

NEONYT

Neonyt findet als B2B-Format ab Januar 2023 in Düsseldorf statt; Messe Frankfurt plant einen internationalen Roll-out der Veranstaltung

Von Paris über Berlin nach Frankfurt und jetzt in die ganze Welt. Seit ihrer Gründung hat sich die Neonyt in den letzten beiden Dekaden zur relevantesten B2B-Community-Plattform für Mode, Nachhaltigkeit und Innovation etabliert. Das internationale Mode-Business ist groß, ebenso die Verantwortung der Neonyt als Orderplattform und Trendspotter im nachhaltigen Sektor sowie das Interesse an der Marke weltweit: Die Messe Frankfurt erkennt das Leuchtturm-Potential der Veranstaltung als Vorreiter und rollt die Neonyt international aus. Im B2B-Segment wird die Neonyt in Deutschland vom 28. bis 30. Januar 2023 in Düsseldorf stattfinden.

Frankfurt am Main, 24.08.2022. Die Messe Frankfurt investierte bereits früh in das Thema nachhaltige Textilien und Mode. Als 2012 der Umzug der heutigen Neonyt von Frankreich nach Deutschland stattfand, war der „grüne“ Modemarkt hierzulande bereits vorhanden und expandierte stark – nachhaltige Konzepte wurden von Handel, Einkauf, Industrie und politischen Stakeholder*innen gewünscht und unterstützt. Bereits die Vorläufer der Neonyt, Ethical Fashion Show Berlin und Greenshowroom Berlin, trieben in der Hauptstadt gemeinsam mit Designerbrands, Modeproduzent*innen, NGOs, etablierten Marken und Newcomer*innen den Werte- und Systemwandel voran. 2019 wurden die Veranstaltungsmarken unter dem neuen Namen „Neonyt“ fusioniert; Neonyt bildet bis heute das Synonym für den fundamentalen Transformationsprozess der Textil- und Modebranche. Die geografisch günstige Lage Deutschlands und damit auch die logistisch strategische Position im Herzen Europas haben sich für die Neonyt als Dreh- und Angelpunkt des nachhaltigen Textil- und Modebusiness als vorteilhaft erwiesen.

„Das Potenzial der Nachhaltigkeits-Community ist weiterhin unbestritten, gerade in den letzten beiden Jahren hat sich viel getan und wir müssen unsere Konzepte und Veranstaltungen neu skalieren. Eine der größten Herausforderung ist es, nachhaltige Mode auch Retail-fähig zu machen, denn oft sind die momentan vorhandenen Kollektionen nur für begrenzte Zielgruppen zugänglich“, sagt Olaf Schmidt, Vice President Textiles & Textile Technologies, Messe Frankfurt. „Unsere besondere Stärke im Textilbereich beruht auch auf dem großen Know-how des internationalen Texpertise Network der Messe Frankfurt: Mit rund 60 Veranstaltungen weltweit, rund 22.000 ausstellenden Unternehmen und mehr als einer halben Million Besucher*innen geben wir nicht nur Impulse für die gesamte textile Wertschöpfungskette, sondern stehen auch im steten Austausch mit allen relevanten Stakeholder*innen. Diese signalisieren uns die Dringlichkeit einer Expansion der Marketing- und Businessplattform Neonyt und ihres Nachhaltigkeitsbestrebens im Ordergeschäft und dieser wollen wir nun mit einer Weiterentwicklung der Marke entsprechen.“

Neonyt goes Düsseldorf – ab Januar findet die Neonyt zweimal jährlich zeitgleich zu den Fashn Rooms statt

Ab Januar 2023 wird die Neonyt als B2B-Event in Düsseldorf stattfinden. Weitere Satelliten im internationalen Kontext sind bereits geplant. Den ersten Schritt macht die Messe Frankfurt in Deutschland nun gemeinsam mit der **Igedo Company**, das bedeutet: Die Igedo übernimmt ab sofort die volle operative Planung und Umsetzung der Neonyt für den Standort Düsseldorf. Die Igedo steht seit der Gründung 1949 bis heute für eine außergewöhnliche Expertise im Modesektor und hat sich u.a. mit ihren Veranstaltungen in Düsseldorf zweimal jährlich im internationalen Orderumfeld fest etabliert.

Künftig wird die Neonyt als Lizenzveranstaltung also parallel zu den **FASHN ROOMS** und damit in der Modemetropole Düsseldorf stattfinden. Somit reiht sich die Neonyt in einen international erfolgreichen Mix bestehend aus rund 600 internationalen Brands ein. Das strengnachhaltige Sortiment der Neonyt findet neben den Fashn Rooms-Segmenten Agencies & Premium Brands (Showroom Concept), Avantgarde, Design & Contemporary sowie Accessoires und Shoes eine neue Heimat. Nicht nur Aussteller*innen und professionelle Besucher*innen kommen dort auf ihre Kosten, Fashn Rooms in Düsseldorf ist zudem bekannt für ihr Content Creator*innen-Angebot – auch dieses entspricht der Community-DNA der Neonyt und bringt Multiplikationspotential mit sich.

„Wir freuen uns sehr, die Igedo Company für eine Zusammenarbeit gewonnen zu haben“, sagt Olaf Schmidt. „Die Neonyt und ihre Cross Sector-Community sind in Düsseldorf in bester Gesellschaft und die Messelandschaft sowie die nachhaltige Textil- und Modeszene werden davon profitieren – hier treffen Know-how und Professionalität auf Innovationsgeist und Beständigkeit.“

„Natürlich sind auch wir hoch erfreut, dass wir den nächsten Entwicklungsschritt der Neonyt intensiv begleiten und unterstützen dürfen. Dies bedeutet gleichzeitig auch eine zusätzliche Stärkung des Modestandortes Düsseldorf und zeigt zudem auf, welche Wertschätzung die Igedo Company auch in ihrem 73-jährigen Bestehensjahr in der Branche unbestritten genießt. Nun heißt es Ärmel hochkrempeln und mit aller Kraft gemeinsam die nächsten Ziele der Neonyt hier in Düsseldorf erreichen“, so Ulrike Kähler (Managing Director) und Philipp Kronen (Managing Partner) von der Igedo Company in ihrem gemeinsamen Statement zu dieser spannenden Entwicklung in der Modemessenlandschaft.

Die Zusammenarbeit mit langjährig im Markt ansässigen Kooperationspartner*innen und Lizenznehmer*innen ist Usus, um neue Märkte und Standorte zu testen und um zeitgleich von gemeinsamer Expertise zu profitieren. Die Messe Frankfurt führt bereits zahlreiche solcher (internationaler) Erfolgs-Stories im Portfolio, insbesondere im Textilbereich. Durch die Expansion der Neonyt puscht das Texpertise Network erfolgreich die konstanten Nachhaltigkeitsbestrebungen der Messe Frankfurt und stellt weiterhin die Zusammenarbeit mit den United Nations stark in den Vordergrund. Wie zuletzt auf dem Conscious Fashion and Lifestyle Network Jahrestreffen in New York: Im Hauptsitz der United Nations kam das internationale Netzwerk aus Vertreter*innen der Mode- und Lifestyle-Branche, Medien, Regierungen und UN-Institutionen zusammen – mit dabei auch Vertreter*innen der Messe Frankfurt, um über die Bedeutung von Partner*innenschaften und Zusammenarbeit bei der Erreichung der Nachhaltigen Entwicklungsziele zu sprechen.

Frankfurt-Fokus für weiteres D2C-Format „Neonyt Lab“

Der Erfolg, den Besucher*innen aus 22 Ländern, dem ersten Direct-to-Consumer (D2C) Event „Neonyt Lab“ im Juni 2022 bescheinigten, stimmt die Messe Frankfurt positiv für weitere solcher Veranstaltungen an ihrem Heimatstandort. Die Internationalisierung der Marke und die künftige B2B-Präsenz der Neonyt in Düsseldorf haben keinesfalls ein ausbleibendes Engagement in Frankfurt zur Folge: Die Millionenmetropole am Main mit ihrer lokalen Mode- und Designwirtschaft und zahlreichen Kreativzentren und Sustainability-Movements eignet sich hervorragend, um dem Metathema Nachhaltigkeit einen kollektiven Schub zu verleihen und Endkonsument*innen direkt in den Fashion-Diskurs einzubinden.

Konferenzformat Fashionsustain wird konzeptionell weiterentwickelt und internationalisiert

Das internationale und multidisziplinäre Konferenzformat Fashionsustain ist der „Place-to-be“ für alle Akteur*innen der Textil- und Modeindustrie, die mehr über aktuelle technologische Innovationen und nachhaltige Entwicklungen erfahren möchten. Die Fashionsustain ist eine Bühne für das Zusammenspiel aus Kollaboration und Wettbewerb – wichtige Bausteine für innovative, nachhaltige Technologien, die der gesamten Industrie nachhaltige Geschäftsmodelle sowie neue und alte Märkte aufzeigen. Nächster Termin für die Fashionsustain ist parallel zu den Fashn Rooms in Düsseldorf im Januar 2023. Die Messe Frankfurt plant auch (wieder) internationale Spin-offs der Konferenz. Die Fashionsustain fand in der Vergangenheit bereits mehrmals erfolgreich im Ausland statt: 2018 auf der **Texworld Paris** und im darauffolgenden Jahr öffneten die Spin-offs der Konferenz in New York zur **Texworld USA & Apparel Sourcing USA**, in Los Angeles, parallel zum **LA Fashion Festival**, und in Shanghai, während der **Intertextile Shanghai Apparel Fabrics**, auch im außereuropäischen Kontext Tor und Tür für die Nachhaltigkeitsdiskussion. Einen Erfolg, den man zu gerne weitergeführt hätte, der aufgrund der Corona-Pandemie aber erstmal ausgesetzt werden musste. Nun nimmt die Messe Frankfurt die internationalen Bestrebungen der Konferenz erneut auf und wird die Skalierbarkeit innovativer Technologien und die Akzelerationskraft des nachhaltigen Textil- und Modesektors während relevanter Industrie- und Lifestyle-Veranstaltungen im In- und Ausland beleuchten.

Presseinformation & Bildmaterial:

www.neonyt.com/presse

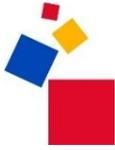
Social Media:

Instagram: [instagram.com/neonyt.fashion](https://www.instagram.com/neonyt.fashion)

Facebook: [facebook.com/Neonyt.fashion](https://www.facebook.com/Neonyt.fashion)

LinkedIn: [linkedin.com/showcase/neonyt/](https://www.linkedin.com/showcase/neonyt/)

YouTube: [youtube.com/c/NeonytFashion](https://www.youtube.com/c/NeonytFashion)

**Ihr Kontakt:**

Ivonne Seifert

Tel.: +49 69 75 75-61 57

ivonne.seifert@messefrankfurt.com

Messe Frankfurt Exhibition GmbH

Ludwig-Erhard-Anlage 1

60327 Frankfurt am Main

www.messefrankfurt.com

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt gehört zu den weltweit führenden Messe-, Kongress- und Eventveranstaltern mit eigenem Gelände. Rund 2.200 Mitarbeitende im Stammhaus in Frankfurt am Main und in 28 Tochtergesellschaften organisieren Veranstaltungen weltweit. Der Jahresumsatz 2021 betrug rund 154 Millionen Euro und war pandemiebedingt zum zweiten Mal in Folge deutlich geringer, nachdem 2019 noch mit einem Konzernumsatz von 736 Millionen Euro abgeschlossen werden konnte. Die Geschäftsinteressen unserer Kund*innen unterstützen wir effizient im Rahmen unserer Geschäftsfelder „Fairs & Events“, „Locations“ und „Services“. Nachhaltiges Handeln ist eine zentrale Säule in unserer Unternehmensstrategie und definiert sich in einer Balance zwischen ökologischem und ökonomischem Handeln, sozialer Verantwortung und Vielfalt. Eine weitere Stärke der Messe Frankfurt ist ihr leistungsstarkes globales Vertriebsnetz, das engmaschig rund 180 Länder in allen 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. Mittels digitaler Expertise entwickeln wir neue Geschäftsmodelle. 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.

Weitere Informationen: www.messefrankfurt.com