



DHL und sozialökologisches Modelabel Mykke Hofmann bringen Forever-Pieces-Kollektion

- Sechs Sieger-Entwürfe des internationalen Designwettbewerbs mit 2.375 Vorschlägen aus 80 Ländern sind ab 16. Mai 2022 als limitierte Kollektion erhältlich
- Zeitlos gestaltete Modelle mit NFT-Garantiezertifikat setzen auf verlängerte Tragbarkeit und Lebensdauer von Kleidungsstücken
- Arjan Sissing, Global Head of Brand Marketing bei DHL: „Unsere Vision von Positive Fashion vereint nachhaltige Logistik, Zirkularität und faire Produktionsbedingungen mit langlebiger Textilqualität“
- Sämtliche Einnahmen aus dem Verkauf der Forever-Pieces-Kollektion kommen SOS-Kinderdorf zugute

Bonn, 16. Mai 2022: DHL und das sozialökologische Modelabel Mykke Hofmann aus München bringen gemeinsam eine Kollektion namens Forever Pieces auf den Markt. Die einzigartige Kollektion besteht aus Kleidungsstücken, deren Design ein Leben lang modisch bleibt und Freude beim Tragen bereitet. Erhältlich sind die Designerstücke ab dem 16. Mai 2022 auf www.MykkeHofmann.com. Entstanden ist die Forever-Pieces-Kollektion im Rahmen eines Designwettbewerbs, zu dem DHL und Mykke Hofmann im vergangenen Herbst über Social Media aufgerufen hatten. Daran beteiligt haben sich 848 modebegeisterte Menschen aus 80 Ländern. Aus den 2.375 Einsendungen wurden sechs Entwürfe für die Kollektion ausgewählt: ein Trenchcoat, eine Bluse, eine Hose, ein Kleid sowie ein Oberteil und Unterteil als Co-ord Set.

„Forever Pieces steht für alles, was wir mit der Vision von Positive Fashion verbinden“, erklärt Arjan Sissing, Global Head of Brand Marketing bei DHL. „Der Wettbewerb steht für Nachhaltigkeit und vereint damit Themen wie nachhaltige Produktion, Zirkularität und faire Produktionsbedingungen mit der Langlebigkeit von Mode.“

An dem Wettbewerb beteiligten sich viele Nachwuchsdesigner*innen wie auch modebegeisterte Menschen, die sich die Chance nicht entgehen lassen wollten, ihre Vorstellungen von nachhaltiger Mode zum Leben zu erwecken. „Die Resonanz des Wettbewerbs hat quantitativ wie qualitativ alle Erwartungen übertroffen“, erklärt Jelena Hofmann, Gründerin und Label-Chefin von Mykke Hofmann. „Die Beteiligung zeigt, wie stark der Nachhaltigkeitsgedanke in der Nachwuchs-Community verankert ist.“



Der Hauptpreis für die Gewinner des Wettbewerbs war ein Preisgeld von 1000 EUR und die Möglichkeit, das Kleidungsstück als "Forever Piece" realisiert zu sehen. „Es ist mir wichtig, Mode umweltfreundlich zu gestalten, und dieser Wettbewerb gab mir die Möglichkeit dazu“, erklärt Gewinnerin Marta Soloducha ihre Motivation, sich zu beteiligen. Der Entwurf der Modestudentin aus Warschau ist ein Trenchcoat. Zum Forever Piece wird der Trench durch seine Wandlungsfähigkeit. Er kann nicht nur als Mantel, sondern auch auseinandergeknöpft als Rock und als Blazer getragen werden. Micaela Clubourg, eine aus Argentinien stammende und nun in Spanien lebende Nachwuchsdesignerin, steuerte zur Forever-Pieces-Kollektion ein Co-ord Set bei. Die Hose ist so gestaltet, dass in der Konfektion keinerlei Verschnitt entsteht. Die anderen Gewinner sind Gaia Stollo aus Italien, die eine klassische Hose beisteuerte, Yolanda Patricia Cabarcas, eine jetzt als Freiberuflerin in Mailand arbeitende gebürtige Kolumbianerin, die eine zeitlose Bluse einreichte, und Camilla Pane aus Italien, die ein „Kleines Schwarzes“ entwarf. Wie die gesamte Kollektion von Mykke Hofmann werden die Forever Pieces in einer Manufaktur in Serbien hergestellt, in der Frauen einen sicheren Arbeitsplatz mit fairen Konditionen haben. Alle Beschäftigten werden 50 Prozent über Tarif bezahlt. An den hochwertig ausgestatteten Arbeitsplätzen haben Gesundheitsschutz und Sicherheit oberste Priorität.

Die Forever Pieces sind als zeitlose Stücke konzipiert, die aktuelle Trends überdauern und ihre Trägerinnen lange Zeit begleiten sollen. Beim Kauf des Produkts erhalten die Kund*innen ein Garantiezertifikat in Form eines klimaneutralen NFT, um die Lebensdauer der Kleidungsstück durch bestimmte Reparaturen zu verlängern können. Das NFT wird in einem digitalen Wallet auf einer Blockchain gespeichert, sodass das Garantiezertifikat nicht verloren gehen oder versehentlich gelöscht werden kann.

Sämtliche Einnahmen aus dem Verkauf der Forever-Pieces-Kollektion kommen SOS-Kinderdorf zugute, der weltgrößten Hilfsorganisation für Kinder, die ohne elterliche Fürsorge aufwachsen, und für Familien in riskanter Lage. DHL ist Teil des Konzerns Deutsche Post DHL Group, der seit 2010 eine Partnerschaft mit SOS-Kinderdorf unterhält.

DHL ist der führende globale Logistikpartner für die Modebranche und den Einzelhandel. Seit Jahrzehnten leistet DHL Pionierarbeit, um die Anforderungen von Designern, Einzelhändlern und einigen der glamourösesten Modeveranstaltungen der Welt zu erfüllen. Der Logistiker legt ein besonderes Augenmerk auf Positive Fashion und trägt mit umweltfreundlichen Versandlösungen dem Nachhaltigkeitsgedanken in der Mode Rechnung trägt. Die Zusammenarbeit mit Forever Pieces ist das jüngste Projekt von DHL zur Unterstützung talentierter junger Designer und zur Förderung der Nachhaltigkeit in der Mode. „Mit unseren maßgeschneiderten weltumspannenden Logistiklösungen



können unsere Partner aus der Modebranche ihre Produktions- und Vertriebsprozesse optimieren und so den Erfolg und das Wachstum ihres Unternehmens weiter steigern“, sagt Mirella Muller-Wuellenweber, President Global eRetail and Fashion bei DHL Customer Solution & Innovation. „Wir bieten ein einzigartiges Liefererlebnis mit maximaler Geschwindigkeit und Flexibilität bei gleichzeitig minimalem CO₂-Fußabdruck. Vor allem im stark wachsenden Bereich E-Commerce sind dies überzeugende Argumente, uns als Lieferdienst einzusetzen.“

– Ende –

Hinweis an die Redaktionen:

Weitere Informationen über den Wettbewerb, die Gewinner und das Design finden Sie unter inmotion.dhl/en/fashion/forever-pieces-2022

Sie finden die Pressemitteilung zum Download sowie weiterführende Informationen unter dpdhl.de/pressemitteilungen

Medienkontakt

Deutsche Post DHL Group

Media Relations

Joanna Kruszewski

Tel.: +49 228 182-9944

E-Mail: pressestelle@dpdhl.com

E-Postbrief: pressestelle.konzern@dpdhl.epost.de

Im Internet: dpdhl.de/presse

Folgen Sie uns: twitter.com/DeutschePostDHL

DHL – The logistics company for the world

DHL ist die weltweit führende Marke in der Logistik. Mit unseren DHL-Divisionen bieten wir ein einzigartiges Logistikportfolio – von der nationalen und internationalen Paketzustellung über Transport- und Fulfillment-Lösungen im E-Commerce, den internationalen Expressversand sowie Straßen-, Luft- und Seefrachttransport bis zum Supply-Chain-Management. Mit rund 380.000 Mitarbeiter*innen in über 220 Ländern und Territorien weltweit verbindet DHL sicher und zuverlässig



Menschen und Unternehmen und ermöglicht so globalen nachhaltigen Handel. Mit einer einzigartigen Präsenz in Entwicklungs- und Schwellenländern und spezialisierten Lösungen für Wachstumssektoren wie „Technology“, „Life Sciences & Healthcare“, „Engineering, Manufacturing & Energy“, „Auto-Mobility“, und „Retail“ ist DHL „The logistics company for the world“.

DHL ist Teil des Konzerns Deutsche Post DHL Group. Die Gruppe erzielte 2021 einen Umsatz von mehr als 81 Milliarden Euro. Mit nachhaltigem Handeln sowie dem Engagement für Gesellschaft und Umwelt leistet der Konzern einen positiven Beitrag für die Welt. Bis 2050 strebt Deutsche Post DHL Group die Null-Emissionen-Logistik an.

Über Mykke Hofmann

Mykke Hofmann ist ein weibliches Kollektiv, das seine Wurzeln auf dem Balkan hat, in Deutschland ansässig und im Herzen kosmopolitisch ist. Das Unternehmen betreibt ein zeitgenössisches Womenswear-Label und eine eigene Produktionsstätte in Pančevo, Serbien. Mykke Hofmann setzt auf fließende Materialien, einen verführerisch femininen Stil, ausgefeilte Details und Frauen mit Haltung. Das Unternehmen hat sich zu 100 Prozent der fairen Produktion verschrieben und ist in großen Teilen nachhaltig, aber immer noch auf dem Weg.