

## LEXUS TECHNOLOGIE «BLACK BUTTERFLY» LIEFERT DIE INSPIRATION FÜR IMMERSIVE INSTALLATIONEN BEI DER MAILÄNDER DESIGNWOCHE 2025



- Kreative aus mehreren Ländern produzieren neue Werke, die vom Lexus Konzept «Black Butterfly» für Benutzeroberflächen im Fahrzeug inspiriert sind.
- «A-Un», eine interaktive Installation von SIX Inc. und STUDEO, nimmt auch Bezug auf «Aun no kokyo», das traditionelle japanische Konzept des Atmens in Harmonie.
- «Discover Together», eine neue Initiative von Lexus, stellt gemeinsam geschaffene Werke aufstrebender Talente vor.
- Die Installationen werden von Lexus auf der Mailänder Designwoche 2025 vom 8. bis 13. April präsentiert.

Black Butterfly, das von Lexus für das Konzeptfahrzeug LF-Z Electrified entwickelte Cockpit-Steuerungssystem mit zwei Display-Benutzeroberflächen, hat Kreative aus mehreren Ländern dazu inspiriert, an der Schnittstelle von Kunst und Design immersive neue Installationen zu entwickeln. Diese spannenden Interpretationen der Frage, wie zukünftige Technologien Mensch, Maschine und Mobilität näher zusammenbringen werden, präsentiert Lexus auf der Mailänder Designwoche 2025, die für Kreative aus aller Welt zu den weltweit führenden Messen zählt. Die Exponate sind vom 8. bis 13. April im Superstudio Più für die Öffentlichkeit zugänglich.

Bei «A-Un» handelt es sich um eine interaktive Installation, die intuitiv eine Verbindung zum Betrachter herstellt und die Prinzipien von Black Butterfly mit dem traditionellen japanischen Konzept *Aun no kokyō* (Atmen in Harmonie) verbindet. Sie wurde von Lexus in Zusammenarbeit mit der in Tokio ansässigen Kreativagentur SIX und dem Designstudio STUDEO entwickelt. Die Installation stellt die nahtlose Kommunikation zwischen Mensch und Mobilität in einer neuen Dimension vor. Sie visualisiert den Geist des gegenseitigen Verstehens durch perfekt synchronisierte Interaktionen.

Lexus präsentiert auf der Mailänder Designwoche auch die Initiative «Discover Together», die von aufstrebenden kreativen Talenten geschaffen wurde. Diese sind für Bascule Inc. in Japan, die Northeastern University in den USA und das Lexus Design Team in Japan tätig. Bereits seit mehr als zehn Jahren unterstützt Lexus mit dem Lexus Design Award innovative Kreative, die sich für die Gestaltung einer besseren Zukunft für Mensch und Gesellschaft einsetzen. Aufbauend auf dieser Tradition hat Lexus die Initiative «Discover Together» ins Leben gerufen. Dieses Projekt stellt das gemeinsame kreative Schaffen in den Mittelpunkt. Es interpretiert die neuen Möglichkeiten, welche die Cockpit-Benutzeroberfläche Black Butterfly bietet, auf neue Weise und bringt diese zum Ausdruck. Mit ihren Werken zeigen die Künstler die verschiedenen Schwingungen und Erfahrungen, die entstehen können, wenn Menschen mit Black Butterfly interagieren. Lexus nimmt seit vielen Jahren aktiv an der Mailänder Designwoche teil und nutzt dort die Gelegenheit, den Status quo im Luxusautomobilsektor in Frage zu stellen und sowohl bei Produkten als auch bei Serviceleistungen neue Massstäbe zu setzen und erstaunliche Kundenerlebnisse zu schaffen.

### **Profile der Macher von «A-Un»**

#### **Takeshi Nozoe (SIX Inc.)**

Takeshi Nozoe gründete das Kreativunternehmen SIX Inc. im Jahr 2013. Als Creative Director stellt sich Nozoe der Herausforderung, neue Formen der Kommunikation und praxisorientierte Erlebnisse für Markenunternehmen aus Japan und aus anderen Ländern zu schaffen, unter anderem für Toyota GR und Lexus. Er hat an einer Reihe von Projekten mitgewirkt, welche die Grenzen des Ausdrucks durch die Verschmelzung verschiedener Technologien erweitert haben, darunter räumliche Ausdrucksformen mit 1000 Drohnen, das Musikvideo «Obsession for Smoothness» in Zusammenarbeit mit der Rockband OK Go sowie das Projekt «Space Balloon», eine Echtzeit-Interaktion mit der Stratosphäre. Bisher wurde er mit mehr als 100 internationalen Kreativpreisen ausgezeichnet, unter anderem mit einem Cannes Lions Gold Award und einem New York Festival Gold Award. Das Originalprodukt von SIX, der Lautsprecher COTODAMA Lyric, wird in 44 Ländern der Welt verkauft, was unter Beweis stellt, wie sehr die Innovationskraft des Unternehmens bei der Produktentwicklung geschätzt wird.

#### **Tatsuki Ikezawa (STUDEO)**

Nach seinem Abschluss an der Fakultät für Designinformatik der Musashino Kunstuniversität gründete Tatsuki Ikezawa 2020 das Kreativstudio STUDEO. Er betrachtet die Markenstrategie aus der Perspektive der Art Direction und schafft eine nahtlose Integration der Konzeptentwicklung, des Produktdesigns einschliesslich Verpackungs- und Logodesign und der Planung von Kommunikationsinhalten wie etwa Werbespots, Werbegrafiken und Raumgestaltung, um eine kohärente Markenwelt zu schaffen. 2018 präsentierte Ikezawa die

Einzelausstellung BEYOND THE CRAFT in New York. 2024 nahm er als Designer von The Trio Asia Posters auf der Bienal Internacional del Cartel (Internationale Plakatbiennale) in Mexiko-Stadt teil. Für seine Arbeiten erhielt er zahlreiche Preise, darunter den Tokyo ADC Award und den JAGDA New Designer Award sowie Auszeichnungen beim Cannes Lions International Festival of Creativity, bei ONE SHOW und beim New York ADC. Er ist Mitglied des Tokyo Art Directors Club und der Japan Graphic Design Association (JAGDA).

## **Profile der Macher von «Discover Together»**

### **Basculc Inc. (Japan)**

Abgebildete Mitglieder (von links nach rechts): Tomoyuki Iwabuchi, Masayoshi Boku, Sakiko Osawa  
Basculc Inc. ist ein Kreativteam mit Sitz in Tokio, das dafür bekannt ist, Realität und verborgene Geschichten aus verschiedenen Daten zu extrahieren, um emotionale Erlebnisse zu schaffen. Mit ihrer speziellen Strategie «DATA-TAINMENT» engagieren sie sich in unterschiedlichsten Feldern wie etwa Werbung, Veranstaltungen, Sport, Kunst, Stadtentwicklung und Weltraum, um neue Erlebnisse zu schaffen, an denen alle Menschen teilhaben können.

### **Northeastern University (USA)**

Unter der Leitung von Paolo Ciuccarelli, Leiter des Center for Design an der Northeastern University, bilden Chloe Prock, Jasmine Yiming Sun und Elizabeth McCaffrey ein Expertenteam für Design und Forschung, das die vielfältigen Schnittstellen von Datenvisualisierung, Experience Design und kreativer Praxis erkundet. Mit ihrem Know-how in den Bereichen immersive Medien, computergestützte Datenvisualisierung, UI-/UX-Entwicklung und Designforschung überbrücken sie die Kluft zwischen neuen Technologien, am Menschen orientiertem Design und «Poetic Computation», um ansprechende, zum Nachdenken anregende Erlebnisse zu schaffen.

### **Lexus Design Team (Japan)**

Das Designteam der Toyota Motor Corporation hat durch die Neuinterpretation von Black Butterfly neue Ausdrucksformen und Erlebnisse geschaffen. Der Mentor Moto Takabatake arbeitet als Konzept- und Visionsdesigner und entwirft Zukunftsvisionen und Konzepte für alle Produkte, darunter auch Erlebnisse für die Marken Lexus und Toyota. Die Designerin Yuri Tamura begann ihre Karriere als CMF-Designerin und erkundet nun innovative Designstrategien, die bestehende Konzepte in allen Genres in Frage stellen. Sie konzentriert sich darauf, menschliche Emotionen und Erfahrungen aus neuen Blickwinkeln zu erfassen, um viele Menschen zu inspirieren.