

Presse

November 2017

Greenshowroom & Ethical Fashion Show Berlin

Berlin, 16. bis 18. Januar 2018

Lilliffer Seiler
Tel. +49 69 75 75-6738
lilliffer.seiler@messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com
www.greenshowroom.com /
www.ethicalfashionshowberlin.com
greenshowroom_ethicalfashionshowberli
n_green_lifestyle_de

Mehr als gut aussehen: Nachhaltige Mode zunehmend gefragt

Der vegane Sneaker, die Handtasche aus Ananasleder, Jeans aus Biobaumwolle zum Leasen, die Bluse aus gewaltfreier Seide, das mit Algen gefärbte Kleid: Die Palette an nachhaltig produzierter Mode ist breit und wächst beständig. Die Kollektionen reichen von urbaner Streetwear bis hin zu edlen Business-Outfits. Eine wachsende Zahl nachhaltiger Modemarken steht für den Zeitgeist einer Generation, die ebenso wie bei Lebensmitteln, Kosmetik, Mobilität oder Urlaubsreisen auch bei ihrer Kleidung auf Umweltfreundlichkeit und faire Bezahlung achtet. Auf der Ethical Fashion Show Berlin und im Greenshowroom präsentieren im Rahmen der Berlin Fashion Week vom 16. bis 18. Januar 2018 erneut internationale nachhaltige Modemarken ihre neuen Kollektionen.



Ethical Fashion Show Berlin und Greenshowroom: Fair Fashion und nachhaltiger Lifestyle zur Berlin Fashion Week.

Nachhaltigkeit ist Ausdruck eines Lebensgefühls

Das Kaufverhalten einer breiten Konsumentenschicht hat sich grundlegend verändert: Der Anteil an Bio-Produkten an den Gesamtausgaben für Lebensmittel und Getränke in Deutschland hat sich innerhalb der letzten zehn Jahre von 2,9% auf 5,7% nahezu verdoppelt.¹ Mit Elektrofahrzeugen, Hybrid-Motoren und Vermietkonzepten geht die

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

¹ © GfK, Quelle: ConsumerScan (CP+) / „Bio kommt im Mainstream an“

Mobilität in eine umweltfreundlichere Zukunft. Auch die Nielsen-Studie zum Thema „Green Generation“ belegte bereits 2015: Nachhaltigkeit hat für die neue Generation der Millennials Priorität beim Shopping. Etwa drei von vier der 15- bis 20-Jährigen sind bereit, mehr für Produkte von Marken auszugeben, die sich ökologischen oder sozialen Prinzipien verschrieben haben. Der prozentuale Anstieg innerhalb nur eines Jahres war signifikant: von einem Anteil von 55% im Jahr 2014 auf 72% im Jahr 2015.

Zu einem nachhaltigen Lebensstil gehört inzwischen für viele Konsumenten auch Kleidung, die umweltfreundlich und sozial verantwortungsbewusst hergestellt wurde. Zum Erfolg nachhaltiger Mode dürfte beitragen, dass hinter vielen Marken einprägsame Charakter und echte Geschichten stecken. Die Produkte sind modisch und zeitgeistig. Die Hersteller haben sich voll und ganz der Nachhaltigkeit verschrieben. Sie sind Inkubatoren, trend- und zukunftsweisend, teilweise revolutionär. Ihre Produkte verkörpern den Wandel, der sich derzeit in der Gesellschaft vollzieht und spiegeln wider, was die Generation Green sucht.



Fühlt sich gut an: Mode des nachhaltigen dänischen Labels Amov / Photo: Amov

Bio und fair, sustainable und slow – Was dahinter steckt

Nachhaltige Mode ist vielfältig und bunt. Grundsätzlich produzieren alle Marken, deren Produkte in die Kategorie fallen, nach ökologischen und fairen Kriterien, denen sie sich über gesetzliche Bestimmungen hinaus selbst verpflichtet haben und die sie offen und transparent kommunizieren. Dabei setzen sie unterschiedliche Schwerpunkte: regionale Produktion, die Förderung sozialer oder humanitärer Projekte, die Einhaltung fairer Standards für die Arbeiter in der textilen Wertschöpfungskette, das Tierwohl, kontrolliert biologischer Anbau, Kreislauffähigkeit, Langlebigkeit oder nachhaltige Faseralternativen. Den Herstellern fairer Mode geht es vor allem darum, in einer globalisierten, vernetzten Welt verantwortungsbewusst zusammenzuarbeiten. Sie möchten die Umwelt so wenig wie möglich belasten und gleichzeitig stylische Mode produzieren. Sie sind Innovationstreiber und haben Spaß dabei.

Greenshowroom & Ethical Fashion Show
Berlin
Frankfurt am Main, 16. bis 18. Januar
2018

Gesucht, gefunden

Mittlerweile arbeitet weltweit eine Vielzahl nachhaltiger Modemarken sehr erfolgreich. Konsumenten werden vor allem im Internet fündig. Zahlreiche Online-Shops und Blogs sind auf grünen Lifestyle spezialisiert. Eine Liste mit internationalen Adressen für faire Mode hat zum Beispiel Antonia Böhlke vom Blog www.mochni.com veröffentlicht. Darunter accompanyus.com, reve-en-vert.com, theslowmode.com oder takeitslowfashion.nl. Einer der bekanntesten spezialisierten Online-Shops in Deutschland ist wahrscheinlich Avocadostore. Hinzu kommen die Plattformen führender Marken wie Hess Natur, Lanius oder Armed Angels.

Aber auch im stationären Einzelhandel tut sich viel. In den vergangenen Jahren haben sich zahlreiche Concept Stores für Eco-Fashion etabliert. Der deutsche Markt zählt in Europa derzeit zu den Vorreitern mit filialisierten Multilabel-Konzepten wie Glore, Manufactum und Dearthgoods sowie diversen Einzelgeschäften. Auch konventionelle Händler wie das Modehaus Hempel in Wolfsburg oder Woggon in Göttingen haben nachhaltige Mode im Sortiment. Der Fair Fashion-Finder des Netzwerks Get Changed! listet auf seiner Homepage aktuell rund 320 Läden in Europa, davon etwa 130 in Deutschland. Hinzu kommen über 150 Marken, die ihre Produkte häufig auch über einen eigenen Onlineshop verkaufen.

Für Fachhändler haben sich im Rahmen der saisonalen Berlin Fashion Week die Ethical Fashion Show Berlin und der Greenshowroom als weltweit einzigartige Plattformen und größte Fachbesuchermesse für Fair Fashion und nachhaltigen Lifestyle entwickelt und sorgen für ein Alleinstellungsmerkmal der Berliner Modewoche. Auf der Messe können sich Fach- und konventionelle Händler einen umfassenden Überblick über ein breites Spektrum an nachhaltiger Mode verschaffen – von Casual- und Streetwear bis zu Contemporary und High Fashion. Zusätzlich bringen Fachkonferenzen, Workshops und Diskussionsrunden zu Innovation, Nachhaltigkeit und Technologie in der Mode die Akteure der Modeindustrie miteinander ins Gespräch. Die kommenden Ausgaben des Greenshowrooms und der Ethical Fashion Show Berlin locken vom 16. bis 18. Januar 2018 in das zentral gelegene Kraftwerk Berlin.

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

Greenshowroom & Ethical Fashion Show
Berlin
Frankfurt am Main, 16. bis 18. Januar
2018