

DECADE OF ACTION:
TEXPERTISE NETWORK STARTET WEITERE MAßNAHMEN ZUR UMSETZUNG DER NACHHALTIGEN ENTWICKLUNGSZIELE


Seit 2019 arbeitet das Texpertise Network der Messe Frankfurt mit der Conscious Fashion Campaign und dem United Nations Office for Partnerships, um die Nachhaltigen Entwicklungsziele auf alle 58 Textilveranstaltungen des Netzwerks weltweit zu bringen. Zahlreiche Maßnahmen wurden bereits umgesetzt. Weitere stehen unmittelbar an.

Kurz vor Beginn der Corona-Krise hat der UN-Generalsekretär Antonio Guterres die sogenannte „UN Decade of Action“ ausgerufen. Der Weltgemeinschaft bleiben ab 2020 noch zehn Jahre, um die insgesamt 17 Nachhaltigen Entwicklungsziele (SDGs) zu erreichen, der sich die UN-Mitgliedsstaaten mit der Agenda 2030 verpflichtet haben. Im Rahmen seiner Zusammenarbeit mit der Conscious Fashion Campaign und dem United Nations Office for Partnerships lanciert das Texpertise Network der Messe Frankfurt noch im Dezember weitere Maßnahmen und unterstützt die Umsetzung der SDGs in der Mode- und Textilindustrie damit weiter.


Virtueller Event „Discover the SDGs“

Vom 1. bis 30. Dezember 2020 beteiligt sich das Texpertise Network an dem virtuellen Lern- und Messeevent „Discover the SDGs“, das von der Conscious Fashion Campaign und dem United Nations Office for Partnerships ins Leben gerufen wurde. Ziel des Events ist es, Wissen und Engagement innerhalb der Modeindustrie zu stärken, mit dem die Umsetzung der SDGs und die UN De-

cade of Action unterstützt werden. Bestandteil des Events sind eine virtuelle und interaktive Ausstellung zu den 17 Zielen sowie On-demand-Diskussionen mit Branchenvertretern sowie Vertretern und Advocates der Vereinten Nationen, darunter auch Detlef Braun, Geschäftsführer, und Thimo Schwenzfeier, Director Marketing Communications Textiles and Textile Technologies bei der Messe Frankfurt, ebenso wie von Kering, Lenzing, Allbirds, PVH, Vogue Business, CFDA, dem British Fashion Council, Collina Strada und der Swarovski Foundation.

„Jetzt ist die entscheidende Zeit, um Partnerschaften voranzutreiben, die die größten Herausforderungen der Menschheit adressieren – von der Beseitigung von Armut, Hunger und Ungleichheit bis zur Umkehrung des Klimawandels sowie zu nachhaltigeren Konsumgewohnheiten und Produktionsprozessen“, sagt Annemarie Hou, Acting Executive Director des United Nations Office for Partnerships. „Die Modeindustrie ist ein wichtiger Verbündeter für die Vereinten Nationen in dieser Dekade, um die Nachhaltigen Entwicklungsziele bis 2030 zu erreichen.“



Conscious Fashion Campaign wird Presenting Partner der Frankfurt Fashion Week

Gemeinsam die Modebranche verbessern: Die Frankfurt Fashion Week positioniert sich als Gastgeber für die Zukunft der Mode und treibt die Transformation hin zu einer zukunftsorientierten, nachhaltigeren Fashion- und Textilbranche aktiv voran. In Frankfurt am Main werden vom 5. bis 9. Juli 2021 alle Entscheiderinnen und Entscheider zusammenkommen, die diesen Wandel

mitgestalten wollen. Dafür ist den Initiatoren der Frankfurt Fashion Week – der Messe Frankfurt und der Premium Group – ein echter Coup gelungen: Die Conscious Fashion Campaign, in Zusammenarbeit mit dem United Nations Office for Partnerships, wird Presenting Partner. Die Messe Frankfurt baut hierbei auf die bestehende Zusammenarbeit mit dem UNOP auf. Die SDGs werden bis 2023 Voraussetzung für Aussteller. Der Frankfurt Fashion SDG Summit by CFC wird zur internationalen Leitkonferenz für Nachhaltigkeit in der Modewelt.

Ausbau der internen Nachhaltigkeitskommunikation

17 Ziele, 58 Textilevents weltweit, rund 600.000 Besucher und 23.000 Aussteller im Jahr 2019: Das Texpertise Network der Messe Frankfurt bietet mit seinen weltweiten Textilevents eine einzigartige Reichweite für die Unterstützung der SDGs, auch während der Corona-Pandemie. Eine wichtige Rolle spielen dabei die beteiligten Tochtergesellschaften, Sales Partner und Partner der Messe Frankfurt im Ausland, die die entsprechenden Veranstaltungen organisieren. Um deren Wissen und weiteres Engagement rund um die Nachhaltigen Entwicklungsziele aktiv zu erweitern, veranstaltet das Texpertise Network mehrere Online-Seminare unter anderem für ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Argentinien, Äthiopien, China, Hongkong, Indien, Japan, Russland, Südafrika und den USA und baut damit auch die interne Nachhaltigkeitskommunikation aus.

SDG Actions bis heute

Seit der Bekanntgabe der erweiterten Zusammenarbeit des Texpertise Network der Messe Frankfurt mit der Conscious Fashion Campaign und dem United Nations Office for Partnerships im UN-Hauptquartier in New York im Dezember 2019, haben die internationalen Textilveranstaltungen der

Messe Frankfurt zahlreiche Maßnahmen zur Unterstützung der SDGs umgesetzt.



Allein auf den Textilveranstaltungen der Messe Frankfurt in Deutschland kam Einiges zusammen: Die letzten physischen und digitalen Ausgaben der Heimtextil, führende Fachmesse für Wohn- und Objekttextilien, und der Neonyt, Globaler Hub für Mode, Nachhaltigkeit und Innovation, boten beispielsweise Panel Talks, Pressekonferenzen und Videobotschaften unter anderem mit der Conscious Fashion Campaign und dem United Nations Office for Partnerships. Eine SDG Lounge im Green Village der Heimtextil und Selfie-Walls mit den SDGs animierten Aussteller, Besucher und Influencer, sich mit den 17 Zielen auseinanderzusetzen und diese auf ihren Kanälen in den sozialen Netzwerken zu teilen. Für die Kanäle der Neonyt und Heimtextil wurden Podcasts produziert; und die Neonyt rief unter anderem die Influencer-Challenge „Let’s wear the goals!“ aus.

Auch international wurde bereits viel erreicht: So organisierte die Neonyt bereits im März 2019 einen Showcase mit ausgewählten Brands der Neonyt anlässlich der Gründung der „UN Alliance for Sustainable Fashion“ in Nairobi. Die Techtexil India startete zu ihrer Ausgabe 2019 Techtexil NEXT, Indiens ersten Hackathon zu technischen Textilien und Nachhaltigkeit. Mit dabei waren unter anderem Shrikar Dhole, Gründer und Geschäftsführer der SDG Foundation und Niharika Gautam, die sich für die Erreichung der SDGs in der Modeindustrie einsetzt und die Modesektion der All Ladies League Delhi mitleitet. Zur Heimtextil Russia 2020 Digital Edition konnte Vladimir Kuznetsov, Leiter des UN Information Centre (UNIC) in Moskau für eine Grußbotschaft gewonnen werden. Die digitale Ausgabe der Texworld USA (jetzt Texworld New York City) und Apparel Sourcing USA im Sommer 2020 bot unter anderem einen Talk mit der Conscious Fashion Campaign und unterstützte die Produktion eines Podcasts mit Claire Kells vom UN Global Compact.

Mit den bisherigen SDG Actions erreichte das Messe Frankfurt Texpertise Network bislang schätzungsweise rund 146.000 Besucher, rund 170.000 Follower der Social Media-Kanäle und rund 65.000 Newsletter-Abonnenten der teilnehmenden Veranstaltungen im In- und Ausland. Hinzu kommen die insgesamt rund 2,5 Millionen Follower der Influencer, die in die Aktionen eingebunden waren.

Quelle: Messe Frankfurt Exhibition GmbH