

Pressemitteilung

24. Juli 2018

## Drei Challenges, sechs hoch innovative und nachhaltige Lösungen

Thimo Schwenzfeier  
Tel. +49 69 75 75-6291  
thimo.schwenzfeier@messefrankfurt.com  
www.messefrankfurt.com  
www.fashionsustain.messefrankfurt.com

**Ideenschmiede in einer neuen Dimension – der FASHIONSUSTAINBERLIN THINKATHON hat in seiner zweiten Auflage erneut die enormen Potenziale des neuartigen Design-Thinking-Formats bewiesen. HUGO BOSS, KPMG, Microsoft HoloLens sowie die Fachmessen Tectextil und Texprocess haben nun die exklusiven Rechte an der Umsetzung der erdachten Konzepte.**

Von einer Circular Wardrobe und einer Sustainability Match Making App über Konzepte für die Customer Experience und den interaktiven Retail bis hin zu Mixed Reality Prototyping und Sustainability Speed Dating – das sind die Ergebnisse des **FASHIONSUSTAINBERLIN THINKATHON**, der am 2. und 3. Juli 2018 zum zweiten Mal parallel zur Konferenz **FASHIONSUSTAINBERLIN** stattgefunden hat. Damit hat das neuartige Design-Thinking-Format erneut gezeigt, wie multidisziplinäre Teams in kürzester Zeit hoch innovative und branchenrelevante Lösungen entwickelt können. Challenge-Geber waren dieses Mal HUGO BOSS, KPMG, Microsoft HoloLens sowie die Fachmessen Tectextil und Texprocess.

„Inspiration und Interdisziplinarität“, hält Olaf Schmidt, Vice President Textiles and Textile Technologies die Stärken des THINKATHON fest. „Die Teams des THINKATHON zeichnen sich durch ihre heterogene Zusammensetzung aus Innovatoren und Vorausdenkern aus. Die Höchstleistungen, die die Teilnehmer hier im High-Speed-Verfahren erzielen, sind beeindruckend – für uns als Messe Frankfurt ist der THINKATHON ein progressives Erfolgsformat, das bereits in seiner zweiten Auflage zu einem festen Bestandteil unserer Berlin Fashion Week- Plattform im Kraftwerk geworden ist“, so Schmidt weiter.

Im Anschluss an die zweitägige Konklave, zu der sich die THINKATHON-Teilnehmer gemeinsam mit ihren Mentoren sowie Vertretern der Challenge-Geber zurückgezogen haben, präsentierten sie ihre innovativen Resultate und Lösungsvorschläge. HUGO BOSS, KPMG, Microsoft HoloLens und Tectextil/Texprocess besitzen nun die exklusiven Rechte, um die vorgestellten Konzepte Realität werden zu lassen.

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

„Nachhaltigkeit ist für HUGO BOSS integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie“, sagt Andreas Streubig, Director Global Sustainability der HUGO BOSS AG. In der Design-for-Tomorrow-Challenge stellte das Metzinger Modeunternehmen die THINKATHON-Teilnehmer vor die Aufgabe, wie ein marktführendes Kreislauf-Service-Modell für eine Premium Fashion Brand aussehen könnte. Team Blue schlug ein „*Upgrade der Customer Experience*“ vor – diese sollte in eine nachhaltige und zirkuläre Erfahrung transformiert werden und um innovative Features wie eine C2C-Wiederverkaufsplattform und einen kombinierten Online- und Offline-Concept-Store angereichert werden.

Dieser Idee stellte Team Purple seine „*Circular Wardrobe App*“ entgegen: Eine App, die Kunden auf ihre Garderobe aufmerksam machen soll – auf die Recyclingfähigkeit, den finanziellen Wert und die Umweltauswirkungen ihrer Garderobe aufmerksam machen soll. Mit Hilfe einer umweltorientierten Logistikkette sowie durch Veranstaltungen und Interaktionstools würden Kunden so auf unterhaltsame und einfache Weise in das Konzept der Kreislaufwirtschaft eingebunden.

„Mit unserem Bekenntnis zum Circular Fashion System Commitment der Global Fashion Agenda akzeptieren wir die Verantwortung mit Blick auf die knapper werdenden globalen Ressourcen und stellen die Weichen für eine kooperative Lösungssuche im Textilsektor“, ergänzt Streubig und weiter: „Der FASHIONSUSTAIN THINKATHON passt ideal zu den vor uns liegenden Herausforderungen: Er ist international und bringt die weltweit besten Köpfe zusammen. Er ist kollaborativ, weil über allem Wettbewerb das gemeinsame Ziel steht. Vor allem aber gibt er der jungen Generation die Möglichkeit, aktiv an der Gestaltung der Zukunft mitzuarbeiten.“

KPMG und Microsoft HoloLens haben den THINKATHON Teilnehmern in einer gemeinsamen Challenge eine Aufgabe zum Thema „Mixed Reality“ gestellt. Mixed Reality sind Systeme, die die natürliche und künstliche Wahrnehmung eines Nutzers vermischen, so etwa durch die intelligente Verknüpfung von E-Commerce und die Schaffung von Einkaufserlebnissen. KPMG und Microsoft HoloLens wollten von den THINKATHON-Teilnehmern in diesem Zusammenhang wissen, wie diese Technologien eingesetzt werden können, um die Modeindustrie nachhaltiger zu machen. Team Yellow hat dazu ein „*interaktives Retail Konzept*“ erdacht. Ein Kollektiv regionaler Marken und Designer soll Mixed-Reality-Applikationen nutzen; die Nachhaltigkeit ihrer Geschäftsmodelle und die Sichtbarkeit ihrer Produkte würde verbessert, indem die Unternehmen Feedback von Kunden erhalten, die ihre Produkte durch die HoloLens erlebt haben.

Team Green schlägt vor, Mixed Reality zu nutzen, um die Produktion transparenter, effizienter und visueller zu machen. Die Microsoft HoloLens könnte beim Prototyping sowohl für Produktionsunternehmen als auch für deren Geschäftspartner eine neue Qualität in Sachen Kollaboration schaffen und damit einen Mehrwert generieren – „*Mixed Reality Prototyping*“ nennen sie ihren Ansatz. „Der Thinkathon hat den Raum für interdisziplinäre, kreative Teams geschaffen, innovative

FASHIONSUSTAINBERLIN

Frankfurt am Main,

Ansätze für den Einsatz von Augmented Reality in der Modeindustrie zu erarbeiten. Diese Konzepte haben das Potenzial, die Nachhaltigkeit in dieser Branche voranzutreiben“, so Jenny Kirsch, Consultant von KPMG.

In einer dritten Challenge, der „Tectextil’s Circular Change Challenge“, setzten die Fachmessen Tectextil und Texprocess bei der textilen Wertschöpfungskette an. Sie stellten die Frage, wie alle Beteiligten entlang der textilen Wertschöpfungskette bei der Umstellung der Industrie hin zu Nachhaltigkeit, Wiederverwendbarkeit und Kreislauffähigkeit mit einbezogen werden können. „Es war großartig zu sehen, wie intensiv die beiden Teams unsere Herausforderung diskutiert und bearbeitet haben. Die Ansätze und Ergebnisse sind wirklich interessant und werden definitiv Teil unserer weiteren Diskussionen sein,“ sagt Michael Jänecke, Director Brand Management Technical Textiles, Tectextil.

Team Red konzipierte eine „*Sustainability Matchmaking App*“, die Besucherbedürfnisse mit nachhaltigen Innovationen von Tectextil- und Texprocess-Ausstellern verknüpft. Die Wissensaustausch- und Networking-Plattform macht Nachhaltigkeitsbemühungen und -fortschritte sichtbar und bindet gleichzeitig Kunden und Aussteller ein, um Kooperationen und Innovationen für Nachhaltigkeit in Gang zu bringen. „*Sustainable Speed Dating*“ nannte Team Orange seine Idee – das Ziel: Tectextil- und Texprocess-Aussteller mit führenden Unternehmen im Bereich Nachhaltigkeit zusammenzubringen. Gelingen soll dies über verschiedene Plattformen wie Satelliten-Events während Messen, laufende Support- und Mentoring-Programme sowie ein moderiertes Speed-Dating.

Der THINKATHON ist ein einzigartiges Design-Thinking-Format, das im Auftrag der Messe Frankfurt von Sourcebook.eu organisiert wird. Der nächste THINKATHON wird während der Berlin Fashion Week im Januar 2019 im Rahmen der Messe- und Konferenzplattform NEONYT stattfinden und bildet damit einen integralen Bestandteil dieses neuen Hubs für die Zukunft der Mode.

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

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

[www.sourcebook.eu](http://www.sourcebook.eu)

## **THINKATHON**

Im Rahmen des THINKATHON kommen Vordenker aus verschiedenen Bereichen zusammen, um ihr jeweiliges Wissen und ihre Expertise zu vereinen und auf diese Weise innerhalb eines begrenzten Zeitrahmens innovative Lösungen für ein spezifisches Problem zu finden. Parallel zur Konferenz **FASHIONSUSTAINBERLIN** stellen sich interdisziplinäre Teams Aufgabenstellungen der Industrie in einer Design-Thinking-Challenge. Der THINKATHON bringt Forscher und Berater mit Designern, Technikern, Start-ups und MA-Studenten zusammen. In kleinen Gruppen beantworten sie Fragen von fortschrittlichen

FASHIONSUSTAINBERLIN

Frankfurt am Main,

Unternehmen und Initiativen zur Zukunft von Mode und Textilien. Ihre Lösungsansätze basieren auf multidisziplinären Kooperationen und befassen sich mit nachhaltigen, technologischen Praktiken und Innovationen im Unternehmenssektor.

**Videos, Fotos und weitere Informationen:**

[www.fashionsustain.messefrankfurt.com](http://www.fashionsustain.messefrankfurt.com)  
[www.facebook.com/FashionSustain](https://www.facebook.com/FashionSustain)  
[www.instagram.com/Fashionsustain.berlin/](https://www.instagram.com/Fashionsustain.berlin/)  
[www.twitter.com/fashion\\_sustain](https://www.twitter.com/fashion_sustain)

[www.greenshowroom.com](http://www.greenshowroom.com)  
[www.facebook.com/greenshowroom](https://www.facebook.com/greenshowroom)  
[www.youtube.com/greenshowroom](https://www.youtube.com/greenshowroom)  
[www.instagram.com/greenshowroom](https://www.instagram.com/greenshowroom)

[www.ethicalfashionshowberlin.com](http://www.ethicalfashionshowberlin.com)  
[www.facebook.com/ethicalfashionshowberlin](https://www.facebook.com/ethicalfashionshowberlin)  
[www.youtube.com/EFSBerlin](https://www.youtube.com/EFSBerlin)  
[www.instagram.com/ethicalfashionshowberlin](https://www.instagram.com/ethicalfashionshowberlin)

Informationen zu den weltweiten Textilmessen der Messe Frankfurt:  
[www.texpertise-network.com](http://www.texpertise-network.com)

**Ansprechpartner Presse:**

Messe Frankfurt Exhibition GmbH  
Thimo Schwenzfeier  
Leitung Marketingkommunikation  
Tel: +49 69 75 75 62 91  
E-Mail: [thimo.schwenzfeier@messefrankfurt.com](mailto:thimo.schwenzfeier@messefrankfurt.com)

**Kern Kommunikation**

Alex Vogt  
Tel: +49 69 65 00 57 32  
E-Mail: [presse@kernkommunikation.de](mailto:presse@kernkommunikation.de)

**Hintergrundinformation Messe Frankfurt**

Messe Frankfurt ist der weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalter mit eigenem Gelände. Mehr als 2.400 Mitarbeiter an 30 Standorten erwirtschaften einen Jahresumsatz von rund 669 Millionen Euro. Mittels tiefgreifender Vernetzung mit den Branchen und eines internationalen Vertriebsnetzes unterstützt die Unternehmensgruppe effizient die Geschäftsinteressen ihrer Kunden. Ein umfassendes Dienstleistungsangebot – onsite und online – gewährleistet Kunden weltweit eine gleichbleibend hohe Qualität und Flexibilität bei der Planung, Organisation und Durchführung ihrer Veranstaltung. Die Servicepalette reicht dabei 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](http://www.messefrankfurt.com) | [www.congressfrankfurt.de](http://www.congressfrankfurt.de) | [www.festhalle.de](http://www.festhalle.de)

FASHIONSUSTAINBERLIN  
Frankfurt am Main,