

Presseinformation

08. August 2024

Copenhagen Fashion Week 2024

#RethinkNew: Perwoll setzt Statement für nachhaltigen Modekonsum auf der Copenhagen Fashion Week

Düsseldorf, 08. August 2024 - Als offizieller Partner der Copenhagen Fashion Week veranstaltete Perwoll Dienstagabend im Rahmen der #RethinkNew-Kampagne eine Second-Hand-Modenschau. Unter dem aktuellen Kampagnenmotto #RethinkNew trafen sich internationale Pressevertreter und Influencer im Langelinie Pavillon an der Kopenhagener Promenade.

Perwoll und die Copenhagen Fashion Week arbeiten zusammen, um ein Zeichen für umweltbewusste Mode zu setzen. Während die Copenhagen Fashion Week sich bemüht, signifikante nachhaltige Veränderungen in der Modeindustrie herbeizuführen, trägt Perwoll mit innovativen Technologien dazu bei, Farben und Fasern länger frisch und wie neu zu halten und damit einen bewussten Umgang mit Ressourcen zu fördern.

Mit dem #RethinkNew-Event zeigte Perwoll, wie gebrauchte Kleidungsstücke innovativ gestylt werden können. Die schottische Nachhaltigkeits-Stylistin Victoria Lee präsentierte ihre Pre-Loved-Looks vor Medienvertretern und Influencer aus 17 Ländern in einer eigenen Modenschau. Lee unterstützt seit November als Director of Fashion das Engagement von Perwoll für eine nachhaltige Modeindustrie und sorgt dafür, dass in den Kampagnen ausschließlich Pre-Loved-Mode verwendet wird. Für das Event arbeitete sie mit 15 Influencern aus zehn verschiedenen Ländern, dem Secondhand-Onlineshop Sellpy und Schwarzkopf-Friseuren zusammen, um einzigartige Looks zu kreieren.

Neben der Modenschau erwarteten die geladenen Pressevertreter und Influencer auf dem #RethinkNew-Event verschiedene Erlebnisbereiche: In einem Bereich wurden zahlreiche Fakten über die Auswirkungen von Fast Fashion präsentiert, um die Gäste zu sensibilisieren. In Zusammenarbeit mit Sellpy, Remake und Director of Fashion Victoria Lee zeigte Perwoll,

wie Pre-Loved-Pieces als einzigartige Runway Looks inszeniert werden können. Im Pop-up-Labor wurde die spezielle Perwoll Renew-Technologie an echten Kleidungsstücken demonstriert und die Gäste konnten sich vom Vorher-Nachher-Effekt überzeugen. Die Renew-Technologie pflegt Farben und Fasern nachhaltig, so dass die Kleidung länger wie neu aussieht und sich auch so anfühlt. Mit dieser Innovation will Perwoll den übermäßigen Konsum von Mode reduzieren und gemeinsam mit Partnern eine Kultur der Slow Fashion aufbauen. Der Online-Second-Hand-Shop Sellpy bot mit seinem Showroom eine Vielzahl von gebrauchten Kleidungsstücken als echte It-Pieces für die Gäste an. Die internationale NGO Remake, die sich für Slow Fashion einsetzt und die Überproduktion von Kleidung reduzieren will, rief zur #NoNewClothes-Challenge auf. Die globale Kampagne ermutigt die Menschen, 90 Tage lang auf den Kauf neuer Kleidung zu verzichten.

Jan Kruse, Global Marketing Director Fabric Care bei Henkel, kommentiert: "Die Veranstaltung und die damit verbundene Pre-Loved-Modenschau in Kopenhagen sind ein wichtiger Meilenstein für Perwoll. Wir sind stolz darauf, mit der aktuellen #RethinkNew-Kampagne das Bewusstsein für die Schönheit und den Wert von Second-Hand-Mode zu schärfen. Der heutige Abend hat uns einen Schritt näher an unser Ziel gebracht, den Menschen zu zeigen, dass wahrer Stil nicht unbedingt bedeutet, neu zu kaufen."

Rebecca Mir, Markenbotschafterin von Perwoll in Deutschland, moderierte nach der Runway Show einen Panel-Talk zum Thema nachhaltiger Modekonsum mit Nachhaltigkeits-Stylistin Victoria Lee, Global Marketing Director Fabric Care, Jan Kurse, und den Repräsentanten von Sellpy und der NGO Remake. Dank ihrer Erfahrung als Top-Model in der Modebranche weiß Rebecca Mir, wie wichtig es ist, Kleidung zu pflegen, um sie lange schön und wie zu halten. Mirs Resümee: „Mode ist mehr als schnelle Trends. Sie ist Ausdruck von Persönlichkeit und sollte von uns wertgeschätzt werden. Perwoll revolutioniert die Art und Weise, wie wir unsere Kleidung pflegen, und macht sie langlebiger - genau das, was die Modebranche braucht. Als Vorreiter für nachhaltige Mode ist die Copenhagen Fashion Week der perfekte Austragungsort diese Message hervorzuheben".

Über Henkel

Mit seinen Marken, Innovationen und Technologien hält Henkel weltweit führende Marktpositionen im Industrie- und Konsumentengeschäft. Mit dem Unternehmensbereich Adhesive Technologies ist Henkel globaler Marktführer bei Klebstoffen, Dichtstoffen und funktionalen Beschichtungen. Mit Consumer Brands ist das Unternehmen insbesondere mit Wasch- und Reinigungsmitteln sowie im Bereich Haare weltweit in vielen Märkten und Kategorien führend. Die drei größten Marken des Unternehmens sind Loctite, Persil und Schwarzkopf. Im Geschäftsjahr 2023 erzielte Henkel einen Umsatz von mehr als 21,5 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von rund 2,6 Mrd. Euro. Die Vorzugsaktien von Henkel sind im DAX notiert. Nachhaltiges Handeln hat bei Henkel lange Tradition und das Unternehmen verfolgt eine klare Nachhaltigkeitsstrategie mit konkreten Zielen. Henkel wurde 1876 gegründet und beschäftigt heute weltweit ein vielfältiges Team von rund 48.000 Mitarbeiter:innen – verbunden durch eine starke Unternehmenskultur, gemeinsame Werte und den Unternehmenszweck: „Pioneers at heart for the good of generations“. Weitere Informationen unter www.henkel.de

Fotomaterial finden Sie im Internet unter www.henkel.de/presse

| | | |
|---------|--|--|
| Kontakt | Elke Schumacher | Stefanie Notter |
| Telefon | +492117978367 | +49 172 7307816 |
| E-Mail | elke.schumacher@henkel.com | stefanie.notter@ketchum.de |

Folgen Sie uns auch auf X: [@HenkelPresse](https://twitter.com/HenkelPresse)

Henkel AG & Co. KGaA