

FRANKFURT FASHION WEEK

FRANKFURT FASHION WEEK LANCIERT DIGITALES FFW STUDIO - KEINE PHYSISCHE VERANSTALTUNG IM SOMMER 2021

Die Frankfurt Fashion Week wird vom 5. bis 9. Juli 2021 digital stattfinden. Dafür haben die Initiierenden, die Messe Frankfurt und die Premium Group, das FFW STUDIO entwickelt. Die Tradeshows Premium, Seek, Neonyt und The Ground sowie die Runwaypräsentationen werden aufgrund der andauernden pandemischen Situation auf 19. bis 21. Januar 2022 verschoben.

Frankfurt am Main 5. Mai 2021. Ausschließlich digital – die andauernd volatile Covid-19 Situation in Deutschland und die bundesweite Beschlusslage seitens der Bundesregierung gebieten den Initiierenden der Frankfurt Fashion Week, sich für die erste Frankfurt Fashion Week vom 5. bis 9. Juli 2021 auf größtenteils digitale Formate zu konzentrieren. Als zentraler, digitaler Raum dafür wird das FFW STUDIO lanciert. Die Messen Premium, Seek, Neonyt und The Ground sowie die Runwaypräsentationen werden für den Sommer 2021 abgesagt und dann erstmals im Januar 2022 in der Mainmetropole ausgerichtet.

Neben den pandemischen Rahmenbedingungen ist vor allem die partnerschaftliche Verantwortung gegenüber allen Stakeholder*innen ausschlaggebender Punkt für diese Entscheidung – schließlich würde ein unverändertes Festhalten an den bisherigen Planungen das finanzielle Risiko für eine physische Durchführung der Frankfurt Fashion Week auf die Schultern der Aussteller*innen, Besucher*innen und Partner*innen verlagern. Die Prognosen hinsichtlich des Impffortschritts stimmen aktuell grundsätzlich positiv. Dennoch müssen Tradeshows und Präsentationen, die auf der physischen Präsenz eines internationalen Besucher*innen- und Aussteller*innenportfolios aufbauen, den zum jetzigen Zeitpunkt maßgeblichen Entscheidungsfaktoren Rechnung tragen. Zu diesen zählen insbesondere sowohl externe Kriterien, wie andauernde Einschränkungen im Reiseverkehr sowie umfangreiche Quarantänebestimmungen als auch unternehmensinterne Aspekte wie Reiserestriktionen oder auch Kurzarbeitsregelungen, die Stakeholder*innen eine Zusage der physischen Teilnahme an der Frankfurt Fashion Week Anfang Juli 2021 momentan unmöglich machen.

Digital Impulse für die Transformation der Fashionbranche setzen

„Jetzt heißt es, nach vorne blicken. Wir sind angetreten, um die Frankfurt Fashion Week mit ihrem Ecosystem zum Taktgeber der Mode- und Textilbranche zu machen und relevante Zukunftsthemen auf der Agenda der Industrie zu setzen. An diesem Anspruch halten wir fest. Beispielsweise der neue Frankfurt Fashion SDG Summit presented by der Conscious Fashion Campaign in Zusammenarbeit mit dem United Nations Office for Partnerships und die durch die "New European Bauhaus"-Initiative der Europäischen Union inspirierte Konferenz „The New European Bauhaus - Werkstatt der Zukunft“, organisiert vom Fashion Council Germany in Kooperation mit der Frankfurt Fashion Week, versprechen einen hochkarätigen digitalen Aufschlag. Unserer Intention, in Frankfurt eine Fashion Week gänzlich neu zu interpretieren und einen international Impact entwickelnden Impuls zu setzen, wie die Zukunft der Modeindustrie transformativ zu gestalten ist, werden wir somit auch unter diesen herausfordernden Umständen gerecht!“, sagt Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt.

„Es bricht mir das Herz, zum dritten Mal in Folge unsere Tradeshows, Konferenzen und Events, ebenso die geplanten Kollektionspräsentationen und Shows abzusagen. Machen wir uns nichts vor, für die Fashionbranche ist das dramatisch. Uns bleibt nichts anderes übrig, als den Tatsachen ins Auge zu sehen, die Konsequenzen zu ziehen und die physischen Elemente

einer Frankfurt Fashion Week – auf die wir uns alle so sehr freuen – für den Januar 2022 zu planen. Für den Juli werden wir nun alle Kräfte bündeln, um auch ohne persönliches Get-together unserer Verantwortung der Branche gegenüber digital gerecht zu werden: Im FFW STUDIO werden wir Inspiration bieten, vor allem aber die Themen zu Sustainability und Digitisation vorstellen und auf höchstem Niveau in entsprechenden Formaten diskutieren. Es geht darum, eine Art Pre-Season unserer Vision einer neuen Frankfurt Fashion Week, trotz Corona, Realität werden lassen“, sagt Anita Tillmann, Managing Director der Premium Group. "Jetzt erst recht!"

www.frankfurt.fashion wird zum FFW STUDIO

Das FFW STUDIO entsteht auf der Website www.frankfurt.fashion und wird der zentrale Anlaufpunkt für alle Textil- und Modeprofis, Fashion People und Interessierte. In einem professionell kuratierten Live-Stream wird während der Frankfurt Fashion Week eine ganzheitliche User Experience entstehen, die mit den vier Kanälen Trade Show, Conference, Experience sowie Arts & Entertainment die vier Säulen des Frankfurt Fashion Week Ökosystems abbildet und dabei stets die Leitmotive Sustainability und Digitisation in Szene setzt. Die Inhalte werden im Anschluss an die Liveübertragung in Form einer Video-on-Demand-Serie allen Stakeholdern für die Interimssaison zur Verfügung stehen. So entsteht eine konzentrierte und hochqualitative Essenz der zukunftsorientierten Themenfelder der Frankfurt Fashion Week.

Das Programm ist State-of-the-Art und wird gemeinsam mit Partner*innen aus Politik, Handel, Industrie und Medien entwickelt: In exklusiven Future Talks internationaler Leitmedien werden zukunftsrelevante Fragestellungen mit führenden Entscheidungsträger*innen der Branche diskutiert. Weitere Programmhilights sind Deep Dives und Einblicke in die beiden Leit-Konferenzen der neuen Frankfurt Fashion Week, der Frankfurt Fashion SDG Summit sowie die Konferenz „The New European Bauhaus – Werkstatt der Zukunft“, die beide erstmals im Rahmen der Frankfurt Fashion Week ausgerichtet werden. Die Programmdetails werden zeitnah bekanntgegeben.

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 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, Macher und Vorausräcker 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 Initiatoren 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 Geländeverwaltung 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 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 Verkehrsdrehkreuz. 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.

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