

Medieninformation**MIELE X MODE SUISSE AWARD FOR POSITIVE IMPACT: Der Gewinner steht fest.**

- Der mit 10'000 Schweizer Franken dotierte Preis hat das Ziel, die Schweizer Modeindustrie langfristig ökologischer und sozialer zu gestalten.
- Das Siegerprojekt muss nachweislich mindestens einem der 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen entsprechen.
- Bei der namhaft besetzten Jury konnte sich das Modelabel MOURJJAN mit dem «Projekt Mourjjan4Children» durchsetzen.

Spreitenbach, 28. Juni 2023. – Am 4. September findet – erneut im Chipperfield-Bau des Kunsthauses Zürich – der Hauptevent der diesjährigen Mode Suisse statt. Bereits zum dritten Mal wird daran auch Miele vertreten sein, nämlich als Hauptsponsor. Neu verleiht Miele in diesem Jahr zudem den mit 10'000 Schweizer Franken dotierten Preis «MIELE X MODE SUISSE FOR POSITIVE IMPACT». Schon jetzt steht der Gewinner fest: Ausgezeichnet wird MOURJJAN-Designer Roland Rahal mit dem Projekt «Mourjjan4Children». Das Projekt nutzt textiles Schaffen, um traumatisierten Jugendlichen Kraft und Mut zu geben, die eigene Zukunft zu gestalten.

Der «MIELE X MODE SUISSE AWARD FOR POSITIVE IMPACT» wurde ins Leben gerufen, um Schweizer Modedesignerinnen und -designer zu prämiieren, die im Sinne der siebzehn Maximen des UN Global Compact einen Beitrag dazu leisten, die Modebranche langfristig ökologischer und sozialer zu gestalten. Der Gewinner oder die Gewinnerin bekommen nicht nur die Möglichkeit, ihre aktuelle Modekollektion an der Mode Suisse vorzustellen, sondern erhalten neu auch ein Preisgeld von CHF 10'000.

Der diesjährige Preisträger, Roland Rahal vom Label MOURJJAN mit dem Projekt «Mourjjan4children», wurde von einer zwölfköpfigen Fach-Jury gewählt. Für die Jurierung des MIELE x MODE SUISSE AWARDS FOR POSITIVE IMPACT zeichnen folgende Personen verantwortlich: Alexandre Lanz, Deputy Editor-in-Chief Femina (Lausanne); Charles Aellen, Besitzer Charles Aellen Company (Zürich), Claudia Desax, Besitzerin Opia (Zürich); Corinne Grüter, Besitzerin Set&Sekt (Basel); Cyril Jordil, Buyer BONGENIE GRIEDER (Genf); Malena Ruder, Editorial Director Magazine Z/NZZ am Sonntag (Zürich); Marcela Palek, Style Director Konfekt/Monocle, Journalistin (Zürich); Nathalie De Geyter, Creative Director & Head of Fashion annabelle (Zürich); Nina Bachmann, Member of the Management Board, Technology and Sustainability Swiss Textiles (Zürich); Seol Cheong Kwon, Artisan Peintre Louis Vuitton & bildende Künstlerin (Zürich); Taya & Tary Sawiris, Besitzerinnen Tasoni (Andermatt/Zürich); Yannick Aellen, Gründer und Direktor Mode Suisse (Zürich). Wie alle Bewerberinnen und Bewerber musste MOURJJAN neben einem Projektbeschrieb einen Nachweis vorlegen, auf welche Weise sein Wettbewerbsbeitrag

mindestens einem der 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen entspricht.

Das Siegerprojekt «Mourjjan4Children» ist ein kreatives Bildungsprogramm für traumatisierte Kinder. Im Zentrum des Projekts steht das Ziel, den Kindern einen Raum zu bieten, in dem sie lernen, mit ihren Emotionen umzugehen und aus diesen kreativen Kraft zu schöpfen. Dabei sollen sie die Möglichkeit haben, zu lernen, wer sie sind, was ihnen wichtig ist und wie sie Entscheidungen treffen können, die ihre Zukunft positiv beeinflussen. In Zusammenarbeit mit der Schweizer «Association swiss4lebanon» und einer lokalen NGO im Südlibanon erhalten Kinder im Alter von 8 bis 17 Jahren mit libanesischem, palästinensischem und syrischem Hintergrund die Chance, einen dreiwöchigen Kurs zu belegen, der ihnen die Möglichkeit gibt, erstens Gemeinsamkeiten durch Schönheit zu erfahren (Building Bridges), zweitens Identität durch Gefühle, Werte und Qualitäten zu erforschen (Exploring Roots) und drittens gemeinsame Werte und Verhaltensweisen zu leben (Building a New Culture).

Zeichen setzen für eine soziale und nachhaltigere Mode

«Es ist eine grosse Ehre, dass wir die Jury insbesondere davon überzeugen konnten, dass die Kinder im Rahmen des Kurses jeweils auch Ideen für ein Textilprodukt entwickeln, was wiederum das Programm finanziell zu tragen hilft», freut sich Preisträger Roland Rahal. Er betont, dass durch das Projekt gleichzeitig die lokale Industrie und Handwerkskunst gefördert werde – ganz nach dem Motto «Eine Hand hilft der anderen». «Letztes Jahr wurden aus Kinderzeichnungen zwei Seidenfoulards gemacht. Dieses Jahr haben die Kinder mit Knetmasse gearbeitet und Motive für ein Hoodie gestaltet und so hautnah den Kreislauf des kreativen Prozesses erlebt», führt Rahal aus.

Für Andy Oehrli, Director Marketing von Miele Schweiz, hat Roland Rahals Engagement etwas Inspirierendes: «Auch Miele engagiert sich in der Schweiz seit einigen Jahren für nachhaltige Mode und möchte die Schweizer Bevölkerung zu diesem Thema sensibilisieren. Mit dem «MIELE X MODE SUISSE AWARD FOR POSITIVE IMPACT» möchten wir zudem ein Zeichen gegen Fast Fashion setzen und zeigen, dass Mode sehr viel mehr kann, als billig produziert und ein paar wenige Male getragen zu werden, sondern den Weg in eine bessere Zukunft weisen kann. Wir freuen uns ausserordentlich, dass wir mit Roland Rahal von MOURJJAN einen engagierten Preisträger auszeichnen dürfen, der eine Perspektive für Jugendliche eröffnet, deren Voraussetzungen für ein selbstbestimmtes Leben keinesfalls günstig waren.»

Die Kleidungsstücke, die auf diese Weise entstehen und Eingang in die Kollektion von MOURJJAN finden, widersetzen sich der Logik von Fast Fashion, indem sie emotional aufgeladen sind und bei ihren Trägerinnen und Trägern positive Emotionen auszulösen. Die Chance, dass sie nach wenigen Malen tragen wieder aus dem Kleiderschrank verschwinden, sinken dadurch erheblich. Dieses Engagement unterstützt Miele. Nachhaltigkeit bedeutet

aber auch, den Verbrauch von Energie, Wasser und Waschmittel bei der Wäschepflege zu optimieren. Dafür sorgt z.B. die automatische Waschmitteldosierung TwinDos®, mit welcher bis zu 30% Waschmittel eingespart werden kann. Miele Waschmaschinen und Trockner rangieren darüber hinaus in den höchsten Energieeffizienzklassen, sind auf eine Lebensdauer von 20 Jahren ausgelegt und werden aus möglichst rezyklierbaren Materialien hergestellt. Ausserdem verfügen sie über wabenförmige Schontrommeln, die den Abrieb von Textilien minimieren und dafür sorgen, dass Kleidungsstücke ihren Besitzerinnen und Besitzern möglichst lange Freude machen.

Medienkontakt Miele:

Roman Berther
Telefon: +41 56 417 25 40
E-Mail: roman.berther@miele.com

Über das Unternehmen: Miele ist der weltweit führende Anbieter von Premium-Hausgeräten für die Produktbereiche Kochen, Backen, Dampfgaren, Kühlen und Gefrieren, Kaffeezubereitung, Geschirrspülen, Wäsche- sowie Bodenpflege. Hinzu kommen Geschirrspüler, Waschmaschinen und Wäschetrockner für den gewerblichen Einsatz sowie Reinigungs- und Desinfektionsgeräte für medizinische Einrichtungen und Laboratorien („Miele Professional“). Das 1899 gegründete Unternehmen ist in fast 100 Ländern mit eigenen Vertriebsgesellschaften oder über Importeure vertreten. Weltweit beschäftigt das in vierter Generation familiengeführte Unternehmen über 25'000 Personen. Bei der Vertriebsgesellschaft Schweiz sind etwa 480 Mitarbeitende beschäftigt.

Weitere Informationen unter: www.miele.ch, www.modesuisse.ch

Zu diesem Text gibt es sechs Bilder



Bild 1: Logo «MIELE X MODE SUISSE AWARD FOR POSITIVE IMPACT»



Bild 2: Roland Rahal vom Siegerprojekt «Mourjjan4Children»
(Foto: MOURJJAN)



Bild 3: Siegerprojekt «Mourjjan4Children» (Foto: MOURJJAN)



Bild 4: Siegerprojekt «Mourjjan4Children» (Foto: MOURJJAN)



Bild 5: Siegerprojekt «Mourjjan4Children» (Foto: MOURJJAN)



Bild 6: Andy Oehrli, Director Marketing von Miele Schweiz
(Foto: Miele Schweiz)

Download Text und Fotos: <https://www.miele.ch/de/m/index-p.htm>

Folgen Sie uns:

 @mieleschweiz

 @mieleswitzerland

 Miele