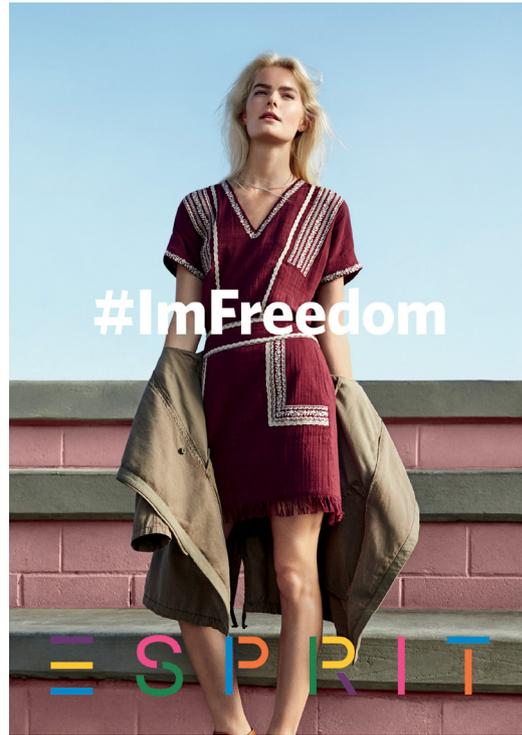


ESPRIT

#ImEsprit

Dürfen wir vorstellen? Die neue Esprit
Markenkampagne Frühjahr/Sommer 2017



In dieser Saison entwickelt Esprit das #ImPerfect Konzept weiter - und inszeniert eine ehrliche Interpretation der wichtigsten Werte eng am Markenkern. Mit #ImEsprit wird eine Kampagne lanciert, die auf positive Weise all das transportiert, was du in dir trägst - kurzum: Wir motivieren dich, die Person zu kleiden, die du bist, sein kannst und sein möchtest.

Angeregt durch unsere Kunden und repräsentiert von unterschiedlichen Charakteren, illustriert #ImEsprit die Bandbreite, die die Marke spiegelt: angefangen bei der spielerischen Idee von #ImLove bis hin zum inspirierenden Ausdruck von #ImChange. Die mit Hashtag versehenen, emotionalen Statements illustrieren, was es bedeutet, sich zugehörig zu fühlen: zu einer bestimmten Haltung, zu uns selbst, zu einer anderen Person - mit dem Ziel, ein wahrhaftiges Gefühl von Akzeptanz, Freiheit und Optimismus zu empfinden.

ESPRIT



Esprit kollaborierte mit dem angesehenen Fotografen Dan Martensen, der die Kampagne an acht verschiedenen Outdoor-Locations in Los Angeles realisierte. #ImEsprit zeigt acht völlig unterschiedliche Protagonisten, die ihre individuelle Persönlichkeit unbeeinflusst in die Bildsprache mit einbringen durften. Warme, intensive Farben auf soften Baumwoll-Styles dominieren die Saison, dabei fungiert ein Zweiteiler mit Stehkragen-Shirt in rostigem Orange als eines der Highlights. Dieser Look bildet einen wunderschönen Kontrast zum frischen natürlichen Licht der kalifornischen Landschaften. Eine Reihe leger geschnittener Bomberjacken in den Military-Farben der Stunde kleidet die Jungs, in Kombination mit dezent von der Athleisure Wear abgeleiteten, lose geschnittenen Pullovern in intensivem Aubergine oder unkomplizierten Grau-Nuancen. Zeitgemäße Kombinationen, wie etwa ein dunkelblauer Nadelstreifenanzug mit Lieblingsstück-Charakter, vermitteln ein Gefühl von Stärke und Souveränität - wer auch immer ihn trägt oder tragen möchte.

Eingefangen vom Regisseur Gordon von Steiner wird der begleitende Film von der legendären Fat Boy Slim Hymne ‚Right here, right now‘ untermalt, die die Energie und das Tempo des Shootings perfekt illustriert. Die grundsätzliche Stimmung ist hoffnungsvoll und motivierend - ein perfekter Kick in einer Welt voller Unsicherheit und unvorhersehbarer Ereignisse.

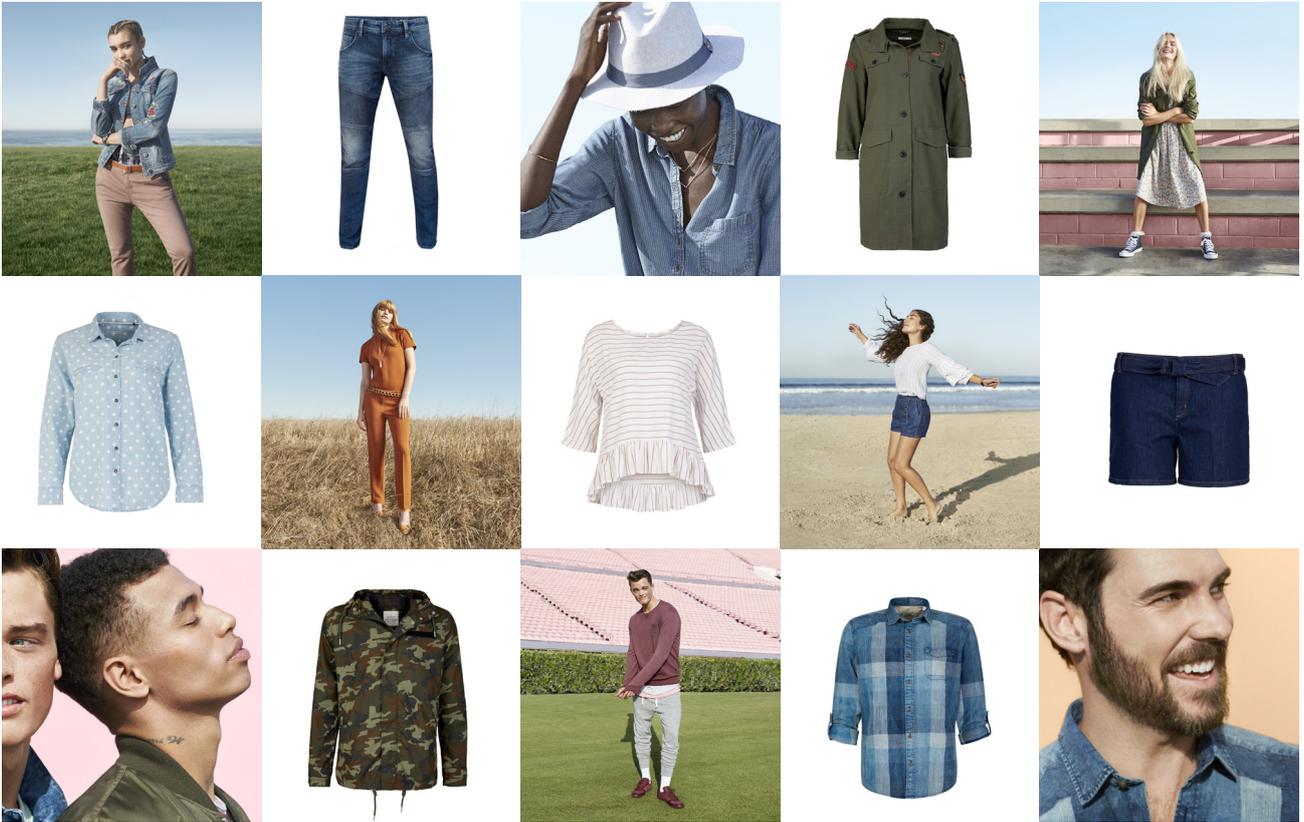
Lanciert wird die Kampagne im März - mit einer umfangreichen und mitreißenden Serie an TV- und Web-Spots, Print- und Social-Media-Auftritten über die Saison hinweg - im für Esprit wichtigsten Markt. Die Initiative unterstützt darüber hinaus Esprits Marketing-Ambitionen, die Geschichte der Marke mit Nachdruck neu zu erzählen.

Pressekontakt:

Häberlein & Mauerer
Cindy Westermeier
cindy.westermeier@haebmau.de

DOWNLOAD

hi-res pictures here



ÜBER ESPRIT

Esprit ist eines der führenden weltweiten Modemarken. Die Marke Esprit steht für inspirierende Damen-, Herren- und Kinder-Kollektionen für alle Gelegenheiten, die gleichbleibend Top-Qualität zu attraktiven Preisen bietet. Sie wurde 1968 in San Francisco gegründet und verkörpert seit jeher das natürliche Lebensgefühl des „Californian Lifestyle“. Mit Liebe zum Detail und mit der konsequenten Ausrichtung der Prozesskette auf Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung hat sich Esprit zu einer der beliebtesten Marken in der internationalen Modewelt entwickelt.

Das Unternehmen ist in mehr als 40 Ländern präsent und vertreibt seine Produkte in über 700 eigenen Retail Stores sowie an mehr als 6230 Wholesale-Standorten. Dazu zählen die Geschäfte von Franchisepartnern ebenso wie die Verkaufsf lächen in Warenhäusern. Das Unternehmen ist an der Börse in Hongkong gelistet und unterhält Firmensitz ein Ratingen bei Düsseldorf und Hongkong.