



PRESSEMITTEILUNG

FRANKFURT FASHION SDG SUMMIT: STARKES SIGNAL AN DIE MODEWELT

Mode braucht den Wandel: Der erste Frankfurt Fashion SDG Summit sendete am gestrigen Mittwoch ein starkes Signal für mehr Nachhaltigkeit in der Modewelt. Designer*innen, Politiker*innen, Wissenschaftler*innen und Klimaktivist*innen sprachen mit einer Stimme für die dringend erforderliche Transformation der Mode- und Textilindustrie. Die künftig jährlich in Frankfurt am Main stattfindende Konferenz wurde von der Conscious Fashion Campaign präsentiert und von der Messe Frankfurt in Zusammenarbeit mit dem United Nations Office for Partnerships realisiert.

Frankfurt am Main, 8. Juli 2021. Tarek Al-Wazir, Hessischer Minister für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen richtete zu Beginn des Summits einen Appell an die internationale Zuhörerschaft: „Die Konferenz ist ein Signal in die internationale Textil- und Modewelt. Es ist wichtig, dass die Nachhaltigkeitsziele der United Nations ganz oben auf der Agenda dieser Fashion Week stehen. Denn wir müssen von ‚fast Fashion‘ zu ‚fair Fashion‘ kommen. Wir müssen destruktives Verhalten, das die Umwelt zerstört und Menschen ihrer Lebensgrundlage beraubt, beenden. Prekäre und lebensbedrohliche Arbeitsbedingungen gilt es zu stoppen – und zwar sofort. Wir müssen Verantwortung übernehmen und handeln – ohne zu zögern. Nur so können wir das Ziel der Agenda 2030 erreichen. Und deshalb wünsche ich mir, dass von dem heutigen Summit ein hoher Nutzen ausgeht, der am Ende in nachhaltiges Handeln mündet.“

Von Seiten des United Nations Office for Partnerships (UNOP) lobt Annemarie Hou, Acting Executive Director des UNOP die Frankfurt Fashion Week und den SDG Summit als eine wertvolle Plattform, um Innovationen und nachhaltige Lösungen in der Modeindustrie voranzutreiben. „Wenn wir alle zusammenarbeiten, können wir verantwortungsvolle Produktionsverfahren und Konsumverhalten fördern. Diese Lösungen werden der Welt helfen, das Versprechen der 17 Nachhaltigkeitsziele einzulösen. Oder wie es der Generalsekretär der Vereinten Nationen António Guterres sagte: ‚Jetzt ist der Moment, in dem es darum geht, Maßnahmen zur Erreichung der SDGs zu ergreifen, und Frieden mit der Natur zu schließen.‘ Durch diesen Summit forcieren wir den Weg in eine grünere und gerechtere Zukunft.“





„Als führender Veranstalter von internationalen Textilmessen mit weltweit 60 Events ist es uns ein großes Anliegen, mit dem neuen Frankfurt Fashion SDG Summit die Richtung vorzugeben – in eine nachhaltige Zukunft der globalen Mode- und Textilbranche. Von Frankfurt aus ging ein starkes Signal für den Wandel in Industrie und Handel aus. Und gemeinsam mit unseren Partnern der Conscious Fashion Campaign und dem United Nations Office for Partnerships konnten wir die 17 Nachhaltigkeitsziele der UN einem breiten, internationalen Publikum näher bringen“, sagt Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt.

Großer Hebel, um die Nachhaltigkeitsziele zu erreichen

Die Textil- und Modeindustrie ist eine der weltweit größten Verursacher von CO₂-Emissionen und Wasserverschmutzungen. Dementsprechend groß ist der Hebel, wenn es darum geht, die 17 Nachhaltigen Entwicklungsziele (SDGs) der Agenda 2030 der Vereinten Nationen in der Modebranche zu erreichen und mit Maßnahmen zur Bekämpfung von Armut, Ungerechtigkeit und Ausbeutung sowie dem Aufhalten des Klimawandels eine bessere Welt zu erschaffen. Um einen bedeutenden Veränderungsprozess zu beschleunigen, sind ein transformativer Wandel und innovatives Denken in der kompletten globalen Lieferkette nötig. Multi-Stakeholder-Zusammenarbeit zu initiieren, Wissen rund um Nachhaltigkeit zu teilen und den gesamten Modesektor zu aktivieren, um die Modeindustrie auf internationalem Level nachhaltiger zu machen – an diesen entscheidenden Stellen lieferte der neue Frankfurt Fashion SDG Summit wertvolle Impulse.

Die Themen des Frankfurt Fashion SDG Summit orientierten 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 beleuchteten die globalen Problemfelder der Mode- und Textilindustrie und zeigten Lösungen für eine nachhaltige Zukunft auf: Sinnvoll wirtschaftend, im Einklang mit der Natur, verantwortungsvoll gegenüber den Menschen in einer globalisierten Welt – so kann eine neue Mode-Ära entstehen.

Modedesigner*innen gehen voran

„Als kreative Branche ist es jetzt, während wir uns von der Pandemie erholen, wichtiger denn je, dass wir achtsam und mit Blick auf die SDGs arbeiten – sowohl was Arbeitsbedingungen betrifft als auch Ressourcen“, sagt Maria Cornejo, Gründerin und Kreativdirektorin von Zero + Maria Cornejo. Als Frauenrechtlerin ist ihre Arbeit von der Idee geleitet, tragbaren Luxus für bewusst lebende Frauen zu schaffen. Ihr Unternehmen steht für charakteristische, nachhaltige Mode und lokal im New York City Garment District produzierte Kollektionen.

„Wenn es um nachhaltige Unternehmungen geht, müssen wir den Leuten die Chance geben, Neues zu probieren und dabei auch scheitern zu dürfen, um es dann wieder zu versuchen. Manchmal steht uns





eine große Angst im Weg, keine perfekte nachhaltige Marke zu sein“, sagt Patrick Mc Dowell, Gründer von Patrick McDowell und Sustainability Design Director von Pinko. Der Londoner Designer beweist, dass es nicht nur die Aufgabe eines Modeschaffenden ist, schöne Kleidung zu entwerfen, sondern auch die Systeme, in denen sie sich befinden, neu zu gestalten.

Starke Appelle von Klimaaktivistinnen, Menschenrechtlerinnen und Wissenschaftlerinnen

„Die Klimakrise ist kein Szenario der Zukunft. Sie ist jetzt und hier. Wir können nur eine Veränderung erreichen, wenn die Nationen zusammenkommen, um global gegen diese Krise vorzugehen“, sagt Clara Mayer, Pressesprecherin von Fridays For Future, Deutschland. Und Nazma Akter pflichtet bei: „Wenn wir die Agenda 2030 wirklich erreichen wollen, müssen wir zu einer fairen und transparenten Arbeitsweise in der Mode- und Textilindustrie kommen. Das ist die große Herausforderung.“ Als ehemalige Kinderarbeiterin kämpft Nazma Akter (Gründerin der Awaj Foundation) seit über 30 Jahren für die Rechte von Arbeitnehmern, insbesondere von Frauen.

Einen wissenschaftlichen Blickwinkel auf die dramatische Lage in den Ozeanen, die zu großen Teilen auf die Modeindustrie zurückzuführen ist, brachte Prof. Dr. Boetius, Direktor am Alfred-Wegener-Institut, Helmholtz-Zentrum für Polar- und Meeresforschung, in die Konferenz ein: „Ozeane sind unser Lebenserhaltungssystem. Die Tiefsee mit durchschnittlich vier Kilometern Tiefe macht 60 Prozent der Erdoberfläche aus und sie besteht aus einer sehr vielfältigen Landschaft mit unzähligen, vielfach noch unerforschten Lebewesen. Die Ozeane nehmen 90 Prozent der Wärme aus der Atmosphäre und bis zu einem Drittel des emittierten CO₂ auf. Doch dieses System ist immens gefährdet.“

Politik, Forschung, Industrie und NGOs: unterschiedliche Blickwinkel, eine Mission

Auf dem Podium der ersten digitalen Ausgabe des Frankfurt Fashion SDG Summit saßen internationale Vertreter*innen der Mode- und Textilindustrie, der Politik, der Forschung und Wissenschaft, von NGOs und United Nations Advocates (in chronologischer Reihenfolge der Redebeiträge): Tarek Al-Wazir (Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen), Lotta Tahtinen (United Nations Department of Economic and Social Affairs (DESA)), Botschafter Günter Sautter (Stellvertretung des Ständigen Vertreters Deutschlands bei den Vereinten Nationen), Florian Pronold (Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit), Steven Kolb (Council of Fashion Designers of America (CFDA)), Detlef Braun (Messe Frankfurt), Christiane Arp (Fashion Council Germany), Claudio Marenzi (Pitti Uomo), Patrick McDowell (Patrick McDowell/PINKO), Elle L. (Elle E.), Claudia Rinke (NOW Documentary), Clara Mayer (Fridays for Future), Nazma Akter (Awaj Foundation), Rosemarie Heilig (City of Frankfurt am Main), Professor Dr. Martina Klärle (Frankfurt University of Applied Sciences), Melanie Nolte (Industrie- und Handelskammer (IHK) Frankfurt am Main), Sophia Kianni (United Nations Office of the Secretary-General's Envoy on Youth), Caroline Rush (British Fashion Council), Kerry Bannigan (Conscious Fashion Campaign), Professor Dr. Antje Boetius (Alfred Wegener Institute, Helmholtz Centre





for Polar and Marine Research), Runa Ray (Mojo Design Studios), Svein Rasmussen (Somwr & Starboard), Esther Pan Sloane (United Nations Capital Development Fund (UNCDF)), Lucilla Booyzen (South African Fashion Week), Yamê Reis (Rio Ethical Fashion), Kim Scholze (Sympatex), Niclas Svenningsen (United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC)), Caroline Ledl (Lenzing), Darshana Gajare (RISE Worldwide/Lakmé Fashion Week), Abrima Erwiah (Studio One Eighty Nine), Jakhya Rahman-Corey (Swarovski Foundation), Paloma Costa (UN Secretary-General Youth Advisory Group on Climate Change), Maria Cornejo (Zero + Maria Cornejo) and Annemarie Hou (United Nations Office for Partnerships (UNOP)).

SDGs: Zentrales Element der Frankfurt Fashion Week

Damit bildete der erste Frankfurt Fashion SDG Summit eines der Kernelemente der digitalen Frankfurt Fashion Week und konnte auch auf die anderen Formate der Frankfurt Fashion Week ausstrahlen. So ist ein deutliches Bewusstsein für die Dringlichkeit des Themas Nachhaltigkeit allgegenwärtig. Die Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen wurden für eine internationale Fashion- und Lifestyle-Community sichtbar und erlebbar gemacht, um den Wandel in der Branche spürbar voranzutreiben. Ab 2023 werden zudem die SDGs zur verbindlichen Teilnahmebedingung für alle ausstellenden Unternehmen der Messen Premium, Seek und Neonyt.

Die nächste Ausgabe des Frankfurt Fashion SDG Summits findet im Juli 2022 während der Frankfurt Fashion Week statt.

Impressionen und Video-Aufzeichnungen gibt es auf der Webseite:

www.sdgsummit.fashion

Pressematerialien zum Frankfurt Fashion SDG Summit und zur Frankfurt Fashion Week finden Sie im Pressebereich der Frankfurt Fashion Week:

<https://frankfurt.fashion/de/presse>

PRESSEKONTAKT

Stefan Jakob

Messe Frankfurt Exhibition GmbH

stefan.jakob@messefrankfurt.com

0049 69 7575 5822





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 Vordenker*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 Initiiierende sowie die Stadt Frankfurt und das Land Hessen als Host.

www.frankfurt.fashion

MESSE FRANKFURT

Die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt ist die weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalterin mit eigenem Gelände. Zum Konzern gehören rund 2.450 Mitarbeitende im Stammhaus in Frankfurt am Main und in 29 Tochtergesellschaften weltweit. Das Unternehmen hat im Jahr 2020 einen Jahresumsatz von rund 257 Millionen Euro erwirtschaftet, nachdem das Jahr 2019 noch mit einem Jahresumsatz von 736 Millionen Euro abgeschlossen werden konnte. Auch in den schwierigen Zeiten der Corona-Pandemie sind wir mit unseren Branchen international vernetzt. Die Geschäftsinteressen unserer Kund*innen 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 Kund*innen 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.

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 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

UNITED NATIONS OFFICE FOR PARTNERSHIPS

Ausgerichtet an den Zielen des Generalsekretärs der Vereinten Nationen, ist das United Nations Office for Partnerships (UNOP) das Tor zum System der UN, um Partnerschaften zu vermitteln und mitzugestalten, um Lösungen für die Ziele der Sustainable Development Goals (SDGs) zu liefern, die alle Menschen überall erreichen. In seiner Rolle als Bindeglied beteiligt sich das UNOP proaktiv an der Einbindung, Einberufung und Nutzung von Interessengruppen, Initiativen und Lösungen zur Unterstützung der Dekade des Handelns (Decade of Action), um die SDGs bis 2030 zu verwirklichen.

https://www.un.org/democracyfund/sites/www.un.org.democracyfund/files/unop_brochure.pdf

CONSCIOUS FASHION CAMPAIGN

Die Conscious Fashion Campaign, in Kooperation mit dem United Nations Office for Partnerships, gestalten hochkarätige Partnerschaften für globale Modeveranstaltungen mit, um die Dekade des Handelns (Decade of Action) zur Verwirklichung der Sustainable Development Goals bis 2030 voranzutreiben. Die von Kerry Bannigan gegründete Kampagne wurde 2019 ins Leben gerufen, um innovative Ideen anzuregen, Branchenführer zu vernetzen, neue Partnerschaften zu ermöglichen und nachhaltige Veränderung herbeizuführen. Durch Interessensvertretung, Bildung und Partnerschaftsentwicklung unterstützt die Conscious Fashion Campaign Lösungen für nachhaltige Innovationen in der Dekade des Handelns.

www.consciousfashioncampaign.com

