

**Die neue Modekampagne United Colors of Benetton
fokussiert den ikonischen Wert von Farbe und feiert den
bevorstehenden Start der Frühjahr/Sommerkollektion 2013.**

**Die Kampagne stellt ein kosmopolitisches Team vor: neun
Trendsetter und neun verschiedene Farben erzählen von der
Identität und Qualität einer zukunftsorientierten Marke.**

Paris, 23. Januar 2013. Die Zukunft von United Colors of Benetton erstrahlt in Farben. Eine ikonische Modekampagne für Frühjahr/Sommer 2013, bei der Farbe in einer anderen Interpretation im Rampenlicht steht, wird mit originellen Geschichten eines kosmopolitischen Teams von der Leidenschaft, Innovation und Offenheit gegenüber der Welt von **United Colors of Benetton** erzählen, einer Marke, die sich vorausschauend den Herausforderungen von morgen stellt.

UNITED COLORS
OF BENETTON.

Mit dieser Kampagne begibt sich die Marke der Benetton Group auf neue Wege. Mit der Einführung von einem Team von wechselnden Botschaftern startet sie mit einem völlig neuen Format in diese Saison und basiert nach den Worten des Vorstandschefs Alessandro Benetton – auf "dem ikonischen Wert der Farbe – einem Grundsatzwert von United Colors of Benetton und abermals im Zentrum unserer Ästhetik und Kommunikation – um die Identität und Qualität der Marke wirkungsvoll zu unterstreichen, die Diversität zu einem Wert und die Verbindung von Unterschieden zum wertvollen Gut macht."

Die Fotoaufnahmen der Modekampagne von United Colors of Benetton F/S 2013 fanden im vergangenen November in Paris, in den Pin-Up Studios statt. Bei diesem dreitägigen Shooting "erzählten" neun prominente Botschafter für Stil und Leben – Personen, die für Multikultur, kosmopolitischen Geist und soziales Engagement stehen – vor der Kamera von ihrer Interpretation der Farbe, chromatischer Spiegel ihres Talents und Charakters, der Antrieb, sich in der Welt hervorzutun.

In der Kampagne für diese Saison treten auf: **Hanaa Ben Abdesslem**, tunesisches Model, das durch Professionalität und Engagement zu einem Vorbild für viele andere arabische Frauen geworden ist, die von den gleichen Träumen erfüllt sind; **Kiera Chaplin**, Schauspieler, Fotomodell und Enkelin Charlie Chaplins, unterstützt außerdem aktiv die UNESCO und arbeitet in einer Stiftung zur Betreuung Jugendlicher; **Charlotte Free**, kalifornisches Model und bekannt für ihre rosa Haare; **Mario Galla**, deutsches Männermodel mit Behinderung, erobert die Laufstege der Modewelt; **Dudley O'Shaughnessy**, englischer Schauspieler und Model, früherer nationaler Meister im Weltergewicht, hat die Werte von Fairness und Kampfgeist vom Boxsport auf die Mode übertragen; **Matías Perdomo**, uruguayischer Küchenchef, hat eine originelle interkontinentale Mischung aus Tradition und Innovation in sein Mailänder Lokal gebracht; **Lea T**, transsexuelles brasilianisches Model, überwindet Vorurteile; **Alek Wek** setzt sich aktiv dafür ein, die internationale Aufmerksamkeit auf die

humanitäre Katastrophe in ihrem Heimatland Sudan zu lenken; und **Elettra Wiedemann** ist seit ihrem 15. Lebensjahr eine Botschafterin von raffinierter kosmopolitischer Kultur in der Modewelt und sensibel für Umweltthemen und natürliche Ressourcen.

Die neue Kampagne von United Colors of Benetton, die für den Start der Frühjahrs- und Sommerkollektion 2013 entwickelt wurde, zeigt absichtlich Strickmodelle mit Kultstatus der Marke. Das melierte Shirt in einer breiten Farbpalette symbolisiert die neue Kollektion, die in Schlichtheit ihren beherrschenden Charakter hat: Basic ist der Trend.

Eine limitierte Auflage von T-Shirts mit Bildern der Kampagne wird außerdem weltweit online (shop.benetton.com) und in den wichtigsten Geschäften von United Colors of Benetton zum Verkauf angeboten. Der Erlös wird zur Gänze zur Unterstützung der Aktivitäten der Stiftung UNHATE verwendet.

Die Kampagne wurde unter der kreativen Leitung von Fabrica entwickelt. Bald werden die farbenfrohen Bilder in Pressemedien, auf Plakaten, in Geschäften und im Internet zu sehen sein.

Dieser symbolhafte Gebrauch der Farbe war entscheidend für die Gestaltung der lebendigen neuen Schaufenster der Stores von United Colors of Benetton ebenso wie der Website.

So wird das Erlebnis Farbe der Schlüssel für eine neue Website sein, die demnächst lanciert wird: eine dynamische Plattform und Aggregator von User-generated Feeds, Hashtag Farbe – Bilder, Postings, Sprüche, Tweets – aus Instagram, Pinterest, Twitter und mobilen Netzwerken. Es wird auf diese Weise eine Online-Community entstehen, die vollständig den Farben gewidmet ist.

Das Web-Projekt wird durch eine App unterstützt und integriert, die ebenfalls zum Generator von Inhalten für die Website wird. Es gibt auch Raum für einen redaktionellen Teil internationaler Ausrichtung. Eine Sammlung von News in Magazin-Form mit einem gemeinsamen Thema: Farbe.

Auf ähnliche Weise werden Zitate, Aphorismen, Redensarten und Sprichwörter über Farbe buntes Leben in die Schaufenster von United Colors of Benetton Stores auf den Straßen und Plätzen überall in der Welt bringen. Man wird dort alles finden, von gelehrsamem Sprüchen bis zu den bevorzugten Farben aller, die einen Gedanken, eine Meinung oder einen Leitspruch zu den eigenen Lieblingsfarben zum Ausdruck bringen wollen.

Für nähere Informationen:

+39 0422 519036

benettongroup.com/media-press
benetton.com

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