

FRANKFURT FASHION WEEK

TURNING POINT

Wendepunkt. Die Frankfurt Fashion Week gibt Game Changern eine Plattform und treibt nachhaltige Innovationen aktiv voran. Vom 17. bis 21. Januar 2022 zeigen Newcomer, Iconic Brands und etablierte Marken und Designer, wie Mode die Welt positiv verändern kann. Nachhaltig. Divers. Anders.

Frankfurt am Main, 4. November 2021. Gemeinsam globale Lösungen finden, um die Welt zum Positiven zu verändern. Einen Wendepunkt herbeiführen. Darum ringt in diesen Tagen die Weltgemeinschaft während der UN-Klimakonferenz in Glasgow. Dafür setzen sich aber auch zahlreiche Unternehmen der Textil- und Modebranche ein. Durch ihr Engagement, ihren Idealismus und ihre Innovationskraft treiben sie den positiven Wandel in besonderem Maße voran.

„Ob aus Tatendrang oder Handlungsdruck – jetzt ist die Zeit umzudenken und gemeinsam vom Reden ins Handeln zu kommen. Dass das auf einem globalen Level nicht einfach ist, zeigt sich gerade in Glasgow. Und trotzdem müssen wir uns alle gemeinsam der Herausforderung stellen. Genau das machen auch wir als Frankfurt Fashion Week. Wir haben die richtigen Partner an Bord, um eine Transformation des Fashion Business anzustoßen“, sagt Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt.

Die Frankfurt Fashion Week gibt den Game Changern der Modeindustrie eine Plattform – indem sie die Leitthemen Nachhaltigkeit und Digitalisierung thematisch auf multidisziplinären Konferenzen, Panels und Diskussionsforen und im digitalen FFW Studio in den Vordergrund hebt. Zudem macht sie Best Practices auf den B2B Tradeshows Neonyt, Premium, Seek und Val:ue sowie auf dem B2C Fashion-Festival The Ground vom 18. bis 20. Januar 2022 auch physisch auf inspirierende Weise erlebbar.

„Die Modebranche verbindet weltweit Gleichgesinnte. Wir müssen uns auf die wesentlichen Themen für die Zukunft der Mode konzentrieren. Premium, Seek und The Ground sind ein Dreiklang, ein Trade- und Marketplace of Purpose and Ideas. B2B und B2C zu einem Zeitpunkt in einer Location zusammen zu bringen – das hat es in der Form noch nie gegeben und die Zeit dafür ist reif. Gemeinsam mit unseren Partnerevents von der Messe Frankfurt bringen wir auf der Frankfurt Fashion Week Retail, Brands, Influencer, Medien sowie Konsumenten und Konsumentinnen zusammen. Gerade nach der Pandemie ist dies unglaublich spannend. Wir verstehen uns als Connector und Enabler, aber auch als Innovator und Impulsgeber. Wir sprechen mit etablierten Partnern, vor allem aber kennen wir die neue Generation und stellen sie dem Handel und dem Ökosystem vor. Wir bringen im Januar in Frankfurt alle zusammen und eins ist jetzt schon klar – nichts ist mehr wie es mal war und es ist wichtig, dass wir den Herausforderungen unserer Zeit gemeinsam begegnen und voneinander lernen. Brands wie Absolut Cashmere, Ecoalf, Veja und Arys sind nur einige wenige Beispiele der zukunftsweisenden Labels. Wir freuen uns unglaublich darüber, wie viel in der Branche gerade angestoßen wird und was es alles Neues gibt. Diese Transformation werden wir in Frankfurt weiter herausstellen“, sagt Anita Tillmann, Managing Partner der Premium Group.

Purpose, soziale Verantwortung, Umwelt- und Klimaschutz, Circularity, Diversity, Inklusion – die wichtigsten Themen dieser Zeit werden von progressiven Brands innovativ, überraschend und kontrovers interpretiert. Ein erster Ausblick auf das, was es im kommenden Januar im Rahmen der Frankfurt Fashion Week auf der Neonyt zu sehen geben wird:

DAWN DENIM

Volle Punktzahl: Dawn Denim hat als einzige Marke weltweit 100 von 100 Punkten beim Brand Performance Check der NGO Fair Wear Foundation erreicht. Von Transparenz über Indexlohn bis hin zur Happy Factory. Für die Fashion Revolution. www.dawndenim.com

GOT BAG

Das Backpack-Label GOT BAG nutzt für seine Rucksäcke und Taschen 100 Prozent recyceltes Plastik aus dem Meer. Flaschen, Strohalme, Tüten: Vor der indonesischen Insel Java sammeln 2.000 Fischer gemeinsam mit dem Team von GOT BAG tonnenweise Plastik – in China wird das Material anschließend recycelt. Das fertige Produkt wird per Zug nach Europa gebracht, um möglichst wenig CO2-Ausstoß zu verursachen. www.got-bag.com

LANIUS

Fair seit 1999: Das GOTS-zertifizierte Label Lanius gibt Kleidungsstücken ihren Wert zurück. Natürliche Rohstoffe, transparente Arbeitsweisen, zeitlose Mode: Das erfolgreiche Familienunternehmen aus Köln arbeitet mit ausgewählten Partner*innen zusammen und stellt persönlich sicher, dass jeder Schritt der Lieferkette fair und transparent ist. www.lanius.com

MELAWEAR

Das Kasseler Label Melawear verfolgt einen holistischen Ansatz von Nachhaltigkeit. Der Einklang von Mensch und Natur steht dabei im Vordergrund. Produziert wird fair und mit ressourcenschonenden Materialien in Indien – von dort stammt auch der Name des Labels. Er bedeutet „gemeinsames Handeln“. www.melawear.de

MUD JEANS

Mud Jeans ist ein wahrer Pionier im Denim-Sektor: Das B-Corp-Label nutzt für Teile seiner Kollektion mechanisch recycelte Jeans, die sie bereits einmal verkauft hatten und schenkt dem Material so ein zweites Leben. 20.000 alte Mud-Jeans hat die Brand bislang zurückgenommen, recycelt und zu neuem Denim-Stoff verwoben. Außerdem können Jeans des niederländischen Labels statt gekauft, auch für ein Jahr geleast werden. Für eine Welt ohne Müll. www.mudjeans.de

Diese nachhaltigen Brands sind im Januar bei der Premium am Start:

ABSOLUT CASHMERE

Kaschmir-Pullovern ein zweites Leben schenken – Absolut Cashmere zeigt wie. Das französische Modelabel bietet seinen Kund*innen den Service an, für einen Voucher von 30 Euro ihre alten Kaschmirpullover einzusenden. Aus den alten Pullis werden dann neue Fasern und Garne und schließlich neue Kaschmirprodukte gewonnen. www.absolutcashmere.com

LEMON JELLY

360 Grad: Lemon Jelly hat eine Recycling-Technologie entwickelt, mit der es der portugiesischen Schuhmarke gelingt, seine veganen Stiefel zurückzunehmen, zu recyceln und zu neuen Modellen zu verarbeiten. Destroy nothing, transform everything. www.lemonjelly.com

WOMSH

Ehrlichkeit, Transparenz, Zukunftsvisionen und Inklusion sollen nicht nur schöne Worte sein, sondern gesunde und konkrete Formen des Wirtschaftens. Mit diesem Anspruch vereint Womsh italienische Handwerkskunst mit ethischer Produktion und Respekt für die Umwelt. www.womsh.com

Auf der Seek mit dabei, sind unter anderem folgende nachhaltige Labels:

ARYS

Heute die Tradition von Morgen schaffen – das ist der Anspruch der international erfolgreichen Sustainable Fashion Brand Arys aus Berlin. Das gelingt durch den einzigartigen Designcode der Marke: Komfort trifft auf adaptives, multifunktionales und zeitloses Design. Mit deutschem Engineering, nachhaltig und fair hergestellt. www.aryswear.com

ECOALF

Because there is no planet B: Ecoalf ist in den vergangenen zwölf Jahren zum Synonym seines eigenen Claims geworden. In Zahlen heißt das: Ecoalf hat 400 recycelte Stoffe entwickelt, für die insgesamt über 250 Millionen Plastikflaschen, 80 Tonnen ausrangierte Fischernetze, Altreifen, Tausende Tonnen postindustrielle Baumwollabfälle und Wollreste recycelt wurden. Bei der letzten Kollektion mit recycelter Baumwolle wurden zudem über 63 Millionen Liter Wasser eingespart. www.ecolaf.com

MERZ B SCHWANEN

Slow Fashion statt Fast Fashion – das hat sich Merz B Schwanen auf die Agenda geschrieben und zwar mit guten Basics aus natürlichen, nachhaltigen Materialien. Das Design ist zeitlos und wohlbedacht. Das „gute Alte“ wird mit den Ansprüchen und dem Zeitgeist der Gegenwart und Zukunft verbunden. So werden die Stoffe auf 100 Jahre alten, originalen Rundwirkmaschinen in Deutschland hergestellt. www.merzbschwanen.com

MYOMY

Neue Materialien mit Zukunft: AppleSkin, Pilze, Papier, Kork, Ananasblätter und recycelte Autoteile – das B-Corp-zertifizierte Unternehmen Myomy forscht gemeinsam mit Pionieren an der alternativen Zukunft des Werkstoffs Leder. Das übergeordnete Ziel des niederländischen Taschenlabels lautet, jeden Tag an einer vollständig transparenten, gleichberechtigten und zirkulären Lieferkette zu arbeiten. www.myomy.nl

VEJA

Dass man es auch ohne überzogenes Marketing zu einer It-Brand schaffen kann, zeigt Veja mit seiner nachhaltigen Erfolgsgeschichte par excellence. Das Geld, was dadurch eingespart wird, wird in saubere und gute Produktionsbedingungen für alle Mitarbeiter*innen gesteckt. Seit 2005 ist die Brand getrieben, mit jedem Sneaker und jeder Saison besser zu werden. www.veja-store.com

Best Practice Brands wie diese sollen allen ausstellenden Brands der Frankfurt Fashion Week und letztlich der gesamten Textil- und Modebranche einen Anstoß zur Veränderung geben. Denn die Frankfurt Fashion Week versteht sich als Wissensplattform rund um Nachhaltigkeit und regt die Modebranche an, Impulse für eine nachhaltigere, zukunftsorientierte Transformation des Fashion Business zu setzen. Gemeinsam mit allen Partner*innen soll es gelingen, dass sich bis 2023 alle ausstellenden Unternehmen der Frankfurt Fashion Week zu den Sustainable Development Goals bekennen. Ein Wendepunkt.

Alle Pressematerialien finden Sie in unserem Pressebereich auf:
www.frankfurt.fashion

KONTAKT CORPORATE PR:

KERN.

corporatepress@frankfurt.fashion

KONTAKT LIFESTYLE PR:

haebmau.

lifestylepress@frankfurt.fashion

FRANKFURT FASHION WEEK

Die FFW ist Initiatorin eines sustainable Movements mit dem Ziel, die Fashionwelt nachhaltig zu verändern. Unter dem Claim "Reform the Future" bietet sie Visionär*innen und Akteur*innen eine Plattform bestehend aus Tradeshows, Konferenzen, Showcases, lokalen Events und dem digitalen FFW Studio. Damit umfasst die Frankfurt Fashion Week ein einzigartiges Ecosystem, das zum Place-to-be für das internationale Fashion Business wird. Als Leitthemen setzt die FFW Sustainability und Digitisation auf ihre Agenda. In Zusammenarbeit mit dem United Nations Office for Partnerships fördert die FFW die Umsetzung der Sustainable Development Goals (SDGs) in der Fashionindustrie. Um diesen Wandel aktiv voranzutreiben, haben sich vier starke Partner gefunden: die Messe Frankfurt, weltweit größter Messe-, Kongress- und Eventveranstalter mit eigenem Gelände, und die Premium Group, Veranstalter von Europas größter Modemesse, sowie die Stadt Frankfurt und das Land Hessen als Host.

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 Geländevermietung 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

PREMIUM GROUP

Seit 2003 organisiert die PREMIUM GROUP die wichtigsten Messeveranstaltungen sowie führende und zukunftsorientierte Business- und Networking-Plattformen. Das starke Event-Portfolio beinhaltet die internationalen Fashion Trade Shows PREMIUM und SEEK, das B2C Festival THE GROUND 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

LAND HESSEN

Hessen ist ein wirtschaftsstarkes Bundesland mitten in Europa und mit dem größten Flughafen, dem wichtigsten Bahnhof und dem verkehrsreichsten Autobahnkreuz Deutschlands eine internationale Verkehrsdrehscheibe. Von den mehr als sechs Millionen Bürgerinnen und Bürgern leben mehr als zwei Millionen Menschen im Ballungsraum Frankfurt-Rhein-Main. Hier befindet sich mit Frankfurt der wichtigste Finanzplatz der Eurozone und durch einen starken Dienstleistungssektor, eine exportkräftige Industrie und eine ausgeprägte Internationalität zählt Hessen zu den Top-Standorten Europas. Die Kultur- und Kreativwirtschaft gilt als einer der bedeutendsten Wachstumsmärkte und als Triebfeder der Innovation weit über den eigenen Wirtschaftszweig hinaus.