

Pressemitteilung

April 2018

FASHIONSUSTAIN: Thinking outside the box

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

Ein neues Design-Thinking-Format für die Berliner Modeszene: Parallel zur vergangenen Konferenz FASHIONSUSTAIN.BERLIN hat die Messe Frankfurt erstmals einen sogenannten THINKATHON initiiert und damit ein Exempel für ein zukunftsorientiertes, kollaboratives Wirtschaftsverständnis geschaffen. Das erfolgreiche Ergebnis: Vier hoch innovative Lösungsansätze, die die Challenge-Geber Zalando und Fashion Council Germany nun exklusiv umsetzen können.

Interdisziplinärer Diskurs und zukunftsorientiertes Wirtschaftsverständnis rund um die Themen Nachhaltigkeit, Innovationen und technologischer Fortschritt: 48 Stunden lang befassten sich das internationale, multidisziplinäre und hochkarätig besetzte Teilnehmerfeld des ersten THINKATHON intensiv mit genau diesen Themen. Der THINKATHON und die sich selbst als „Taskforce“ bezeichnenden Teilnehmer führten nicht nur einen radikal direkten und offenen Design-Thinking-Ansatz in die europäische Textilbranche ein, sondern präsentierten darüber hinaus im unmittelbaren Anschluss an die zweitägige Konklave ihre vier konkreten Lösungsansätze, wie die Zukunft der Mode- und Textilbranche nachhaltiger gestaltet werden könnte. Stattgefunden hat der THINKATHON parallel zum Konferenzduo FASHIONSUSTAIN und #FashionTech im Rahmen der vergangenen Berlin Fashion Week.

Organisiert von Sourcebook.eu im Auftrag der Messe Frankfurt und erdacht durch den Thinktank RIFT.berlin hatten die 28 Teilnehmer aus zwölf europäischen, asiatischen und nordamerikanischen Ländern die Aufgabe, zwei sogenannte Design-Challenges zu lösen, die von Zalando als Industriepartner sowie dem Fashion Council Germany gestellt wurden. Die von Zalando eingebrachte Aufgabenstellung orientierte sich an den Herausforderungen eines Multi-Label-Händlers: „Wie können wir ein intelligentes System schaffen, das versteckte Nachhaltigkeitsbemühungen wie nicht zertifizierten fairen Handel oder die Zahlung von existenzsichernden Löhnen aufdeckt?“ Demgegenüber setzte die Challenge des Fashion Council Germany bereits in der Produktentstehungsphase an: „Wie können wir Bildung und Mentoring innovieren, so dass Designer neue, nachhaltige Technologien umsetzen?“

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

Um sich diesen Fragen zu nähern, wurden das Teilnehmerfeld – ein multidisziplinärer Mix aus Querdenkern, Forschern, Designern, Technikern, Unternehmern und politischen Entscheidungsträgern – in vier Teams aufgeteilt. Unter Anleitung von zwei Coaches entwickelten die Teams zwar individuelle Lösungsansätze, arbeitete dabei jedoch gleichzeitig auf ein übergeordnetes, gemeinsames Ziel hin: Eine nachhaltigere Zukunft für die Modeindustrie zu co-kreieren.

Im Format eines Team-Pitches präsentierten alle vier Gruppen ihre Resultate und Lösungsvorschläge im Auditorium sowie als Finale der FASHIONSUSTAIN Konferenz. Zwei Teams wandten sich der Zalando-Challenge zu. Sie stellten unter dem Titel „Fashion Sustainability Circle“ ein UX-fokussiertes ganzheitliches Labeling-System für Nachhaltigkeitsthemen in der Modebranche vor, das Materialien, Produktion, Logistik und After Life umfasst sowie eine „Supplier Partnership Platform“, die das gegenseitige Vertrauen von Marken, Lieferanten und Verbrauchern fördern soll, indem sie relevante Nachhaltigkeitskriterien in textilen Lieferketten transparent darstellt.

Der vom Fashion Council Germany eingebrachten Aufgabenstellung widmeten sich die beiden anderen Teams und präsentierten folgende Konzepte: „Free Blues“ soll eine leistungsstarke Bildungsplattform werden, die einen Wissenstransfer entlang der gesamten Wertschöpfungskette ermöglicht und gleichzeitig aufstrebende Designtalente unterstützt. Unter dem Titel „Curated Exchange Platform“ ein ganzheitliches Programm, das eine Online-Plattform und physische Matchmaking-Initiativen umfassen soll, um Designstudenten und Doktoranden zu helfen, Nachhaltigkeitsziele mithilfe modernster Technologien und digitaler Tools zu erreichen.

Die Rechte an den detaillierten Präsentationsunterlagen sowie deren Inhalte sind im Anschluss an den Pitch exklusiv an die beiden Challenge-Geber übergegangen, so dass diese nun prüfen können, ob und in welcher Form die Idee Eingang in ihre Geschäftspraktiken finden werden.

Internationale Trendprognostiker, Designer, Wissenschaftsexperten, Entscheidungsträger der Sport-, Mode- und Textilbranche sowie erfolgreiche Entrepreneure aus Berlins dynamischer Start-Up-Szene – sie alle waren Teil des interdisziplinären Dialogs über die Zukunft der Mode und Textilbranche, der im Rahmen des innovativen Konferenzformats **FASHIONSUSTAIN.BERLIN** sowie in einem parallel stattfindenden THINKATHON im Januar seine Premiere feierte. Im Rahmen der vergangenen Fashion Week Berlin und eingebettet in die erfolgreichen Fachbesuchermessen Greenshowroom und Ethical Fashion Show Berlin verwandelten der THINKATHON, FASHIONSUSTAIN und die von der Premium Gruppe organisierte Konferenz #FashionTech das Kraftwerk Berlin in Europas größten Hub für zukunftsorientiertes, nachhaltiges Textilsourcing. Der nächste Thinkathon wird während der kommenden Berlin Fashion Week mit neuen Challenges stattfinden und dabei erneut an das Konferenzformat FASHIONSUSTAIN angedockt sein.

FashionSustainBerlin
Berlin, 17. Januar 2018

Weitere Presseinformationen sowie Fotos und Videos der Konferenz sowie des Thinkathons finden Sie unter:

<https://fashionsustain.messefrankfurt.com/berlin/en/press-material.html>

Hintergrund:

FASHIONSUSTAIN

Führende Unternehmen der Mode- und Textilbranche implementieren immer mehr nachhaltige Aspekte in ihre Unternehmens- und Sortimentsstrategie. Im Rahmen des neuen Konferenzformats FASHIONSUSTAIN werden bedeutende Akteure der Modebranche während der Fashion Week Berlin aktuelle Entwicklungspotenziale und Tendenzen aufzeigen und in einen zukunftsweisenden, interaktiven Dialog treten. Die Frage, wie nachhaltige Technologien die Athleisure-, Outdoor-, Sport- und Performancemärkte verändern werden, steht dabei im Zentrum. Eingebettet ist die Konferenz in das Messeduo Greenshowroom und Ethical Fashion Show Berlin, die gemeinsam Europas größte Plattform für nachhaltige Mode bilden. FASHIONSUSTAIN, Greenshowroom und Ethical Fashion Show Berlin werden organisiert von der Messe Frankfurt, einem der größten Messeveranstalter der Welt.

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 zum Konferenz-Duo FASHIONSUSTAIN und FASHIONTECH stellen sich interdisziplinäre Teams spezifischen Aufgabenstellungen der Industrie und einer Design-Thinking Challenge. Mit Zalando und dem Fashion Council Germany als Mentoren bringt der THINKATHON Forscher und Berater mit Designern, Technikern, Start-ups und MA-Studenten zusammen. In kleinen Gruppen beantworten sie Fragen von fortschrittlichen Unternehmen und Initiativen der Branche 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

www.facebook.com/FashionSustain

www.instagram.com/Fashionsustain.berlin/

www.twitter.com/fashion_sustain

www.greenshowroom.com

www.facebook.com/greenshowroom

www.youtube.com/greenshowroom

www.instagram.com/greenshowroom

www.ethicalfashionshowberlin.com

www.facebook.com/ethicalfashionshowberlin

www.youtube.com/EFSBerlin

www.instagram.com/ethicalfashionshowberlin

FashionSustainBerlin
Berlin, 17. Januar 2018

Informationen zu den weltweiten Textilmessen der Messe Frankfurt:

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

Kern Kommunikation

Alex Vogt

Tel: +49 69 65 00 57 32

E-Mail: presse@kernkommunikation.de

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Messe Frankfurt ist der weltweit größte Messe-, Kongress und Eventveranstalter mit eigenem Gelände. Mehr als 2.300 Mitarbeiter an rund 30 Standorten erwirtschaften einen Jahresumsatz von annähernd 647 Millionen Euro. Mittels tiefgreifender Vernetzung mit den Branchen und einem internationalen Vertriebsnetz 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, 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 | www.congressfrankfurt.de | www.festhalle.de