

# LUNATIVE – schönes Licht zum Anziehen

(Quelle: Gruenderfreunde.de, 16.06.2015)

Lightwear ist ein neuer Bekleidungstrend - KICKSTARTER-Kampagne läuft

Das Hamburger Technologie-Startup LUNATIVE kreiert passend zum von der UNESCO ausgerufenen Jahr des Lichts 2015 einen neuen Trend in der Lifestyle- und Funktionsbekleidung. ACTIVE AMBIENT LIGHTWEAR heißt die Zauberformel – eine in die Textilien unsichtbar vernähte Lichttechnologie, die auf Knopfdruck eine einzigartige Leuchtwirkung entfaltet.

„Stell Dir vor, du kannst Deine Jacke im Dunkeln ganz einfach zum Leuchten bringen, wann immer du es willst“. So beschreibt Stefan Henzgen, Gründer und Geschäftsführer der Marke LUNATIVE, seine Mission, Bekleidung mit aktivem Licht auf ästhetische und praktische Art und Weise zu kombinieren. Zwei Jahre Laborentwicklung hat es gebraucht, um mit deutscher Ingenieurskunst eine „tragbare Lampe“ zu kreieren, die den Anforderungen an Technik und Design gerecht wird. Die Herausforderung war, die Lichttechnologie serienfähig, smart und unsichtbar in die Textilie zu integrieren, so dass Funktion und Tragekomfort nicht beeinflusst werden. Das Ergebnis ist innovative Funktionskleidung, die nicht nur am Tage gut aussieht, sondern in der Dunkelheit zu einem echten Hingucker wird.

Der Innovator Henzgen setzte dabei auf eine fast vergessene Lichttechnologie, die Elektrolumineszenz. Im Gegensatz zum LED Licht, das insbesondere auf kurze Distanz oft eine irritierend blendende Wirkung hat, besitzt die Elektrolumineszenz ein für das Auge angenehmes und gut sichtbares monochromatisches Licht. „Ich war sofort fasziniert von der Leuchtwirkung und den Möglichkeiten, die dieses 360-Grad-Licht im Dunkeln bietet. Unsere Definition von moderner Elektrolumineszenz hat eine ähnliche Anziehungskraft wie das Mondlicht; magisch, geheimnisvoll, verbindend und gleichzeitig nicht aufdringlich“, schwärmt René Phillippe Vassillière, Marketingleiter von LUNATIVE.

Die Lichttechnologie wird nahezu unsichtbar in klassische Funktions-, Sport- und Lifestylekleidung verwebt. Über ein kleines Batterypack, welches mit handelsüblichen 1,5-Volt-Batterien betrieben wird, kann die Kleidung einfach per Knopfdruck zum Leuchten gebracht werden. Dabei bleibt die Textilie komplett waschbar, lediglich das Batterypack sollte vorher aus der Tasche genommen werden. „LUNATIVE gibt Dir die Möglichkeit, im Dunkeln gesehen

zu werden. Ob auf dem Weg zur Arbeit, zur Schule, beim Sport oder im Nachtleben, du selbst machst dich für andere sichtbar“, sagt Vassillière.

Am 16. Juni öffnet LUNATIVE auf der internationalen Crowdfunding-Plattform KICKSTARTER seine Pforten. Dort können sich alle Lightwear-Fans die erste limitierte Edition an LUNATIVE FLASH HOODIES sichern. KICKSTARTER ermöglicht seit Mai 2015 deutschen Gründern, ihre kreativen Projekte zu präsentieren und um Unterstützer zu werben, die nicht nur an das Projekt glauben, sondern sich auch finanziell als Investor beteiligen möchten. Die Unterstützer erhalten jedoch keine Anteile, sondern können als erste weltweit in den Genuss der Produkte kommen. Wird ein bestimmtes Investitionsvolumen erreicht, winken den Unterstützern zusätzlich als Dankeschön hochwertige LUNATIVE Funktionsjacken. Das Ziel der KICKSTARTER-Kampagne ist neben der Akquisition von Investorengeldern, vor allem der Aufbau einer LUNATIVE-Community. “Wir wollen Menschen als Markenbotschafter für LUNATIVE gewinnen, die mit uns gemeinsam die Welt ein wenig mehr zum Leuchten bringen wollen”, so Henzgen.

Im Spätsommer 2015 wird der LUNATIVE Online-Shop gestartet. Neben der Direktvermarktung runden Lizenzkooperationen mit Markenartiklern, der Start in mehreren europäischen Ländern und der Vertrieb über ausgewählte Fachhändler die LUNATIVE MISSION 2015 ab. Als einer der ersten Unterstützer der LUNATIVE MISSION konnte der renommierte Filmregisseur Peter Dietrich gewonnen werden. Inspiriert vom Licht produzierte er zusammen mit der Werbeagentur Grey und den Filmproduzenten von Wanda Productions originelle und zugleich authentische LUNATIVE Doku-Spots in Tromsø/Norwegen, der dunkelsten Stadt Europas. Die sieben Spots im Mockumentary-Stil werden zurzeit auf internationalen Werbefilmwettbewerben präsentiert.

Neben dem Launch einer erweiterten Kollektion Anfang 2016, tüfteln Henzgen und sein Ingenieursteam an der technologischen Weiterentwicklung. Von erweiterten Schnittstellen (wie z.B. USB), alternativen Energiekonzepten bis hin zu leuchtenden Flächen und neuen Formen. Die spannende Lichtmission geht weiter.