

# ESPRIT

## ESPRIT STARTET DIE #ImPerfect-KAMPAGNE



**In der Herbst/Winter-Kampagne 2015 von Esprit dreht sich alles um das Thema „Perfection & Imperfection“. Im Mittelpunkt: die individuelle Persönlichkeit. Der Look der Kampagne steht für die unbändige Ausdrucksfreiheit der 1970er-Jahre, der Gründungsphase von Esprit. Mit dieser Kampagne intensiviert Esprit erneut ihre Marketing-Aktivitäten.**

Ratingen, August 2015 – Esprit gibt das Thema ihrer Herbst/Winter 2015-Kampagne bekannt: Von September bis Dezember 2015 präsentiert Esprit unter dem Hashtag #ImPerfect eine Reihe authentischer Charaktere mit einzigartigem Aussehen in unkonventionellen TV-Spots, Print- und Online-Anzeigen sowie Out-of-Home-Formaten. Somit intensiviert Esprit erneut ihre Marketing-Aktivitäten.

### **#ImPerfect – PERFEKTION IST LANGWEILIG**

Wer ist schon perfekt? Tatsächlich sind es doch die kleinen Imperfektionen, die einen Menschen ausmachen und die wir lieben. Die Botschaft hinter #ImPerfect ermutigt dazu, uns für unsere kleinen Unvollkommenheiten und das, was uns von anderen unterscheidet, zu begeistern. Denn genau diese Eigenschaften machen jeden von uns auf eine ganz individuelle Art perfekt. Wir feiern und akzeptieren uns so, wie wir sind, anstatt uns an vermeintlichen Idealvorstellungen zu messen. Das Motto der Kampagne ist auch die Einladung dazu, mit Mode zu experimentieren und seinen eignen Stil zu finden. Die Motive zeigen unterschiedliche Charaktere und deren einzigartigen Stil und erlauben dem Betrachter, sich seine eigenen Gedanken zum Thema #ImPerfect zu machen.

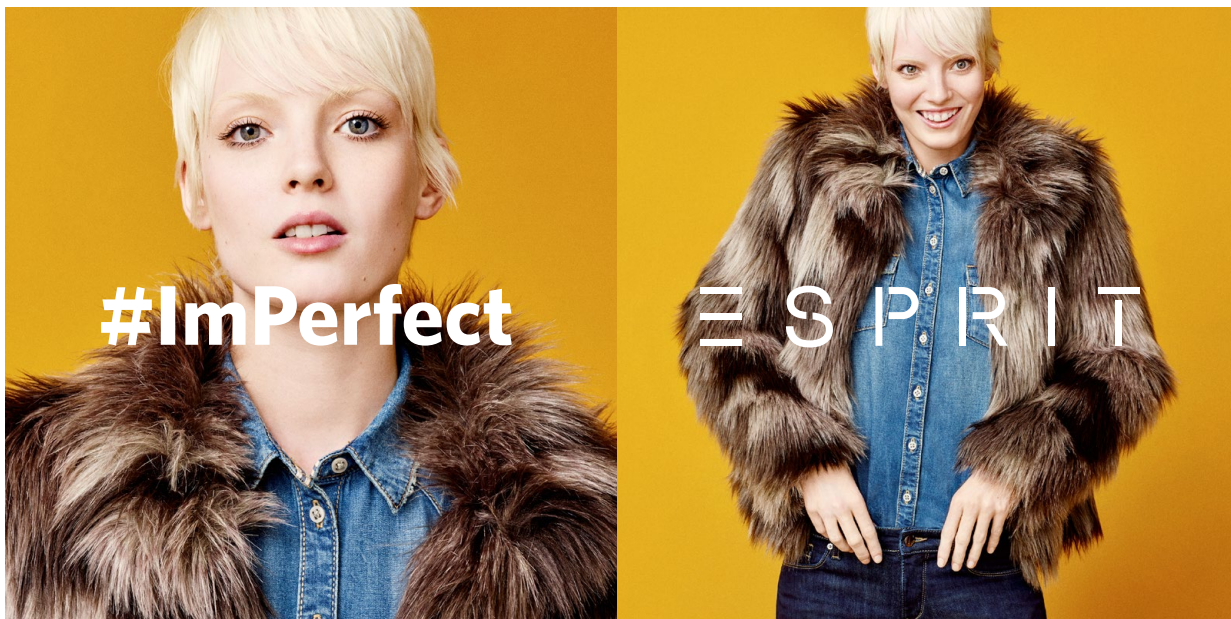
# ESPRIT

## VON MENSCH ZU MENSCH – TYPISCH ESPRIT

Der renommierte Fotograf Christian MacDonald hat die Unterschiedlichkeit und die Vielfältigkeit der Protagonisten in der Kampagne #ImPerfect herausgearbeitet. Die faszinierend unterschiedlichen Gesichter und Stile demonstrieren, dass es eindeutig mehr als den einen „idealen“ Look gibt.

„Mit der Kampagne knüpfen wir an die einzigartige Kommunikation von Esprit aus den frühen Tagen des Unternehmens an. Im Zentrum stehen erneut authentische Menschen, Selbstbestimmung, Leidenschaft und Menschlichkeit. Dies hat schon immer unseren Markenkern ausgemacht“, so Arnd Müller, Senior Vice President, Head of Global Marketing und Mitglied des Executive Management Teams bei Esprit.

„Wir sind davon überzeugt, dass die Kampagne auch von der jüngeren Generation positiv aufgenommen wird, und sich auf authentische Weise deutlich von anderen Marken abhebt.“



## EIN FOLK-REVIVAL

Die Styles und Looks der Kampagne sind inspiriert von den 1970er-Jahren. Ein Jahrzehnt, das unkonventionelle Ausdrucksfreiheit besonders gut repräsentiert. Der in kräftigen Farben gehaltene Hintergrund des Kampagnendesigns bleibt unverändert, während die vielseitigen Protagonisten in ihren Lieblings-Looks, etwa Jacquard, Bouclé, Wildleder, Patchwork, Denim, Karo oder Faux Fur, keineswegs einseitig daherkommen. Welche Wahl man auch trifft: Freude und Freiheitsgefühl sind garantiert!

Für Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Häberlein & Mauerer

**Cindy Westermeier**

[cindy.westermeier@haebmau.de](mailto:cindy.westermeier@haebmau.de)

ESPRIT.COM



## DOWNLOAD

[hi-res pictures here](#)



## ÜBER ESPRIT

Geprägt vom Zeitgeist des Gründungsjahres 1968, steht die internationale Modemarke Esprit für den entspannten, sonnigen Lebensstil ihrer Heimat Kalifornien. Esprit entwirft inspirierende Kollektionen für Damen, Herren und Kinder aus hochwertigen Materialien und mit viel Liebe zum Detail.

Esprit ist in mehr als 40 Ländern präsent und vertreibt seine Produkte international in über 900 eigenen Retail-Stores sowie an etwa 7800 Wholesale-Standorten – einschließlich Franchise-Partnern und Verkaufsfächen in Warenhäusern. Die Gruppe vermarktet ihre Produkte unter den beiden Marken Esprit und edc. Esprit ist seit 1993 an der Börse Hongkong gelistet und unterhält Headquarters in Ratingen bei Düsseldorf sowie in Hongkong.