UNITED COLORS OF BENETTON: DIE FARBEN MISCHEN SICH, DIE IDENTITÄTEN VERSCHMELZEN MITEINANDER

Die neue Capsule Collection Carnival und eine neue globale Werbekampagne sorgen für den neuerlichen Launch der grundlegenden Werte der Marke - Farbe und Vielfalt - die auf ein neues Niveau der Raffinesse und Aktualität gebracht werden

Die Kollektion ist ab Februar 2016 weltweit in ausgesuchten Geschäften erhältlich und zelebriert die Farbe in all ihren Nuancen. Im Einklang mit dem sozialen Engagement, das Benetton seit jeher auszeichnet, geht das Lob an die Farbe Hand in Hand mit der Feier einer globalen Gesellschaft, die sich ständig verändert.

UNITED COLORS
OF BENETTON.

Die Face of the City-Kampagne

Wie sieht das Gesicht von London aus? Und das von Tokio? New York? Mailand? Berlin? Paris? Bei der neuen United Colors of Benetton-Kampagne ist das Gesicht jedes Models eine teils analoge, teils digitale Ausarbeitung aller Gesichter, die man in den sechs Modehauptstädten der Welt finden kann.

Anfänglich führte United Colors of Benetton eine Recherche durch, um herauszufinden, wie die ethnische Mischung in jeder Hauptstadt aussieht - mit interessanten Ergebnissen. Verwendet wurden statistische demographische Analysen aus einer Reihe von Bevölkerungs- Informationsquellen, dabei wurden sowohl internationale Daten als auch städtespezifische Volkszählungsberichte miteinbezogen, um das Verhältnis der spezifischen ethnischen Mischung jeder Stadt so genau wie möglich wiederzugeben.

So sind zum Beispiel die Asiaten die am stärksten vertretene Völkergruppe in London. In Mailand sind die Philippinen und Ägypter die zahlenmäßig umfangreichsten ausländischen Gemeinschaften. Die Hälfte der New Yorker Bevölkerung sind Farbige oder Lateinamerikaner. Nur 5% der Ausländer in Paris kommen aus Afrika.

Anhand dieser Ergebnisse fotografierte United Colors of Benetton eine Gruppe von Frauen, deren Gesichter die Heterogenität der ethnischen Gruppen und Kulturen darstellen könnten, die in jeder Hauptstadt vorhanden sind. Dann wurden die Portraits mit Hilfe eines komplexen Algorithmus miteinander kombiniert, der garantieren kann, dass jede Völkergruppe proportional durch die Farbe der Haut, die Form der Augen und der Nase, den Typ und die Farbe der Haare sowie die Gesichtsform vertreten ist.

Das Gesicht, das sich für jede Stadt ergab, wurde nun in das abschließende Bild eingefügt, um den idealen Bewohner jeder Hauptstadt ins Leben zu rufen. Alle sechs Gesichter zusammen sind die Portraits, die aus einer Welt kommen, in der der Melting Pot, der in

dreißig Jahren Benetton-Kommunikation zelebriert wurde, endlich zur Norm wird. Nun gut, die Enthüllung erfolgte dank einer Software, Platz für Zweifel gibt es jedoch keinen: Diese Welt ist endlich da und die Unterschiedlichkeit ist noch schöner als wir sie uns vorgestellt hatten.

Die Carnival Capsule Collection

Die dritte Capsule Collection einer Serie, die dieses Jahr unter der Bezeichnung „A Collection Of Us“ auf dem Programm steht: die Carnival Collection. Zum Einsatz kommen Stricktechnologien, dank denen in einem Kleidungsstück unterschiedliche Farbpaletten vereint werden. Die modernen, reinen Linien der Silhouette werden durch die gekonnte Verwendung von Strickintarsien und charakterstarken Farbblöcken betont, die von Magenta bis Petrol und von Türkis bis Weinrot reichen.

Es ist so, als ob die Herren- und Damenmode durch den regenbogenfarbenen Lichtstrahl eines erleuchteten Prismas durchzogen würde: Linien und geometrische Spiele definieren Tops im Boxy-Schnitt, Minikleider, fließende Cabans, Röcke mit A-Linie, Cropped-Hosen und Shirt-Kleider, die sich so richtig in Szene setzen. Auch die T-Shirts im Boxy-Schnitt sind aus kostbarer Baumwolle gefertigt und zeigen Drucke mit optisch-geometrischen Grafiken und Muster mit leuchtenden Farbkontrasten.

Die Herrenlinie bietet Piqué-Poloshirts und T-Shirts aus Baumwolle mit Herringbone-Mustern, Cardigans und Rundhalspullis mit geometrischen Intarsien und raffinierter Verarbeitung. Vervollständigt wird die Carnival Capsule Collection durch eine Linie mit Skinny-Hosen für Sie und Ihn und einem für die Teenies gedachtem Angebot: Sweatshirts, Rollkragenshirts mit Zippverschluss, T-Shirts und Jeans mit geometrischen Stickdetails.

benettongroup.com/media-press
benetton.com

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