

MODETECHNOLOGIE: WAS BEDEUTET DAS UND WARUM IST SIE WICHTIG?



VON: JESSICA HEMMER
KREATIVDIREKTORIN
BEI HEMMER DESIGN

Der Begriff „Modetechnologie“ klingt unhandlich und fachspezifisch. Dabei ist sie eigentlich ausgesprochen zugänglich. Wir erleben sie jeden Tag und überall. Von den Stoffen, die wir berühren, bis hin zu den Läden, in denen wir einkaufen: Modetechnologie durchdringt jede Komponente unserer Verbraucherkultur. Jennifer Margolin, Gründerin des Social Edge Summit, beschreibt sie als Raum, „in dem Technologie und Mode verschmelzen, um Design, Produktion, Vernetzung, Information, Vermarktung, Einkauf und letztlich das Gesamterlebnis der Modebranche zu beschleunigen und neu zu gestalten.“ Unternehmen haben bewiesen, dass dies in allen Bereichen möglich ist: Kundenerlebnis, Produktentwicklung, ja sogar Materialdesign. Um den Mehrwert durch die Investition in Modetechnologie zu verstehen, sehen wir uns ein paar Unternehmen an, die Bestehendes in Frage gestellt haben und damit erfolgreich waren.

VERBRAUCHERFREUNDLICHER HANDEL

Wer [Warby Parker](#) kennt, hebe bitte die Hand. Vielleicht tragen Sie eines ihrer Brillengestelle gerade auf der Nase. So wie ich zum Beispiel. Wer ihre Ladengeschäfte und die Website besucht, erlebt etwas völlig Anderes als bei einem herkömmlichen Optiker. Durch die Paarung neuer Technologie wie „Find Your Fit“ mit flexiblem Service (zuhause anprobieren) gelang es Warby Parker, Reibungspunkte beim Einkaufserlebnis zu umgehen. Sie geben dem Verbraucher volle Kontrolle – und gewinnen dadurch Heerscharen extrem loyaler Kunden.

WEARABLE-TECHNOLOGIE

Die Vorstellung eines reibungslosen Markenerlebnisses bekommt bei [Wearable X](#), einer technologiefähigen Bekleidungsmarke, eine völlig neue Bedeutung. Schlüpfen Sie in eine ihrer Nadi X-Yogahosen, öffnen Sie die App und machen Sie sich auf eine Yogastunde gefasst, die alles Bisherige in den Schatten stellt. Zehn Haptikmotoren und eine Reihe Beschleunigungsmesser sind direkt in den Stoff integriert, um in Echtzeit Rückmeldungen zu geben und die richtige Haltung zu fördern. Beim Haltungswechsel erkennt ein maschineller Lernalgorithmus Ihre Körperposition und sendet leichte Vibrationen, damit Sie Hüfte, Knie und Knöchel entsprechend korrigieren. Wie auch bei Warby Parker bietet Wearable X einen bedarfsgerechten Service, weil Technologienutzung von einem kreativen Standpunkt aus betrachtet wird.

ADVANCED MATERIAL DEVELOPMENT

Spinnt man den Faden weiter, erkennt man, dass Mode und Technologie sogar auf Zellebene aufeinandertreffen können. Designer und Forscher von CCIs Initiative „WHAT’S NEW IN COTTON™“ sehen sich die physische Zusammensetzung von Baumwolle aus einer neuen Perspektive an und transformieren die Art und Weise, wie sich Stoffe anfühlen und welche Funktionen sie übernehmen können. [Solucells](#) federleichte Hohlfasern sind beispielsweise darauf ausgelegt, die Körpertemperatur zu regulieren und das Feuchtigkeitsmanagement zu verbessern. Baumwolle ist seit jeher ein Synonym für

Tragekomfort, doch Solucells patentierte Technologie geht hier deutlich weiter. Für den Verbraucher bedeutet dies entscheidende Vorteile.

Ein weiteres Beispiel ist [Celliant](#), eine proprietäre Mineralienmatrix, die in das Garninnere eingebettet werden kann. Beim Sport wird vom Körper produzierte elektromagnetische Infrarot-Lichtenergie von der Matrix erfasst und zurückgestrahlt, um die Versorgung mit Sauerstoff, die Leistung und die Regeneration zu verbessern. In mit Celliant entwickelten Kleidungsstücken erlebt der Verbraucher die Kraft der Modetechnologie sobald er sie anzieht. Je mehr Modedesigner in aller Welt sich diese technischen Innovationen aneignen, desto globaler wird der Einfluss der Modetechnologie.

Alle diese Unternehmen gehen laufend an die Grenze des für uns Verbraucher Vorstellbaren. Sie erfinden jeden Schritt des Kundenerlebnisses neu – vom Einkaufen über das Tragen bis hin zur Weiterempfehlung. Das macht die Sache für mich als Designer so spannend – die ganze Branche ändert sich. Die Kombination aus Wissenschaft – ob Chemie oder Big Data – Design und Kundenerkenntnissen macht Mode zu Magie. In manchen Fällen ist das Ergebnis Ihr Lieblingsbrillengestell, in anderen ist es die Zukunft der Textilien. Alles fällt unter den Begriff Modetechnologie. Und es geschieht alles gerade im Moment.

Jessica Hemmer ist Gründerin und Kreativdirektorin bei Hemmer Design. Mit über einem Jahrzehnt Erfahrung in der Sportbekleidung, Mode und Spitzenmaterialienbranche kennt sie die Design- und Fertigungslandschaft sowohl von Marken- als auch Zuliefererseite. Ihr Atelier hilft Unternehmen dabei, ihren Platz in der Zukunft zu finden, und arbeitet gemeinsam mit ihnen daran, das dafür notwendige Produkt zu entwickeln.