

Pressemitteilung

21. Juni 2021

Fashionsustain goes FFW: Drei Tage Agendasetting für die Modeindustrie

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

Die Textil- und Modeindustrie wird gegenwärtig grundlegend revolutioniert – getrieben von nachhaltigen und technologischen Innovationen, erreichen neue Wertschöpfungsmodelle den Massenmarkt. Genau diese Themen nimmt die Fashionsustain, das internationale und multidisziplinäre Konferenzformat der Neonyt, vom 6. bis 8. Juli 2021 und erstmalig im Rahmen des digitalen FFW STUDIO der Frankfurt Fashion Week in den Fokus. Sie präsentiert in Form von Panels, Talks, Keynotes und interaktiven Formaten spannende und tiefgehende Einblicke in den laufenden Transformationsprozess der Branche. Unter anderem mit dabei sind der Grüne Knopf, Oeko-Tex und PwC.

Das Zusammenspiel von neuen Technologien und Nachhaltigkeit ist der Schlüssel zu Innovation. Um den momentanen Wandel in der Textil- und Modeindustrie aktiv voranzutreiben und mitzugestalten, ist es daher unabdingbar, diese Themenkomplexe in den Fokus zu rücken. Vom 6. bis 8. Juli 2021 bildet die Corona-bedingt diesen Sommer digital stattfindende Konferenz Fashionsustain den Place-to-be für alle Modebegeisterten, Innovationstreiber*innen und kreativen Köpfe, die diesen Prozess gemeinsam mitprägen wollen. Zum ersten Mal wird die Konferenz im Rahmen der Frankfurt Fashion Week abgehalten, die digitale Plattform dafür bietet das FFW STUDIO auf www.frankfurt.fashion. Die zukunftsrelevanten und herausfordernden Themen Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Innovation werden in Form von Keynotes, Impuls-Talks, Interviews, Panel Discussions und interaktiven Formaten aus unterschiedlichen Perspektiven umfassend beleuchtet und bieten somit über drei Tage einen richtungsweisenden, progressiven und zukunftsorientierten Beitrag zum derzeitigen Fashion-Diskurs.

Drei Tage, mehr als 20 Einzelformate, zahlreiche Insights: Unter den zentralen Topics State of the Industry, Innovating the Industry und State of Retail versammelt sich das gesamte, vielseitige und multidisziplinäre Programm der Fashionsustain. Der inhaltliche Fokus liegt dabei auf den Themen Fashion Design & Circularity, Values & Diversity, Digitisation, Textile Certifications und Cotton & Denim. In diversen Talks, Diskussionen und Präsentationen wird für die Community erlebbar, was die nachhaltige Modebranche bewegt, welche Potenziale und Visionen die handelnden Akteur*innen aktuell forcieren und wie diese für einen echten Wandel in der Industrie aufgegriffen und skaliert werden können.

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

State of the Industry – was bewegt die Modeindustrie?

Diese Frage stellt am 6. Juli 2021 ab 10 Uhr der erste Konferenztag. Zu den maßgeblichen Themen, die die Branche aktuell herausfordern – so die Effekte der Corona-Pandemie auf die internationale Modeindustrie; die Frage inwieweit sich Textilproduktion langfristig von global zu lokal shiftet; oder wie Nachhaltigkeit ganzheitlich in Prozesse integriert werden und Permanenz erlangen kann – diskutiert Moderatorin Alex Bohn (Style Director, F.A.Z. Quarterly) mit Christopher Veit (Geschäftsführer, Veit GmbH), Mariska Schennink (Manager Sustainability, Euretco Fashion) und weiteren Speaker*innen diverser Fashion Brands im Panel „Global supply. Local demand. Total change?“. Auch das in Deutschland jüngst beschlossene Lieferkettengesetz spielt eine wichtige Rolle. Im Panel „Same Goals. Different Systems. How transparency triggers responsibility“, initiiert vom Grünen Knopf und von der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) sprechen Akteur*innen des Grünen Knopfs, von Modelabels und unter anderem Veronika Bates Kassatly (Woolmark) mit Moderator Max Gilgenmann (Gründer und Geschäftsführer Studio MM04 sowie Sustainability Content Consultant Neonyt) über soziale Gerechtigkeit innerhalb der textilen Lieferkette und wie es möglich ist, diese zu erreichen und zu sichern.

Der Zusammenhang von Finanzen, Nachhaltigkeit und Mode: Durch gezielte Entscheidung, Kreditnehmer*innen anhand ihrer Nachhaltigkeitsbemühungen zu berücksichtigen, kann der Finanzdienstleistungssektor zu einer nachhaltigeren Zukunft beitragen. Was das konkret bedeutet, welche Auswirkungen dies auf die Kreditvergabe haben kann und wie die Branche außerdem zur Transformation der Textil- und Modeindustrie beitragen kann, debattieren Frank Wächter (Global Director Treasury & Insurance, PUMA SE), Viktoria Kalb (Global ESG & Sustainability Analyst, EMEA ESG Research, UBS), Dr. Andreas Wagner (Sustainable Finance Lead Commercial Banking Western Europe, HVB/Unicredit) und Ullrich Hartmann (Partner PwC, Wirtschaftsprüfer, Steuerberater, Financial Services, FS Compliance PwC) in einer Diskussion unter dem Titel „Finance. How it triggers sustainability in fashion“.

Digitalisierung und Innovation: Transformation, Transparenz, Zertifizierungen

Die beiden zentralen Themen des zweiten Konferenztages sind hochaktuell und nehmen insbesondere im Kontext der Frankfurt Fashion Week eine zentrale Bedeutung ein. Moderiert von Tim Dörpmund (Ressortleiter TextilWirtschaft online) machen im Panel „Digital transformation. It is what you make of it“, initiiert von PwC, Patric Spethmann (COO, Marc O'Polo), Susanne Arnoldy (CIO Advisory, PwC), Dr. Andreas Krostewitz (Senior Manager Valuation, Modeling & Analytics PwC) und Philipp Vospeter (CEO, Westphalia DataLab) deutlich, wie Daten und Künstliche Intelligenz (KI) als Schlüssel für hervorragende Kundenerlebnisse und optimierte Forecasts fungieren können und beleuchten damit die Bedeutung digitaler Plattformen für den Einzelhandel. Anschließend bieten Sam Field (RYOT International, The Fabric of Reality), Damara Inglês (Designerin, The Fabric of Reality), Kim Bernd (3D Digital Designer, Founder @3MBASSY Digital Design

Neonyt
Global Hub for Fashion, Sustainability
and Innovation
Frankfurt am Main, 6.-8.7.2021

Studio) und Esther Perbandt (Gründerin und Designerin, Esther Perbandt) im Panel „Me, myself and avatar“ spannende Einblicke zu Avatars, NFTs, virtuellen Modenschauen und spüren Antworten auf die Frage nach der Zukunft der Mode nach.

Transparenz entlang der textilen Lieferketten wird immer relevanter und sie ist eng mit digitalen Innovationen verknüpft. Deshalb stellen Lukas Pünder (Co-Founder und CEO, Retraced), Marian von Rappard (Inhaber, Dawn Denim), Gediminas Mikutis (CTO und Co-Founder, Haelixa AG) und Shannon Mercer (CEO, Fibretraced) im Panel „Transparency. The tech solutions for new supply and value chains“ verschiedene technische Lösungen vor, die mehr Transparenz beim Kleidungskauf ermöglichen. Beim interaktiven Certification Buzzword-Bingo mit Max Gilgenmann powered by Grüner Knopf werden Zuschauer*innen mittels Gamification eingebunden, bevor Angela Adams (Global Apparel Lead, Quantis), Urs Schellenberger (Inhaber und CEO, Schellenberg Textildruck AG) und Sönke Giebeler (Head of Business Development Oeko-Tex) im Panel „Carbon and Water Footprinting. How to drive it in the Fashion Industry“ by Oeko-Tex das Thema rund um Zertifikate weiter vertiefen.

State of Retail – von der Innovation zu den Konsument*innen

Am Donnerstag, den 8. Juli dreht sich das Programm der Fashionsustain rund um den State of Retail. Wie findet man als kleines, nachhaltiges Label am besten eine passende Retail-Plattform für eine gelungene Zusammenarbeit? Im Panel „Boutique Platforms. The perfect home for sustainable fashion trends“ sprechen dazu Bernd Hausmann (Gründer, Glore), Christina Wille (Gründerin und Geschäftsführerin, Loveco) und Helene Oudman (Gründerin, Ikigai Labels) mit Moderator Siems Luckwaldt (Journalist, Capital). Was unter dem Topic Retail auf keinen Fall fehlen darf, sind Einblicke in neue Businessmodelle. Secondhand, leihen, leasen, resellen – die zirkulären Möglichkeiten der Wertschöpfung sind für den Einzelhandel breit gefächert. Mehr Einblicke dazu gibt es im Panel „New business models. From pre-loved to repaired and recycled“. Weil Nachhaltigkeit, umweltbewusster Lebensstil und verantwortungsvoller Umgang mit der Natur mittlerweile in der Mitte der Gesellschaft angekommen sind, ist es umso wichtiger, dass Marken und Labels den Konsument*innen Orientierung und Transparenz zu bieten. Im Design-Talk „Sustainable Branding“ des German Design Council unter anderem mit Lutz Dietzold (CEO, German Design Council) und Bernd Draser (ecosign, Akademie für Gestaltung) geht es deshalb um nachhaltige Markenführung, den Aufbau einer entsprechenden Markenstrategie und die zentrale Bedeutung von guter Nachhaltigkeitskommunikation.

Die Neonyt-Konferenz Fashionsustain wird vom 6. bis 8. Juli 2021 im Rahmen der Frankfurt Fashion Week im FFW STUDIO gestreamt und bildet mit ihren Talks, Panels und Keynotes nur einen Teil des Programms im FFW STUDIO ab. Das gesamte Programm mit vielen weiteren spannenden Inhalten, unter anderem von PwC, Transformers Foundation, dem German Design Council und vielen mehr gibt es ab sofort auch [hier](#) zum Nachlesen. Bleiben Sie außerdem über die Social Media-Kanäle der Fashionsustain auf dem Laufenden.

Neonyt
Global Hub for Fashion, Sustainability
and Innovation
Frankfurt am Main, 6.-8.7.2021

Presseinformationen & Bildmaterial:

www.neonyt.com/presse

Ins Netz gegangen:

Facebook: facebook.com/FashionSustain

Instagram: instagram.com/fashionsustain.conference

Linkedin: linkedin.com/Fashionsustain.Conference

Youtube: m-es.se/Ws3m

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Messe Frankfurt ist der weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalter mit eigenem Gelände. Zur Unternehmensgruppe Messe Frankfurt gehören rund 2.500* Mitarbeitende in 30 Tochtergesellschaften. Das Unternehmen hat im Jahr 2020 einen Jahresumsatz von rund 250* Millionen Euro erwirtschaftet, nachdem das Jahr 2019 noch mit einem Jahresumsatz von 738 Millionen Euro abgeschlossen werden konnte. Auch in den schwierigen Zeiten der Corona-Pandemie sind wir mit unseren Branchen international 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. 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 2020