

# NEONYT

## Neonyt Fashion Show wows all senses– multimediale Runway Show begeistert die Sustainable Fashion-Szene in Frankfurt

**Am Donnerstagabend, 23. Juni, wurde das Atelier Lihotzky im Frankfurter Ostend Schauplatz einer Symbiose von Natur und Technik. Die Neonyt Fashion Show thematisierte mit „Biosphere-Technosphere“ das Zusammenspiel von Mensch und Umwelt; die Elemente Wasser, Luft und Erde im Clash mit unserer industrialisierten, digitalisierten Welt. In 31 Multibrand-Looks und einem multimedialen Runway zeigten rund 50 Brands die Zukunft der (nachhaltigen) Mode.**

**Frankfurt am Main, 23. Juni 2022.** Der Fokus der Neonyt Fashion Show lag auf der Verbindung von Natur und ihren Elementen Wasser, Luft und Erde mit allem, was Menschen erschaffen – von Infrastruktur über Architektur, der industriellen Landwirtschaft und der digitalen Welt. Die Kombination dieser scheinbar kontroversen Themen spannte den Bogen zu unserem gegenwärtigen Erdzeitalter, dem Anthropozän, in dem der Mensch zu einem der wichtigsten Einflussfaktoren auf die biologischen, geologischen und atmosphärischen Vorgänge auf der Erde geworden ist.

„Ich freue mich, mit dem Thema Biosphere-Technosphere eine großartige Neonyt Fashion Show umgesetzt zu haben“, sagt Magdalena Schaffrin, Founder & CEO studio MM04. „Konzeptionell haben wir beide Welten in der Inszenierung und in den organisch skulpturalen Looks verbunden, die zeitgemäße Avantgarde und extravagante Kollektions-Pieces zeigen.“ Die Neonyt Fashion Show wurde von studio MM04 im Auftrag der Messe Frankfurt konzipiert. Presenting Partner war die Naturkosmetik-Brand Dr. Hauschka. Bei der Neonyt Fashion Show wurden insgesamt 31 verschiedene Multibrand-Looks inszeniert – von kleinen unabhängigen Brands und Newcomer-Labeln über international etablierte Marken bis hin zu Designerstücken, kuratiert von der renommierten Stylistin Claudia Hofmann.

### **Neue Dimensionen und regenerative Systeme**

Die Biosphäre wurde vor allem durch die Silhouetten und Strukturen in den Looks repräsentiert, wie auch durch die organischen und regenerativen Materialien, aus denen ein Großteil der Kollektionsteile gefertigt wurde. So werden auf der Neonyt Fashion Show biologisch angebaute oder nachhaltigere regenerative Materialien zugelassen, die dazu beitragen, wertvolle Ressourcen wie sauberes Wasser, Energie und Land zu schützen und damit zu einem gesunden Ökosystem beitragen.

Die Technosphäre, zu der qua Definition auch die Menschen gehören, wurde in der Inszenierung über die Verschmelzung von der digitalen Welt mit der realen Welt über große LED Screens dargestellt, auf denen digitaler Content sowie Close-ups und

Überblendungen der gezeigten Looks zu sehen waren. In den Kollektionen manifestiert sich die Technosphäre in den Themen Recycling bzw. recycelte Chemiefasern, sauberer Chemikalieneinsatz oder im technischen Kreislauf des Cradle2Cradle-Konzepts. Visuell stellte sich die Technosphäre in glänzenden und reflektierenden Oberflächen dar sowie in Sportswear- und Outdoor Styles.

Insgesamt zeigten ca. 50 Brands in 31 Looks eine Bandbreite von etablierten Marken und upcoming Avantgarde Brands: **Ai Komoto, Akjumii, Andy Wolf, Anna Auras, Antje Pognat, Arys, Ayede, Catalouge of Disguise by Tanja Bombach, Céline Breton, Chika Takahashi, Clean Waves, Damur, Ecoalf, Fade Out Label, Falke, Florentina Leitner, Good Guys Don't Wear Leather, Hell Hell Studio, KC Dubbick, Lanius, Laura Gerte, Maison Baum, Maximilian Mogg, MCM x Selassie, Muntinøus by Pino Pipoli, Myfassbender, Nat-2, Neubau, Nightboutique, PB 0110, Plas Collective, Pool Berlin, Provincia Studio, Save the Duck x Edward Crutchley, Souvenir Official x Ajobyajo, Spaccio Maglieria, Spatz Hutdesign, Timberland, Tiziano Guardini, Tizz & Tonic, Trakatan, Tribal Hotel, Trippen, Tuuli-Tytti Koivula, Uncommon Matters, Virginia Evangelista, Virón, Vitelli, Vladimir Karaleev und Wunderwerk.**

Zum Publikum zählten Personen aus Wirtschaft und Politik sowie Industrie-Insider\*innen aus der Mode- und Nachhaltigkeitsbranche. Einkäufer\*innen, Designer\*innen, Künstler\*innen waren gleichermaßen anwesend wie (inter-)nationale Fachpresse, Tageszeitungen, Modezeitschriften, Content Creator\*innen, TV und Hörfunk. Auch waren Aktivist\*innen von Fashion Revolution und Vertreter\*innen des Fashion Impact Fund vor Ort.

**Presseinformationen & Bildmaterial:**

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

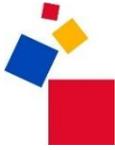
**Social Media:**

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:**

Laura Schönhardt

Tel.: +49 69 75 75-57 11

[laura.schoenhardt@messefrankfurt.com](mailto:laura.schoenhardt@messefrankfurt.com)

Messe Frankfurt Exhibition GmbH

Ludwig-Erhard-Anlage 1

60327 Frankfurt am Main

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

**Hintergrundinformation Messe Frankfurt**

Die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt ist die weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalterin mit eigenem Gelände. Zum Konzern gehören rund 2.300\* Mitarbeitende im Stammhaus in Frankfurt am Main und in 30 Tochtergesellschaften weltweit. Das Unternehmen hat im Jahr 2021 zum zweiten Mal in Folge mit den Herausforderungen der Pandemie zu kämpfen. Der Jahresumsatz wird rund 140\* Millionen Euro betragen, nachdem vor der Pandemie im Jahr 2019 noch mit einem Konzernumsatz von 736 Millionen Euro abgeschlossen werden konnte. Auch in den schwierigen Zeiten der Corona-Pandemie sind wir mit unseren Branchen international vernetzt. Die Geschäftsinteressen unserer Kund\*innen 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 Kund\*innen 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 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)

\* vorläufige Kennzahlen 2021