

BENETTON COLOURFUL VIBES

**Neue Kampagne United Colors of Benetton H/W 2013.
Ein großartiger Modefotograf, Mikael Jansson, und sechs Idole der
Jugend, um der Welt zu zeigen, dass Diversität auch in der Musik
ein kostbares Gut ist.**

Ponzano, 3 Juli 2013. Wir schwärmen für Rock oder Pop, Techno oder Hip-Hop, für einen alternativen oder konventionellen Sound: jeder von uns ist anders, aber Musik ist unsere gemeinsame Leidenschaft. Für die Modekampagne Herbst/Winter 2013 hat **United Colors of Benetton** die **Musik** gewählt, um zu bekräftigen, dass in der **Eintracht der Diversitäten** - der Menschen, ihrer Persönlichkeit, ihrer Kulturen und ihrer unterschiedlichen Musik - die Zukunft der Welt liegt.

Die neue Kampagne erzählt von den 'good vibrations' von sechs jungen Menschen mit Kultstatus in der Mode und in der Musik, die über ihr musikalisches Feeling sich selbst verwirklichen, ihre Erfahrungen mit anderen teilen und der Welt kommunizieren. *"Eine Kampagne - wie Alessandro Benetton, Präsident der Benetton Group erläutert - die verschiedene Kulturen und Erlebnisse in einem Schmelztopf unter der Flagge von Musik vereinigt. Wie die Farbe ist Musik eine Art, sich auszudrücken, Träger von persönlichen Gefühlen und vor allem eine universale Sprache, die alle verstehen."*

UNITED COLORS
OF BENETTON.

Die Kampagne wurde **Mikael Jansson** anvertraut, einem der bedeutendsten Fotografen und Regisseure in der heutigen Modewelt, Autor denkwürdiger Werbungen, Titelseiten und Reportagen für W Magazine, Interview Magazine und für verschiedene internationale Ausgaben von Vogue und von Porträts unzähliger Berühmtheiten. Das Objektiv von Jansson hat für United Colors of Benetton die Performance von sechs besonderen Testimonials eingefangen und ihre persönlichen Interpretationen von Musik, Energie und Schönheit in Bilder von ungemein starkem Ausdruck verwandelt.

Sky Ferreira ist das aktuelle It-Girl der Musik- und Modewelt. Geboren in Los Angeles, gab die Pop-Queen mit der langen, blonden Mähne, ihr Debüt mit MySpace und schrieb bis heute rund 300 Songs, viele davon erzählen von der Jugend und ihren Ambitionen. Während der Modewochen von New York und Paris war Sky häufig zu sehen, entweder in der ersten Reihe oder als DJ auf den Partys danach.

Theophilus London, geboren in Trinidad und aufgewachsen in Brooklyn, ist international durch seinen eklektischen Musik- und Modestil bekannt geworden. Theophilus hat sich zu einer echten Stilikone in der Modewelt entwickelt und einen kometenhaften Aufstieg auch in seiner musikalischen

Karriere hingelegt.

Lily McMenamy, englisches Model, verließ ihre Familie nach dem Abitur, um sich mit 18 Jahren allein nach Paris aufzumachen. Ihr Wille, Neues auszuprobieren, ihre zerbrechliche, eigenwillige Persönlichkeit und ihr ganz eigener Look haben die Modewelt fasziniert. Sie ist eine Mischung aus verschiedenen Kulturen und pflegt ihre vielseitigen Interessen: Film, Kunst, Literatur und Mode, aber auch Yoga und Kochen.

Chloe Norgaard, 22jähriges US-Model, ist eine echte Globetrotterin, immer auf Reisen zu Modeschauen oder Tournées als DJ. Sie ist berühmt für ihre Haarpracht in Technicolor und ihr psychedelisches Outfit. Sie liebt Farben, Musikfestivals (wo sie ihre Inspirationen findet), laute Musik, Metall und Bequemlichkeit. Andere Kulturen findet sie äußerst interessant.

Soo Joo Park, südkoreanisches Model, 27 Jahre alt. Schon als Kind und später als Jugendliche erhielt sie Flöten- und Klavierunterricht. Sie entschied sich für das Klavier und beendete ihre Ausbildung als Pianistin. Sie kann auch singen und hat mit einer Studienkollegin eine Band gegründet, mit der sie die Leidenschaft für Rockmusik der Siebziger teilt. Ihr Idol ist David Bowie.

Louis Simonon, Engländer, 20 Jahre alt, ist mit Musik aufgewachsen. Sein Vater ist Paul Simonon, Bassgitarrist der bekannten Punk-Rockband Clash. Louis und sein Bruder Claude konnten sich sehr rasch eigenständig in der Mode- und Musikwelt durchsetzen. Seine Modelkarriere begann 2009, als sein Foto auf der Titelseite von Dazed & Confused erschien.

Die neue Modekampagne United Colors of Benetton mit dem Fokus Musik setzt den kreativen Weg der innovativen Frühjahrskampagne 2013 fort, die über die Leidenschaft für Farben eines kosmopolitischen Teams junger Testimonials, von der grundsätzlichen Bedeutung der Farbe für United Colors of Benetton erzählten: Symbol einer Marke, die vereint, Grenzen überwindet und sich dem Dialog mit der Welt stellt. Die neue Kampagne wird ab August 2013 in den internationalen Medien off- und online erscheinen.

benettongroup.com/media-press
benetton.com

facebook.com/benetton
twitter.com/benetton
youtube.com/benetton