

CONDÉ NAST

VOGUE

PRESSEMITTEILUNG

Gemeinsam für eine bessere Zukunft

So war die Konferenz VOGUE NEXT presented by Audi in München



- Ein Konferenztage
- Fünf Paneltalks, drei Interviews, eine Keynote, ein Workshop
- 24 internationale Speaker:innen
- 220 Live-Gäste
- Drei große Partner

München, 15. Oktober 2022. Am Donnerstag, den 13. Oktober 2022, fand die zweite Ausgabe von VOGUE NEXT presented by Audi statt – zum ersten Mal als Konferenz vor Live-Publikum in München. Internationale Expert:innen, Branchenprofis und Visionär:innen wie **Petar Petrov, Tatjana Patitz, Arizona Muse, Jacob Rott, Beka Gvishiani, Hadija Haruna-Oelker, Yousef Hammoudah, Düzen Tekkal, Sara Naggari, Christelle Chapdupuy, Christiane Stein, Krishna Manda, Aurelia Figueroa, Dr. Matthias Roßmann**, uvm. diskutierten und debattierten gemeinsam mit VOGUE Germany, wie wir die Welt von morgen gestalten. Neben dem Fokus auf Nachhaltigkeit verhandelte die Konferenz auch die anderen großen Gesellschaftsthemen der Gegenwart: Es ging um Digitalisierung, Diversität und Mut für Visionen. Wie kann Nachhaltigkeit in der Mode gelebt werden? Welche Potenziale bieten Degrowth-Konzepte für einen neuen Umgang mit Konsum? Was steckt hinter den Buzz-Themen NFTs und digitale Mode und welche gesellschaftliche Relevanz haben Diversität und ein verantwortungsbewusster Umgang mit Social Media für uns alle, privat wie beruflich? Zu diesen und anderen Fragestellungen sprachen VOGUE Germany und die Expert:innen auf der Bühne. 220 Gäste verfolgten die sechs Talks, drei Interviews und eine Keynote vor Ort. Abgerundet wurde das Programm am Abend von einem Workshop.

„Mit VOGUE NEXT presented by Audi schaffen wir eine Plattform für zukunftsorientierten Lifestyle. Die Themen, die damit einhergehen, kommen aus der Mode, aber auch aus dem Lifestylebereich. Es geht um Nachhaltigkeit, Diversität, Social Media und Digitalisierung – also die großen Themen unserer Zeit. 2022 fand die Konferenz zum ersten Mal als Live-Event in München statt. Von dem positiven Feedback sind wir begeistert. Wir freuen uns, dass so viele Besucher:innen, Visionär:innen und Branchenprofis den Tag mit uns verbracht haben – und wichtiger: die Lust haben, den Dialog für eine bessere Zukunft gemeinsam mit uns voranzutreiben“, resümiert **Kerstin Weng, Head of Editorial Content VOGUE Germany.**

CONDÉ NAST

VOGUE

Degrowth, Vermeidung von Plastikmüll und Responsible Sourcing: Veränderung beginnt mit Umdenken

Der nachhaltige, verantwortungsbewusste Umgang mit der Umwelt und den vorhandenen Ressourcen war eines der großen Themenfelder auf der Konferenz. Für **Clemens Feigl**, CEO und Co-Founder von everwave, **Dr. Matthias Roßmann**, der die Projekte der Audi Stiftung für Umwelt leitet, und **Mea Hoffmann**, Kuratorin für das Vitra Museum, ist Plastik ein wichtiger Dreh- und Angelpunkt ihrer Arbeit. Sie sind sich einig, Plastik und Kunststoff sind nicht per se schlecht. Vielmehr gehe es um den bewussten Umgang mit den Materialien und hier gibt es nach wie vor viel Nachholbedarf. Clemens Feigl, dessen Unternehmen Flüsse von Plastikmüll befreit und am Eintritt in die Ozeane hindert, betont: *„Wir haben die Möglichkeit, tagtäglich Entscheidungen zu treffen und sich bewusst zu machen, dass es diese Entscheidungen gibt. Und es ist auch ganz wichtig zu verstehen, der Markt orientiert sich an uns, an den Konsumenten und wenn die Nachfrage an einem Produkt sinkt, dann wird sich der Markt umstellen.“*

Aurelia Figueroa, Global Head of Sustainability beim Schweizer Luxusuhrenhersteller Breitling, **Krishna Manda**, Vice President of Corporate Sustainability bei der Lenzing-Gruppe, und Stylistin **Julia Zirpel** sprachen darüber, wie Lieferketten transparenter und Kreisläufe für einen nachhaltigen Umgang mit Ressourcen geschaffen werden können. In einem Punkt waren sich alle Beteiligten einig: Es braucht eine genauere Skalierung und holistische Strategien, die soziale Faktoren entlang der Wertschöpfungskette ebenso einschließen wie den bewussten Umgang mit der Umwelt und ihren Ressourcen. Dabei geht es auch darum, persönliche Beziehungen aufzubauen, um Rückverfolgbarkeit zu gewährleisten. Nur so lassen sich bessere Bedingungen und Garantien, insbesondere für lokale Lieferant:innen und Produzent:innen schaffen. Data sei in diesem Prozess ein zunehmend wichtiger Faktor.

Model und Nachhaltigkeitsaktivistin **Arizona Muse**, Schmuckdesignerin **Saskia Diez** und **Christelle Capdupuy**, Global Head of Sustainability bei Louis Vuitton, debattierten wie Unternehmen Nachhaltigkeit richtig implementieren können. **Arizona Muse** richtete einen Appell an das Publikum: Es sei ein Fakt, dass nachhaltige Produkte teurer seien und nicht jede:r könne sie sich leisten. Umso wichtiger sei es deshalb, dass die, die finanziell in der Lage sind, Nachhaltigkeit zu unterstützen, dies aktiv tun. Sie seien ein wichtiger Treiber für Veränderung. Für sie ist das Teil der kulturellen menschlichen Entwicklung.

Miteinander statt Gegeneinander: Gesellschaft im Fokus

Unter dem Titel *Miteinander anders denken: Diversität und Inklusion in der Arbeitswelt* debattierten **Yousef Hammoudah**, **Hadija Haruna-Oelker** und **Sara Nagggar** über die Frage, wie Unternehmen auch kulturell wachsen können. Für alle drei steht außer Frage, dass Veränderung Mut braucht. Wir seien noch immer viel zu oft von der Angst getrieben, Fehler zu machen, so Yousef Hammoudah. Hadija Haruna-Oelker ist überzeugt, dass Akzeptanz auch bedeutet, auszuhalten und die Bereitschaft erfordert, lernen zu wollen. Sie will das Denken in Kategorien aufdröseln. Diesem Ansatz folgt auch Sara Nagggar. Mit ihrem Label möchte sie zeigen: *„Modest Fashion ist nicht nur Mode für bedeckte Frauen oder Frauen mit Kopftuch. Sondern es ist ein Label für jede Frau.“* Für sie geht es um die freie Entscheidung. Dafür erntete sie den Applaus des Publikums.

Für viele gehört die Kommunikation auf Social Media privat wie beruflich mittlerweile zum Alltag. Welchen Einfluss Kommentare auf die eigene Identität haben können und warum es wichtig ist, Kritik unter der Gürtellinie im Netz entschieden entgegenzutreten, darüber sprachen TikTok-Star **Jacob Rott** und **Mathilde Burnecki**, Strategic Partner Manager bei Instagram. Jacob Rott, der sich gemeinsam mit seiner Gruppe Elevator Boys und der Initiative HateAid gegen Hass im Netz einsetzt,

CONDÉ NAST

VOGUE

betont, wie wichtig es sei, auch im digitalen Raum Platz für Mental Health zu schaffen und digitale Zivilcourage voranzutreiben. Es hapere oft noch immer daran, etablierte Verhaltensmuster aus der analogen Welt ins Digitale zu übertragen. Zudem sei die Grenze zwischen Kritik und Beleidigung oft eine sehr feine und auch individuell geprägt. Mit Hinblick auf die Herausforderung für die Plattformen betont er: *„Es gibt viele Sachen, die einfach in dem Kontext als Beleidigung verstanden werden, als Hass, als Diskriminierung, die man so auch gar nicht richtig filtern kann, was es sehr, sehr schwierig macht.“*

Auf ganz andere Weise sind das Internet und Social Media zu einer Quelle für die zahlreichen Frauen im Iran geworden, die derzeit dem dortigen Regime mutig entgegentreten. Die in Berlin lebende Journalistin und Kriegsberichterstatlerin **Düzen Tekkal** engagiert sich mit ihren Schwestern in der von ihnen gegründeten Organisation Háwar.help für Menschenrechte und aktuell stark für die Unterstützung der Proteste im Iran. Im Interview mit Kerstin Weng, Head of Editorial Content VOGUE Germany, sagt sie: *„Im Grunde genommen müssen wir Menschenrechtsaktivisten über die Dinge berichten, die im Verborgenen bleiben sollen.“* Ihre Botschaft: Jeder kann und sollte politisch aktiv sein und die eigene Stimme nutzen, um gegen Ungerechtigkeiten einzustehen. Alles, was es dazu zunächst einmal brauche, seien Herz und Haltung, der Rest entwickle sich.

The Future of Fashion: Von analog zu digital?

Wie steht es um den Status Quo der Mode, wohin geht der Weg? Darüber sprach Designer **Petar Petrov** mit Kerstin Weng. Für ihn ist Mode Ausdruck des Zeitgeists, entsprechend unterliegt sie immer auch dem Wandel. Genau darin sieht Petrov ihr besonderes Potenzial. Mode kann gleichermaßen Neues transportieren wie Erinnerung bewahren. Umso wichtiger ist ihm daher der verantwortungsvolle Umgang mit der Materie. Den Fokus rein auf Wachstum zu legen, erscheint ihm von Grund auf falsch.

Mode und Zeitgeist gehen auch für Modejournalist **Beka Gvishiani** Hand in Hand. Sein Instagram-Account @stylenotcom hat in kürzester Zeit internationale Bekanntheit erlangt, mit **Patrick Pendiuk, Senior Fashion Features Editor VOGUE Germany**, sprach er über den Modejournalismus auf Social Media. In seiner Karriere hatte der gebürtige Georgier bereits verschiedene Positionen innerhalb der Modeindustrie inne. Erst durch Social Media konnte er seine Kreativität wirklich entfalten. Dabei gehe es auch um Demokratisierung und Inklusion. Die schnellen Strukturen erleichtern den Zugang zur Branche, das böte insbesondere jungen Kreativen Raum, ihre Arbeit und ihr Know-how zu zeigen. An seine Arbeit möchte er nicht zu verkopft herangehen. In der Regel entstünden die kurzen Texte auf seinen Kacheln spontan. Das markante Blau, so gesteht er, ist eine Hommage an das ehemalige Kaufhaus Colette in Paris, seinen persönlichen *“happy space”*.

Einen Blick auf die Entwicklung der digitalen Mode warfen **Kim Berndt, Christiane Stein** und **Carl Tillessen** mit **Maria Hunstig, Features Director VOGUE Germany**. Für die drei Panelisten schließen analoge und digitale Mode einander künftig nicht mehr aus. Mehr noch: Digitale Mode kann ein Anreiz für den nachhaltigen Umgang mit Kleidung sein. Wie **Carl Tillessen** betont, werden beim Kauf von Mode für viele die gleichen biochemischen Prozesse in Gang gesetzt wie beim Konsum von Drogen. Das Hirn werde mit Dopamin geflutet. Ähnlich verhält es sich, wenn wir uns auf Social Media präsentieren. Studien zeigten, so sagt er weiter, dass der Kauf von Kleidung insbesondere in den jüngeren Generationen zunehmend mit dem Wunsch einhergehe, sich damit im Internet zu präsentieren. Hier sieht **Christiane Stein** einen wichtigen Anknüpfungspunkt: Digitale Mode kann eine Möglichkeit sein, Überkonsum zu kompensieren und gleichzeitig Anreiz bieten, Neues auszuprobieren. Dem pflichtet auch **Kim Berndt** von Studio.fbx bei. Sie betont allerdings,

CONDÉ NAST

VOGUE

dass digitale Mode nicht zu einem weiteren Fast-Fashion-Phänomen werden dürfe, wenn sich wirklich etwas ändern solle.

Alle Talks und Interviews von VOGUE NEXT presented by Audi sind für Ticketinhaber:innen noch bis zum 11. November 2022 über die virtuelle 3D-Welt abrufbar. Hierfür ist es auch nachträglich noch möglich, Tickets zu erwerben. Nähere Infos finden Sie [HIER](#).

Über VOGUE NEXT presented by Audi

VOGUE NEXT presented by Audi ging im Herbst 2022 in die zweite Runde. Die Veranstaltung versteht sich als holistische Plattform für den Zukunftsdialoog und tangiert gleichermaßen große Debatten wie Themen des Alltags. In diesem Jahr fand die Konferenz zum ersten Mal auch als Live-Event statt. Am 13. Oktober 2022 lud VOGUE Germany im Münchner Kunst Block Balve internationale Expert:innen, Branchenprofis und Visionär:innen ein, um zu diskutieren und zu debattieren, wie wir gemeinsam Mode, Umwelt, Wirtschaft, und unser Miteinander neu denken und nachhaltig gestalten wollen. Darüber hinaus bietet VOGUE NEXT presented by Audi auch nach der Konferenz die Möglichkeit, das Programm über die 3D-Welt von VOGUE NEXT zu erleben. Dort stehen alle Talks bis zum 11. November 2022 zum On-Demand-Streaming bereit. Zusätzlich bietet die virtuelle Welt weitere spannende Insights zu den Themen der Konferenz sowie eine digitale Ausstellung. Audi war zum zweiten Mal Co-Lead-Partner der Veranstaltung. Weitere Partner waren Breitling und TENCEL™.

Fotomaterial zum Download

Bildmaterial für Ihre redaktionelle Berichterstattung mit Bezugnahme auf VOGUE NEXT presented by Audi und VOGUE Germany und unter Berücksichtigung der unten stehenden Nutzungsbedingungen finden Sie unter folgendem Download-Link: <https://we.tl/t-FcHwSk2FeY>

Redaktionelle Nutzungsbedingungen für das Bildmaterial zu VOGUE NEXT presented by Audi

Bei der redaktionellen Verwendung des Bildmaterials muss im Text direkt Bezug auf VOGUE NEXT presented by Audi und VOGUE Germany genommen werden.

- Angabe der Fotocredits: © Stefan Bösl
- Die Bilder dürfen nicht beschnitten oder verändert und nur im Ganzen verwendet werden.
- Die Bilder dürfen nicht an Dritte weitergegeben werden.
- Die Bilder dürfen nicht archiviert werden.
- Die Bilder dürfen nicht als Cover-/Titelseiten-„Einklinker“ verwendet werden.
- Die Bilder dürfen nicht seitenfüllend abgedruckt werden und maximal ½ Seite einnehmen.

Pressekontakt

Condé Nast Germany
Laura Sodano
Senior PR Managerin
Tel.: 089-38104-503
Email: laura.sodano@condenast.de

Links

<http://www.vogue.de>
<https://www.vogue.de/service/page/vogue-next22>
<http://instagram.com/VOGUEGermany>
<http://www.youtube.com/user/VOGUEde>
<https://www.tiktok.com/@voguegermany>
<http://www.facebook.com/VOGUEDeutschland>
[VOGUE Germany Newsletter](#)

Heftbestellung

<https://amzn.to/2ONu07w>