

14.08.2018 - 12:57 Uhr

Die BIRKENSTOCK Personality Kampagne erzählt von Vielfalt und Charakter und stellt authentische Personen in ihren eigenen Birkenstocks dar

Neustadt/Wied (ots) -

BIRKENSTOCK ist eine Marke mit universellem Charakter, die überall auf der Welt von ganz unterschiedlichen Menschen unabhängig von Alter, Geschlecht oder ethnischer Herkunft getragen werden. Für die nächste Kampagne hat sich die Marke entschieden, einige dieser Menschen mit ihren eigenen Schuhen in ihrer gewohnten Umgebung in Szene zu setzen.

Der britische Fotograf Jack Davidson reiste rund um den Globus, um authentische und intime Porträtaufnahmen zu machen. Diese Porträts zeigen nicht nur echte Menschen in ihrer alltäglichen Umgebung, sondern auch ihre echten Birkenstocks. Getragene Birkenstocks spiegeln das Leben ihrer Träger wieder und zeugen von den zahllosen Schritten, die diese im Laufe der Jahre in ihren Schuhen zurückgelegt haben. Sie werden zu einem Teil Ihrer persönlichen Geschichte. Sie sind Ihre Geschichte. In der Kampagne werden keine aktuellen Produkte von BIRKENSTOCK präsentiert. Stattdessen will das Unternehmen mit diesen Geschichten betonen, wie wichtig es ist, authentisch zu sein und der eigenen Persönlichkeit treu zu bleiben.

Die Kampagne markiert den Ausgangspunkt für ein zeitloses, ständig wachsendes Portfolio. Die ersten Porträts zeigen den Fotografen Ryan McGinley im Haus seines Agenten in New York, seinem zweiten Zuhause, die Schauspielerin Luna Picoli-Truffaut im Haus ihrer Mutter in Paris, die Balletttänzerin Romany Pajdak in einem Trainingsraum in London, Freeskiing-Profi Tom Leitner in seinem Haus in Bayern sowie den New Yorker Filmemacher Sean Frank. Weitere Porträts stellen Thomas Südhof, Nobelpreisträger für Physiologie oder Medizin, in seinem Büro an der Stanford University sowie Louise Constein in ihrem Lieblingspark in Berlin dar. Die Persönlichkeitskampagne startet im September und ist als langfristige Markeninitiative angelegt.

Die Kampagne wird künftig um eine Reihe von editorialartigen Videoporträts ("Birkenstories") mit Protagonisten wie Romany Pajdak, Balletttänzerin am Londoner Royal Opera House, und dem deutschen Nobelpreisträger für Medizin, Dr. Thomas Südhof, erweitert. Die vier- bis fünfminütigen Clips werden von der hauseigenen Filmcrew exklusiv für die Online- und Social-Media-Kanäle von BIRKENSTOCK produziert und basieren auf demselben Konzept wie die Persönlichkeitskampagne: Sie rücken die Einstellungen und Werte der Birkenstock-Träger in den Fokus, während die Marke und ihre Produkte nur eine Nebenrolle spielen.

Die Bilder für die Anzeigenkampagne wurden bereits produziert. Für die Videoporträts sucht BIRKENSTOCK jedoch weiterhin nach neuen Hauptpersonen aus aller Welt (Kontakt: mystory@birkenstock.com). Als Einladung an alle Birkenstock Fans hat die globale Schuhmarke Anfang des Jahres einen Videoaufruf veröffentlicht: <http://ots.de/zi9J0I>

Bildmaterial zur Kampagne steht Ihnen hier zum Download zur Verfügung: <http://ots.de/ARurvc>

Kontakt:

BIRKENSTOCK Campus, Neustadt (Wied)
Paula Liesenberg, Senior Int'l PR Manager
T: +49 2683 9359 1238 | E: paula.liesenberg@birkenstock.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100056256/100818748> abgerufen werden.