

# FRANKFURT FASHION WEEK

# ZEIT DES UMDENKENS

**Die Zeit des Hinterfragens ist vorbei, jetzt heißt es umdenken und verändern. Und zwar schnell. Was sind die drängendsten Themen? Welchen Impact hat wer in der Branche? Und wie können Verbesserungen bewirkt werden? Diesen und vielen anderen Themen widmet sich die Frankfurt Fashion Week mit ihrem digitalen Portal FFW STUDIO auf [www.frankfurt.fashion](http://www.frankfurt.fashion) vom 5. bis 9. Juli 2021. Ein erster Programmüberblick mit dem Fokus Sustainability.**

*Frankfurt am Main, 10 Juni 2021.* Wie wir zusammenleben, wie wir wirtschaften, was wir wertschätzen – die Welt und wie sie funktioniert wird in Zukunft anders sein. Wenn wir heute von Nachhaltigkeit reden, dann geht es nicht länger um einen Trend oder eine gesellschaftliche Entwicklung, sondern um eine Notwendigkeit. Das gilt auch für die viertgrößte Branche der Welt: die Textil- und Modeindustrie. Vom 5. bis 9. Juli 2021 bringt die Frankfurt Fashion Week internationale namhafte Expert\*innen aus Mode, Politik, Handel und Medien zusammen, um sich diesem alles entscheidenden Thema zu widmen und an fünf Tagen seine Facetten kontrovers zu diskutieren. So wird das FFW STUDIO auf [www.frankfurt.fashion](http://www.frankfurt.fashion) das digitale Zentrum der Frankfurt Fashion Week und erste Anlaufstelle für Design Enthusiast\*innen und Vordenker\*innen der Mode. Das übergreifende Ziel ist es, etwas zu verändern und gleichzeitig dafür zu sensibilisieren, welchen großen Einfluss diese global agierende Branche hat, und wie ihre Akteur\*innen diesen positiv gestalten können.

Das Programm rund um das Leitthema Nachhaltigkeit setzt sich insbesondere zusammen aus Thought Leadership Talks, Interviews und hochkarätig besetzten Podiumsdiskussionen der drei Live-Konferenzen „The New European Bauhaus - Werkstatt der Zukunft“, „Frankfurt Fashion SDG Summit“ und „Fashionsustain“. Die Themen sind tiefgreifend und beleuchten Nachhaltigkeit aus den unterschiedlichsten Aspekten der Branche. Folgend einige Highlights, von denen ein besonderer Impact auf den gegenwärtig den Sektor transformierenden Nachhaltigkeitsdiskurs zu erwarten ist. Das gesamte, umfangreiche Programm der drei Konferenzen wird im Laufe des Junis sukzessive bekanntgegeben.

## **Interdisziplinär, zukunftsweisend, co-kreativ: The New European Bauhaus**

EU Kommissionspräsidentin Ursula von der Leyen hält am Dienstag, den 6. Juli um 10.20 Uhr die Eröffnungsrede der erstmalig stattfindenden Konferenz „The New European Bauhaus - Werkstatt der Zukunft“, veranstaltet vom Fashion Council Germany in Kooperation mit der Frankfurt Fashion Week. Die New European Bauhaus-Bewegung setzt sich nach dem historischen Vorbild zum Ziel, eine interdisziplinäre und co-kreative Zusammenarbeit zu fördern und somit Ideen und Projekte für ein nachhaltiges Europa im Sinne des Green Deals hervorzubringen. Die zukunftsweisenden Projekte werden dabei zur Schnittstelle von Kunst, Kultur, sozialer Inklusion, Wissenschaft, Digitalisierung und Technologie. Die „New European Bauhaus - Werkstatt der Zukunft“ Konferenz wird diese Bewegung auf die Modeindustrie anwenden. „Can Fashion & Sustainability go hand in hand?“ – dieser Fragestellung widmet sich beispielsweise die Diskussionsrunde um 11.30 Uhr mit Bianca Lang (Editor in Chief, S Magazin) und Tina Lutz (Gründerin Tina Lutz), Markus Löning (Gründer Löning - Human Rights & Responsible Business). Weitere Gäste sind u.a. Matthew Drinkwater (London College of Fashion), William Fan, John Cloppenburg, Thorsten Mindermann.

**Keynotes, Interviews, Paneldiskussionen, Performances: Frankfurt Fashion SDG Summit**

Am Mittwoch, den 7. Juli startet um 11.30 Uhr der erste und zukünftig jährlich stattfindende Frankfurt Fashion SDG Summit, präsentiert von der Conscious Fashion Campaign, in Zusammenarbeit mit dem United Nations Office for Partnerships. Als Leitkonferenz der Frankfurt Fashion Week bringt er führende Stakeholder sowie Vertreter und Vertreterinnen der Branche, der Vereinten Nationen, Wissenschaft und des öffentlichen Lebens zusammen. Im Rahmen einer Fashion Week ist dies weltweit der erste SDG Summit. Wie kann es gelingen, die 17 Nachhaltigen Entwicklungsziele (SDGs) der Agenda 2030 der Vereinten Nationen zu erreichen, die mit Maßnahmen zur Beendigung von Armut, der Bekämpfung von Ungleichheiten und dem Aufhalten des Klimawandels eine bessere Welt erschaffen wollen. Die Themen des Frankfurt Fashion SDG Summit orientieren sich an den Prioritäten, die UN-Generalsekretär António Guterres für 2021 angekündigt hat, um die SDGs bis 2030 zu erreichen. Keynotes, Interviews, Paneldiskussionen und Performances beleuchten Themen wie Nachhaltigkeit durch Design, Politik für die Menschen, Klimaschutz, saubere Ozeane, Creatives for the Future und den globalen Status von Mode und Design. Nach Willkommensworten unter anderem des hessischen Wirtschaftsministers Tarek Al-Wazir und des Parlamentarischen Staatssekretärs bei der Bundesministerin für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit, Florian Pronold, eröffnet Steven Kolb (CEO, Council Fashion Designers America) die Diskussion „Sustainability by Design: Rethinking Fashion“ mit einer Opening Message. Ein Panel mit Christiane Arp (President, German Fashion Council), Detlef Braun (CEO, Messe Frankfurt) und Claudio Marenzi (President, Pitti Uomo Firenze) erörtert im Anschluss wie Fashion Events und ihre arrondierenden Wirtschaftsorganisationen eine bessere soziale, ökologische und ökonomisch verantwortungsvolle Zukunft mitgestalten können. Wie die Jugend den Klimaschutz vorantreibt, dazu sprechen die Klimaaktivistin von Fridays for Future, Clara Mayer, und die Drehbuchautorin des Dokumentarfilms NOW, Claudia Rinke. Ein weiteres Highlight des Summits ist die Diskussion von Abrima Erwiah (Co-founder, President Studio One Eighty Nine) unter anderem mit Nadja Swarovski (Member, Swarovski Executive Board / Chairperson, Swarovski Foundation) zum Thema „Creative Economy for Sustainable Development“.

**Technology. Sustainability. Innovation. Fashionsustain**

Über drei volle Tage erstreckt sich das Programm des erfolgreichen Konferenzformats „Fashionsustain“ des internationalen Hubs für Nachhaltigkeit und Innovation in der Mode. Technologie, Nachhaltigkeit und Innovation sind wichtige Treiber der Mode- und Textilindustrie, die die Branche sowie ihre Prozesse und Produktionsabläufe revolutionieren werden – das internationale Konferenzformat widmet sich vom 6. bis 8. Juli genau diesen Themen. Im Fokus der aktuellen Ausgabe wird Nachhaltigkeit in den Kontext von Themen wie Kreislaufwirtschaft, Digitalisierung, Diversität und Innovation gesetzt. Ein prominent besetztes Panel von PwC am Dienstag, den 6. Juli diskutiert den Zusammenhang von Finanzen, Nachhaltigkeit und Mode. Auf der Bühne sitzen Ullrich Hartmann, Partner PwC (Wirtschaftsprüfer, Steuerberater, FS Compliance, PwC), Viktoria Kalb (Global ESG & Sustainability Analyst & Head, EMEA ESG Research, UBS), Frank Wächter (Global Director Treasury & Insurance, PUMA SE) und Dr. Andreas Wagner (Sustainable Finance Lead Commercial Banking Western Europe, HVB/Unicredit). Die Transformers Foundation vertieft am Mittwoch, den 7. Juli mit hochkarätigen Expertinnen und Experten die Herausforderungen der Denim-Branche: Über nachhaltige Innovationen und wie sie das Denim-Business verändern sprechen Alberto Candiani (Global Manager, Candiani S.p.a.), Alberto DeConti (Head Marketing and Fashion Division Rudolf AG), Michael Kinninmonth (Business Development and Project Manager, Lenzing AG) und Alice Tonello (Global Manager Marketing and Research & Development, Tonello).

Am Donnerstag, den 8. Juli dreht es sich auf der digitalen Fashionsustain insbesondere um den Einzelhandel. Unter anderem Bernd Hausmann (Gründer, Glore), Helene Oudman (Inhaberin, Ikigai Labels) und Christina Wille (Gründerin und Geschäftsführerin, Loveco) stellen Business-to-Consumer-Plattformen für kleinere und mittelgroße Sustainable Fashion Brands vor.

Die Live-Konferenzen sind nur ein Teil des Programms des FFW STUDIOS. Darüber hinaus sind inspirierende Show Cases und Präsentationen, neue Einzelhandelskonzepte und Marken Stories geplant, die Fashion-, Beauty- und Lifestyleprodukte sowie -Konzepte greifbar machen. Und auch die Mainmetropole soll digital mit eingebunden werden. Eine kuratierte Auswahl relevanter Fashion Events, Designprojekte und Modeinstallationen, die anlässlich der Frankfurt Fashion Week in der Frankfurter Innenstadt geplant sind, sollen digital über die Plattform für Experience und Arts & Entertainment gespielt werden.

Was an den fünf Tagen live im FFW STUDIO auf [www.frankfurt.fashion](http://www.frankfurt.fashion) passiert, wird im Nachgang allen Modebegeisterten und Interessierten als Video-on-Demand-Serie kostenfrei auf der Website [www.frankfurt.fashion](http://www.frankfurt.fashion) zur Verfügung stehen – als konzentrierte und hochqualitative Essenz der zukunftsorientierten Themenfelder der Frankfurt Fashion Week.

Weitere Informationen zum Programm des FFW STUDIO werden in Kürze auf [www.frankfurt.fashion](http://www.frankfurt.fashion) hochgeladen. Informieren Sie sich außerdem über die Social Media Kanäle der Frankfurt Fashion Week.

Alle Pressematerialien finden Sie in unserem Pressebereich auf:  
**[www.frankfurt.fashion](http://www.frankfurt.fashion)**

KONTAKT CORPORATE PR:  
KERN.  
[corporatepress@frankfurt.fashion](mailto:corporatepress@frankfurt.fashion)

KONTAKT LIFESTYLE PR:  
haebmau.  
[lifestylepress@frankfurt.fashion](mailto:lifestylepress@frankfurt.fashion)

## FRANKFURT FASHION WEEK

Die Frankfurt Fashion Week ist der Place-to-be für eine zukunftsorientierte Mode- und Lifestyle-Community. Mit ihrem Ecosystem bestehend aus Tradeshows, Konferenzen, Showcases und Events und einem Fokus auf die Zukunftsthemen Nachhaltigkeit und Digitalisierung bringt sie vom 5. bis 9. Juli 2021 die Entscheider\*innen, Macher\*innen und Vorausrücker\*innen des internationalen Fashion Business zusammen. Dafür haben sich vier starke Partner gefunden: der weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalter mit eigenem Gelände - die Messe Frankfurt - und der Veranstalter Europas größter Modemesse - die Premium Group - als Initiierende sowie die Stadt Frankfurt und das Land Hessen als Host.

[www.frankfurt.fashion](http://www.frankfurt.fashion)

## FFW STUDIO

Das FFW STUDIO ist das digitale Zentrum der Frankfurt Fashion Week. Trade Shows, Conferences, Experience und Arts & Entertainment: Zur Premiere vom 5. bis 9. Juli 2021 bietet die professionell kuratierte Plattform auf [www.frankfurt.fashion](http://www.frankfurt.fashion) eine ganzheitliche User Experience, die das gesamte Ecosystem der Frankfurt Fashion Week mit den Leitmotiven Sustainability und Digitisation abbildet. Ein digitaler Ort für Vordenker\*innen, Textil- und Modeexpert\*innen, Fashion Insiders und Interessierte. Das Programm ist State-of-the-Art und wird gemeinsam mit Partner\*innen aus Mode, Politik, Handel und Medien entwickelt: In exklusiven Future Talks internationaler Leitmedien, relevanten Deep Dives in parallel stattfindende Konferenzen und kreativen Brand Experiences werden zukunftsrelevante Fragestellungen mit führenden Meinungsmacher\*innen und Entscheidungsträger\*innen der Branche diskutiert und inspiriert. Die Inhalte werden im Anschluss in Form einer Video-on-Demand-Serie zur Verfügung stehen.

[www.frankfurt.fashion](http://www.frankfurt.fashion)

## 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 Gelände Vermietung über Messebau und Marketingdienstleistungen bis hin zu Personal-dienstleistungen und Gastronomie. Hauptsitz des Unternehmens ist Frankfurt am Main. Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent.

*\*vorläufige Kennzahlen 2020*

Weitere Informationen:

[www.messefrankfurt.com](http://www.messefrankfurt.com)

## PREMIUM GROUP

Seit 2003 organisiert die PREMIUM GROUP die wichtigsten Messeveranstaltungen sowie führende und zukunfts-orientierte Business- und Networking-Plattformen. Das starke Event-Portfolio beinhaltet die internationalen Fashion Trade Shows PREMIUM und SEEK sowie die FASHIONTECH Konferenz, auf denen pro Saison 1.500 Brands die neusten Kollektionen, Trends und Innovationen präsentieren. Neben dem unternehmerischen Schwerpunkt strebt die PREMIUM GROUP immer danach, zu inspirieren, Geschäftsbeziehungen zu verstärken sowie den interdisziplinären Wissensaustausch zu fördern. Durch ständiges Hinterfragen und Weiterentwickeln der Konzepte und einem ganzjährigen Austausch mit den Entscheidungsträgern der Industrie, haben es Anita Tillmann, Jörg Arntz und deren Team geschafft, die Marktbedürfnisse zu erfassen, abzudecken und voranzutreiben. Gemeinsam schaffen sie eine positive Fashion Community, die unterstützt sowie gestärkt wird und die den Herausforderungen der heutigen und zukünftigen Wirtschaft gegenübertritt.

[www.premium-group.com](http://www.premium-group.com)