

## Medieninformation

Wien, 21. Mai 2014

### **AEG „The Next Black“: Die Hauptakteure des Dokumentarfilms**

**Kann ein Kleid in Flüssigkeit gezüchtet werden? Lässt sich Stoff ohne Wasser färben? Wird sich die Wearable-Technologie durchsetzen? Diesen und weiteren Fragen rund um Innovationen und Zukunft der Bekleidung geht AEG in dem 45-minütigen Dokumentarfilm „The Next Black“ auf den Grund, der am 21. Mai veröffentlicht wird. Porträtiert werden Pioniere wie Patagonia, adidas, BioCouture und Studio XO, deren Ideen und Technologien die Kleidungsherstellung revolutionieren könnten.**

#### **Die Hauptakteure von „The Next Black“ im Überblick:**

##### **BioCouture: nachhaltige Stoffe züchten**

Positive Veränderungen der Produktionsabläufe können die Bekleidungsindustrie umweltschonender machen. Langfristig stellt sich jedoch die Frage, ob sich das Konzept „Bekleidungstextilien“ nicht auch völlig neu denken lässt. Eine mögliche Antwort hierauf gibt Suzanne Lee, Kreativdirektorin des Beratungsunternehmens BioCouture, zu dessen Innovationen Stoffe von Zellulose-produzierenden Mikroben zählen mit denen sich biologisch abbaubare Kleidung herstellen lässt.

„Damit wird Mode durch ein Verfahren hergestellt, das mehr Gemeinsamkeiten mit der Bierbrauerei oder Lebensmittelerzeugung hat, als mit der herkömmlichen Textilproduktion“, erklärt Suzanne Lee in „The Next Black“. „Bei der Herstellung durch Fermentierung oder durch lebende Organismen gibt es eigentlich keine Abfallprodukte, denn aus dem Verfahren entsteht zuerst die Faser, die dann zum Material geformt wird, sodass man letztlich in der Lage wäre, das Material genau in Form wachsen zu lassen, wie es später aussehen soll.“

Dieses Verfahren könnte das Potenzial haben, die gesamte Bekleidungsindustrie umzuwälzen. Denn Designer müssten ihre Materialien nicht erst beschaffen, bevor sie mit der Entwicklung eines Stücks beginnen. Bei der biologisch „gewachsenen“ Kleidung können Stoff und Kleidungsstück von Anfang an dem Entwurf entsprechend geformt werden und direkt „wachsen“ – ohne dass auch nur das kleinste bisschen Material verschwendet wird.

##### **Studio XO: digitale Kleidungsstücke als „Tumblr“ zum Anziehen**

An der Schnittstelle zwischen Kunst, Technologie und Mode zeigt der Film am Beispiel digitaler Kleidungsstücke die neusten Entwicklungen der Modetechnologie. „The Next Black“ stellt Nancy Tilbury von StudioXO vor,

ein Londoner Unternehmen, das digitale Modeexperimente in Form von interaktiv veränderbaren Kleidungsstücken entwickelt und damit zu den Pionieren des Technologie-Mode-Crossovers zählt.

„Ich glaube, dass die Mode der Zukunft insofern Ähnlichkeiten mit der Mode vergangener Jahrzehnte haben wird, als dass wir mehr Geld für einzelne Stücke ausgeben werden. Vielleicht wird es auch völlig neue Preismodelle geben. So könnten wir zum Beispiel Kleidung abonnieren – die Idee dahinter wäre, ein Abonnement zu bezahlen und dafür Mode als „Gefäße“ zu erhalten, deren Inhalt wir konsumieren. Wir glauben fest an das Prinzip des Tumblr-Blogs für den Körper, und ich denke, dass wir hier mit der Entstehung einer Remix-Kultur eine sehr spannende Entwicklung miterleben“, so Nancy Tilbury von Studio XO, zu deren Spezialgebiet interaktive, mit Leuchtmitteln versehene Bühnenkostüme für Künstler wie Lady Gaga und die Black Eyed Peas zählen.

#### **Patagonia: Die Entschleunigung der Mode**

Wird die Massenproduktion von Kleidung weiter so rasant ansteigen? Diese Frage stellt sich auch Patagonia, eines der am stärksten auf Nachhaltigkeit bedachten Unternehmen der Modebranche. „The Next Black“ zeigt die Lösungsansätze des Outdoor-Spezialisten für eine umweltschonendere Produktion von Kleidung. Für Rick Ridgeway, VP of Environmental Initiatives bei Patagonia, müssen auch die Verbraucher in Zukunft umdenken:

„Wir stehen an einer Weggabelung. Zur einen Seite geht es in ein reichlich düsteres Morgen, aber auf der anderen Seite liegt eine bessere Zukunft vor uns, in der wir die Weichen wirklich umstellen und die negativen Umweltauswirkungen rückgängig machen, sodass der Planet sich wieder erholen kann“, erklärt Ridgeway. „Die Bekleidungsindustrie muss Kleidung mit dem geringstmöglichen ökologischen Fußabdruck herstellen, ohne unnötige Umweltbelastung. Und die Verbraucher, die unsere Kleidung kaufen, müssen sie gut pflegen, sie bei Bedarf reparieren, sie wirklich auftragen und dann recyceln. Sie müssen sie auf die umweltschonendste Weise waschen und reinigen, die überhaupt möglich ist.“

#### **adidas: Kleidung mit Gespür**

Ein neuer Ansatz ist auch das 2013 von adidas vorgestellte miCoach Elite Team System, das die Leistung von Sportlern mit Hilfe der Kleidung misst und auswertet. Der Film porträtiert Matt Hymers, Produktmanager bei adidas im fränkischen Herzogenaurach:

„Ich bin überzeugt davon, dass Sensoren in Kleidungsstücken schon bald sehr weit verbreitet sein werden, und zwar nicht nur im Sportbereich, sondern auch im Alltag, zum Beispiel bei der Gesundheitsvorsorge“, so Hymers. „Sensoren helfen zu verstehen, was im Körper passiert und wie Menschen ihre Lebensweise verbessern können.“

#### **Yeh Group: der Wasserverschwendung in der Modeindustrie den Hahn abdrehen**

20 Prozent der weltweiten Wasserbelastung gehen auf das Konto der Textilindustrie. Der Film widmet sich daher auch innovativen Formen der

industriellen Textilfärberei. Sophie Mather, Innovation Director der Yeh Group, stellt mit der Drydye™-Technologie ein neues Verfahren vor, mit dem sich Textilien ganz ohne Wasser färben lassen. Dadurch könnte der jährliche Verbrauch von Millionen Litern Trinkwasser, der beim herkömmlichen Färbeverfahren anfällt, auf null zurückgehen.

„Wir haben gezeigt, dass man überkritisches Kohlenstoffdioxid verwenden kann, um Textilien zu färben“, so Mather. „Ich sehe die Zukunft darin, Drydye™ auch mit anderen Anwendungsbereichen von Zukunftsfasern zu verbinden, um so neue Lösungen in der Textilindustrie zu finden, die man sich heute nicht einmal vorstellen kann.“

Umweltfreundliche Verfahren wie die Drydye™-Technologie stehen noch ganz am Anfang ihrer Entwicklung, doch Mather ist sicher, dass die Bekleidungsmarken schon bald solche alternativen Produktionsprozesse einführen werden. „Wenn die Technologie erst einmal da ist, gibt es keine Ausreden mehr.“

Erstellt wurde der Dokumentarfilm in Zusammenarbeit mit der preisgekrönten Produktionsfirma House of Radon. Dem offiziellen [Filmtrailer](#) wurde international bereits große Aufmerksamkeit zuteil – nicht zuletzt dank seiner Präsentation auf der Plattform Mashable und der Unterstützung durch das weltweit bekannte Supermodel Coco Rocha, die den Trailer über soziale Netzwerke mit ihren Fans teilte. Neben der Veröffentlichung auf YouTube ist „The Next Black“ ab dem 22. Mai auch auf iTunes, Xbox Video, PlayStation, Google Play, Amazon Instant Video (USA) und Vudu (USA) erhältlich.

Die deutsche Version der Dokumentation „The Next Black“ finden Sie ab dem 21. Mai unter: <http://www.aeg.de/thenextblack>

Erfahren Sie mehr zum Projekt und Teilnehmern/Protagonisten der Dokumentation: <https://de.aegthenextblack.com/facebook/>

**Electrolux** ist ein weltweit führender Hersteller von Hausgeräten für den privaten und gewerblichen Einsatz und entwickelt seine Produkte in enger Zusammenarbeit mit professionellen Anwendern auf der Basis profunder Einblicke in die Bedürfnisse der Konsumenten. Für Haushalt und Business bieten wir innovative Lösungen in durchdachtem Design, wie z. B. Kühlschränke, Geschirrspüler, Waschmaschinen, Herde, Staubsauger, Klimaanlage und Haushaltskleingeräten. Unter renommierten Marken wie Electrolux, AEG, Zanussi, Frigidaire und Electrolux Grand Cuisine verkauft die Gruppe jährlich mehr als 50 Millionen Produkte an Kunden in über 150 Märkten. Im Jahr 2013 beschäftigte Electrolux 61.000 Mitarbeiter und erzielte einen Umsatz von 12,6 Milliarden Euro. Weitere Informationen finden Sie unter <http://group.electrolux.com>