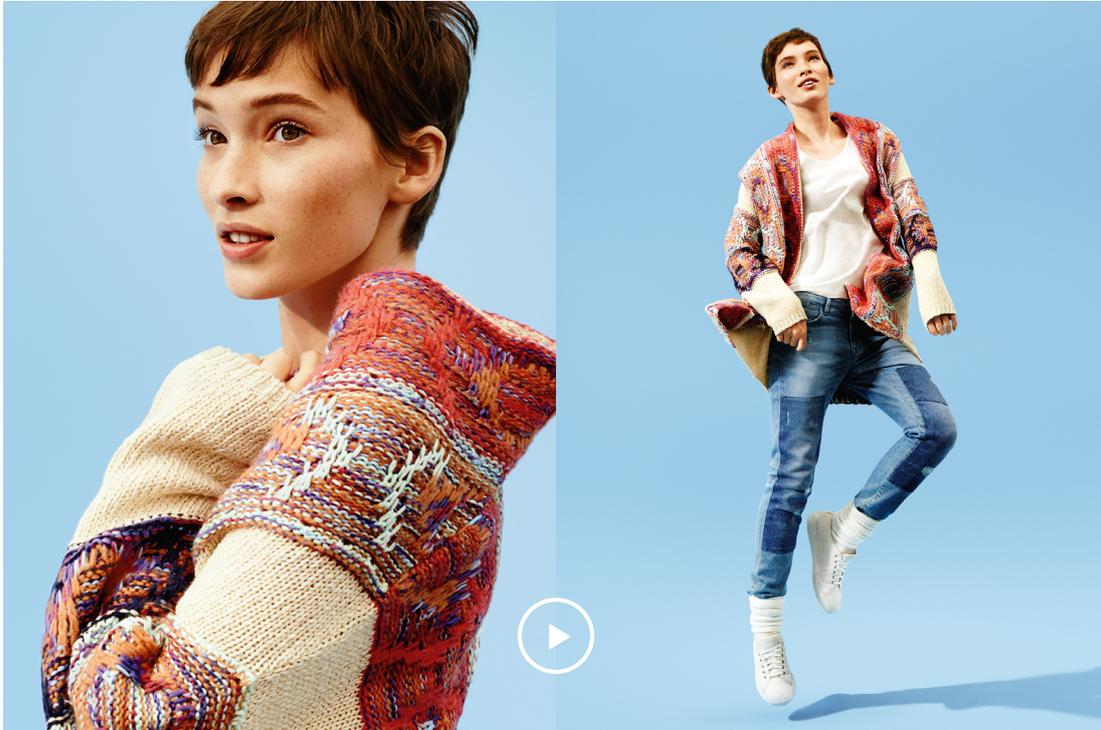


ESPRIT

#ImPerfect - Lebe Deine Energie!



Ratingen, Februar 2016 - Zum Start der Frühjahr-Saison 2016 hebt Esprit seine erfolgreiche #ImPerfect Kampagne auf das nächste Level. Mit einer lebendigen und facettenreichen Besetzung zollt die Marke Musik und Popkultur der frühen 90er Jahre Tribut. Um diese inspirierende Story eindrucksvoll und nachdrücklich zu illustrieren, wählte Esprit die ultimative Form von körperlichem und emotionalem Ausdruck: den Tanz.

Es ist ein Gefühl, das wir alle kennen: Dieses Kribbeln, wenn ein guter Song ertönt, das ureigene Bedürfnis, den Körper zum Beat zu bewegen: Ganz gleich, ob Du wie ein Profi tanzen kannst, noch nicht perfekt bist oder vielleicht sogar ein wenig komisch aussiehst - es geht darum, Dich frei zu machen und Spaß zu haben! Für dieses nächste Kapitel in unserer Markengeschichte konnten wir zwölf abwechslungsreiche Persönlichkeiten motivieren, ihrem Bewegungsdrang auf völlig intuitive und expressive Weise freien Lauf zu lassen: dem Rhythmus zu folgen, den Kopf zu schütteln, die Arme in die Luft zu recken, in die Knie zu gehen, die Hüften zum Schwingen zu bringen...

Am Open-Air Set wurden sie einzeln vor die Kamera zu einer Boombox geführt. Nachdem sie die ‚Play‘-Taste gedrückt hatten, ertönte der frühe 90er-Jahre-Klassiker ‚Pump up the Jam‘ von Technotronic - und der Rest passierte von ganz alleine.

Das Ergebnis ist eine Kampagne, welche die spielerischen und persönlichen Aspekte unterstreicht, die jeden von uns erst wirklich lebendig machen. Inszeniert als TV-Werbung, Digital-, Print-Kampagnen und -Anzeigen sowie natürlich über die Saison hinweg gespielt über die Social-Media-Kanäle. Diese neuerliche Offensive ist Teil der nachhaltigen Marketingmaßnahmen von Esprit, mit dem erklärten Ziel, das populäre Standing der Marke zu festigen und ihren Bekanntheitsgrad weiter auszubauen.

ESPRIT



Hinter der Kamera stand Matteo Montanari, der die einzigartige #ImPerfect Stimmung mitsamt allen charmanten Makeln authentisch eingefangen hat. Durch das warme, natürliche Sonnenlicht wurde die euphorische, losgelöste Stimmung am Set verstärkt. Hintergründe in soften Pastellnuancen betonten die besonderen Farben, aufregenden Texturen und vielfältigen Schnitte – kurzum: den casual-chic der Esprit und edc Kollektionen. Coole und unkomplizierte Silhouetten, eine spannende Print-Palette und handwerklich verarbeiteter Strick sind absolute Hingucker und werden flankiert von Culottes, sowie leger konfektionierten Blazern, die Denim in einer neuen Anmutung zeigen.

Mit einer aufmerksamkeitsstarken Media-Offensive wurde #ImPerfect im Herbst 2015 lanciert, angeführt von einer traditionellen Marketing-Kampagne, die die Präsenz der Marke nicht nur in den Innenstädten untermauerte – auch die wichtigsten TV-Kanäle und Social-Media-Plattformen wurden bespielt. So gab es zum Beispiel ein #ImPerfect Selfie Tool auf der Webseite, das eine Welle der Aufmerksamkeit nach sich zog und User Content generierte, der dank seines viralen Effekts in Millionen von Klicks mündete.

Arnd Müller, Chief Brand Marketing Officer kommentiert: „Wir sind sehr begeistert über die positiven Impulse unserer ersten Kampagnen-Offensive im Herbst und Winter. Dies hat Esprit sowohl aus Image- als auch aus geschäftlicher Perspektive weiter gestärkt. Esprit hat sich wieder in seinem Kern-Markt als Top of Mind Brand positioniert. Wir werden auf diesem Erfolg in der Frühjahr- und Sommersaison weiter aufbauen.“

Ungeachtet jedweder Vorgaben oder Annahmen unterstreicht und zelebriert #ImPerfect einmal mehr Individualität und eine Veränderung in der Wahrnehmung von Schönheit.

Für Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Häberlein & mauerer ag
Anna-Janina Dreikosen
M: anna-janina.dreikosen@haebmau.de
T: +49 89 381 08-166

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. Alle Esprit Produkte unterstreichen das Bekenntnis des Unternehmens: „Gut fühlen, gut aussehen“. Die positive Haltung der Gruppe zeigt sich in ihrer entspannten Einstellung zu Leben, Familie und Freundschaft, dem „esprit de corps“. – in ihrem lässigen kalifornischen Style. Dem Esprit-Style.

Esprit ist in mehr als 40 Ländern präsent und vertreibt seine Produkte international in über 900 eigenen Retail-Stores sowie an etwa 7.800 Wholesale-Standorten – einschließlich Franchise-Partnern und Verkaufsf lächen 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.