche Antworten. Vor allem auf Social Media. Ein schwarzes Quadrat oder ein feministisches Statement sind schnell gepostet. Ein Unternehmen, das jedoch nichts riskieren will, um wirklich etwas zu ändern, ist für mich nicht glaubwürdig.“ Für Dr. Hauschka gehört Diversity fest zur Markenidentität. Die Produkte orientieren sich statt an Hauttypen, Geschlechtern und Altersgruppen an der individuellen Hautbeschaffenheit einer Person. Für Claudia Hofmann steht Authentizität in Form von Individualität und Persönlichkeit im Mittelpunkt ihrer Arbeit. Bei der Auswahl der Models für die Neonyt Fashion Show etwa ergibt sich Diversity so auf natürliche Weise und weniger durch plakatives Einbinden von People of Colour oder Models aus unterschiedlichen Kulturen.

Get involved

Corona hat die Anfälligkeit globaler Lieferketten und die damit verbundenen Folgen dramatisch aufgezeigt: So gab es in einigen Produktionsländern Textilarbeiterinnen und -arbeiter, die von heute auf morgen in der Armut landeten, weil Modeunternehmen bereits bewilligte Aufträge in Textilfabriken stornierten und auf der anderen Seite nicht ausgelieferte oder verkaufte Kollektionen und enorme Verluste bei Modeunternehmen. Lisa Jaspers, Gründerin des Fair Fashion-Labels Folkdays, setzt sich mit der Petition #fairbylaw dafür ein, dass Unternehmen ihre Lieferketten kontrollieren. Und laut Mandie Bienek vom Fashion Council Germany sollten wir die Art und Weise, wie wir wirtschaften, grundsätzlich in Frage stellen – nicht nur im Bereich Mode. Dieser Verantwortung stellt sich Fair Fashion-Pionier hessnatur seit Anbeginn: „Wir sind überzeugt, dass wir für eine gesunde und nachhaltige Zukunft vor allem eins brauchen: Dass Mensch und Natur im Einklang leben“, sagt Kristin Heckmann, Head of Corporate Responsibility bei Hessnatur.

Stay curious

Im Januar 2021 finden die Messen Premium, Seek und Neonyt noch einmal in Berlin statt, bevor sie ab Sommer 2021 Teil der Frankfurt Fashion Week werden. Neben Videostatements der Messe Frankfurt, der Neonyt sowie der Stadt Frankfurt gaben Anita Tillmann, Managing Partner der Premium Group, und Olaf Schmidt, Vice President Textiles & Textile Technologies bei der Messe Frankfurt, bei Neonyt on Air weitere Details zum Konzept der Frankfurt Fashion Week bekannt. Eines steht fest: „Mit dem Umzug nach Frankfurt und dem Konzept der Frankfurt Fashion Week nutzen wir die Möglichkeit, eine Fashion Week völlig neu zu definieren“, so Anita Tillmann. „Digitalisierung und Nachhaltigkeit werden dabei die tragenden Säulen des Konzepts sein“, so Olaf Schmidt.

Etwas verpasst? Für alle, die die Talks von Neonyt on Air noch einmal sehen und hören möchten, sind diese auf den Instagram-Kanälen der Neonyt (@neonyt.berlin) und Fashionsustain (@fashionsustain.berlin) sowie in Kürze auf dem YouTube-Kanal der Neonyt abrufbar.

Neonyt
Global Hub for Fashion, Sustainability
and Innovation
19. bis 21. Januar 2021

Presseinformationen & Bildmaterial:

www.neonyt.com/presse

Ins Netz gegangen:

Facebook: facebook.com/Neonytberlin

Instagram: instagram.com/neonyt.berlin

LinkedIn: linkedin.com/showcase/neonyt/

YouTube: m-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