

## **NATIONAL GEOGRAPHIC CHANNEL UND C&A PRÄSENTIEREN DOKU ÜBER NACHHALTIGE MODE**

Berlin, 28. April 2016. Anlässlich der Europapremiere von „For the Love of Fashion“ haben Alexandra Cousteau, anerkannte Expertin bei Fragen rund um das Thema „Wasser“ und Jeffrey Hogue, Chief Sustainability Officer C&A Global, die Notwendigkeit für einen Paradigmenwechsel im Anbau von Baumwolle betont. „Etwa die Hälfte aller weltweit produzierten Kleidungsstücke wird aus Baumwolle hergestellt, aber konventionelle Anbaumethoden bergen das Risiko irreparabler Schäden für unsere Erde,“ sagte Cousteau im Rahmen der Film Premiere in Berlin. „Wir freuen uns, eine Dokumentation zu unterstützen, die einen Einblick in nachhaltigere Anbaumethoden gewährt. Es geht uns darum, sowohl die Branche als auch die Kunden davon zu überzeugen, dass ein nachhaltigerer Baumwollanbau wesentliche Vorteile für Mensch und Umwelt bietet“, ergänzt Hogue.

Durch die 60 Minuten lange Dokumentation führt Cousteau und reiste dafür nach Indien, in die Vereinigten Staaten und nach Deutschland, um vor Ort der Wichtigkeit nachhaltigerer Anbaumethoden auf den Grund zu gehen. Nur 2,4% der Ackerfläche der Welt wird zum Anbau von Baumwolle genutzt – gleichzeitig werden hier jedoch 24% der weltweit verkauften Insektizide und 11% der weltweit verkauften Pestizide eingesetzt. Biobaumwolle hingegen hat erhebliche ökonomische und ökologische Vorteile, macht aber weniger als 1% der jährlichen Produktion weltweit aus.

In der Dokumentation besucht Cousteau u.a. die Baumwollfelder in Madhya Pradesh, Indien, um den Baumwollanbau vor Ort mitzuerleben und die örtlichen Bauern zu treffen, deren Lebensumstände sich nach der Umstellung von konventionellem auf nachhaltigen Anbau deutlich verbessert haben. Neben Mitarbeitern von Nichtregierungsorganisationen in Indien trifft sie sich auch mit Branchenvertretern in Deutschland und den USA. Cousteau führt Interviews mit den Experten von C&A, einer der weltweit führenden Anbieter von Biobaumwolle, um ein Verständnis dafür zu bekommen, warum ein globaler Bedarf für nachhaltigere Produktion besteht und ein internationales Eingreifen nötig ist. „Wir müssen bei unseren Kunden das Bewusstsein dafür schärfen, dass ihre Entscheidungen einen wesentlichen Beitrag leisten, die nachhaltige Entwicklung in Baumwollanbauländern zu unterstützen“, sagt Hogue.

Deborah Armstrong, Executive Vice President National Geographic Partners Europe, ergänzt: „Wir bei National Geographic glauben an die Macht der Wissenschaft, der Entdeckung und des Geschichtenerzählens, um die Welt zu verändern. Die Art und Weise wie Kleidung produziert wird, beeinflusst unsere Umwelt jeden Tag in einem Ausmaß, dem sich nur wenige Menschen bewusst sind. ‚For the Love of Fashion‘ illustriert diese Auswirkungen und bietet mögliche Lösungsansätze, wird aber gleichzeitig so präsentiert, dass die Zuschauer auf der ganzen Welt davon fasziniert sind.“

Die Dokumentation feiert im Mai auf National Geographic Channel in ausgewählten Märkten Premiere. Informationen zu den örtlichen Ausstrahlungsdaten finden Sie auf [www.natgeotv.com](http://www.natgeotv.com)

### Über C&A Europe

Mit mehr als 1.575 Filialen in 20 europäischen Ländern und mit mehr als 35.000 Mitarbeitern ist C&A eines der führenden Modehandelsunternehmen Europas. C&A begrüßt jeden Tag mehr als zwei Millionen Besucher in seinen Filialen und bietet Mode in guter Qualität zu günstigen Preisen für die ganze Familie. Zusätzlich zu den europäischen Filialen ist C&A auch in Brasilien, Mexiko und China präsent. C&A ist einer der weltweit führenden Anbieter für Mode aus Biobaumwolle. Mehr über C&A finden Sie hier: [www.c-a.com](http://www.c-a.com)

### Über National Geographic Channels

National Geographic Channels ist die TV- und Produktionsgesellschaft von National Geographic Partners, einem Joint Venture der 21st Century Fox und der National Geographic Society. Zu den Sendern, die weltweit Marktführer im Premiumsegment der Wissenschafts-, Abenteuer- und Dokumentationssendungen sind, zählen National Geographic Channel (NGC), Nat Geo Wild, Nat Geo people und Nat Geo Mundo. Des Weiteren betreibt National Geographic Channels die unternehmenseigene Produktionsgesellschaft National Geographic Studios. Die Sender leisten mit unterhaltenden, innovativen Programmen von erstklassigen Produzenten aus der ganzen Welt einen Beitrag zum Engagement der National Geographic Society hinsichtlich Forschung, Naturschutz und Bildung. Die Erlöse kommen den Zielen der Society zugute. NGC wird in über 440 Millionen Haushalten in 171 Ländern und 45 Sprachen ausgestrahlt. Nat Geo Wild ist in 131 Ländern und 38 Sprachen verfügbar. National Geographic Partners ist führend im Bereich Social Media mit einer Fangemeinde von 250 Millionen Menschen über sämtliche sozialen Netzwerke hinweg. Allein auf Facebook hat NGC über 55 Millionen Fans. Weitere Informationen finden Sie auf [www.natgeotv.com/de](http://www.natgeotv.com/de).

### Über Alexandra Cousteau

Alexandra Cousteau, eine aufstrebende Entdeckerin, Filmmacherin und weltweit anerkannte Verfechterin des Schutzes von Wasserressourcen bei National Geographic, setzt die Arbeit ihres berühmten Großvaters Jacques-Yves Cousteau und ihres Vaters Philippe Cousteau, Sr. fort. Sie hat das Talent zum Geschichtenerzählen von ihren Verwandten geerbt und besitzt die einzigartige Gabe, Zuschauer für schwierige Themen wie Politik zu begeistern. Alexandra widmet sich dem Ziel, die Gesundheit unseres Planeten zu bewahren, indem sie die Wichtigkeit des Wasserschutzes und den achtsamen Umgang mit Wasserressourcen fördert. Ihre weltweiten Aktionen sollen bewirken, dass Menschen und Gemeinden, die alle von Trinkwasser abhängig sind, zum Schutz der Ozeane und ihrer Bewohner

inspiriert und befähigt werden. Das Weltwirtschaftsforum führte Alexandra 2010 als einen seiner Young Global Leader. Diese Gemeinschaft aus elf jungen Pionieren trägt als wesentliche Kraft zur Schaffung einer nachhaltigen Zukunft für unseren Planeten bei, indem sie die Grenzen von Entdeckungen, Abenteuer und globalen Problemlösungsansätzen infrage stellen und neu definieren. 2008 gründete Alexandra Blue Legacy International mit dem Ziel, Menschen dazu zu befähigen, nach und nach die Wasserreserven der Welt zurückzugewinnen und wiederherzustellen. Alexandra führte Expeditionen von Blue Legacy in 6 Kontinenten an und produzierte mehr als 100 preisgekrönte Kurzfilme über weltweite Wasserprobleme, die Rekordzahlen von Zuschauern dazu bewegten, sich zu Hause aktiv für den Wasserschutz zu engagieren. Sie arbeitet als Beraterin für Oceana, um deren wichtige Arbeit über die Ozeane über Expeditionen, Veranstaltungen und Fördermaßnahmen einem breiteren Publikum näherzubringen.



**KONTAKT:**

Elena Panayides  
Director Trade Marketing & Communications Europe  
Telefon: 0044 (0) 203426 7276  
email: [Elena.panayides@fox.com](mailto:Elena.panayides@fox.com)

Thorsten Rolfes  
Head of Corporate Communications C&A Europe  
Telefon: 0049 (0) 211 9872 - 2749  
Fax: 0049 (0) 211 9872 - 4466  
E-mail: [thorsten.rolfes@canda.com](mailto:thorsten.rolfes@canda.com)

**FOR THE LOVE OF FASHION: FIRST AIRING**EUROPE

Bulgaria	21.05.16 @20:55
Bosnia	21.05.16 @20:55
Montenegro	21.05.16 @20:55
Croatia	21.05.16 @20:55
Serbia	21.05.16 @20:55
Slovenia	21.05.16 @20:55
Hungary	23.05.16 @18:00
Czech Republic / Slovakia	23.05.16 @18:00
France	23.05.16 @08:00
Germany	16.05.16 @08:50
Spain	17.05.16 @21:30
Portugal	16.05.16 @17:30
Italy	16.05.16 @19:55
Netherlands / N. Belgium	27.05.16 @18:00
Poland	17.05.16 @17:00
Romania	21.05.16 @20:00
Greece	21.05.16 @20:00
Israel	21.05.16 @20:00
Turkey	21.05.16 @21:00

LATIN AMERICA

Mexico	24.05.16 @17:25
Brazil	25.05.16 @17:15

ASIA

China	27.05.16 @21:30
-------	-----------------