



Medieninformation

Spring/Summer 2022

Frühlingsinspirationen & neue Designer Looks - Breuninger lanciert innovative Brand Kampagne und präsentiert die neusten Fashion-Kollektionen in virtuellen Welten

Stuttgart, 4. April 2022

- Das Fashion- & Lifestyleunternehmen Breuninger positioniert sich mit einer zeitgenössischen, innovativen und digitalen Kampagnenproduktion und Story erneut als die Multichannel-Destination für Premium- und Luxury-Fashion.
- Für den Saisonstart Frühjahr/Sommer 2022 wurde eine integrierte Kampagne mit zwei verschiedenen, zielgruppengerechten Ausprägungen für die Länder Deutschland, Österreich und Schweiz in einem der führenden virtuellen Produktionsstudios entwickelt.
- Inspiration, Identität und Verbundenheit spiegeln sich in den beiden Kampagnensträngen „Beauty of Spring“ und „Eternal Spring“, repräsentiert durch neun europäische Talents, wider. Die Kampagne startet am 4. April 2022.

Kaum eine Jahreszeit inspiriert die Modewelt so sehr, wie der Frühling. Die Faszination der farbenprächtigen und facettenreichen Saison fängt Breuninger in seiner neuen Frühjahr-/Sommer-Kampagne auf sinnliche und ausdrucksstarke Art und Weise ein. Neben den neuesten Designer-Looks von Dolce & Gabbana, Givenchy, Isabel Marant, Jacquemus und Zimmermann werden auch exklusive Jewellery-Kreationen ausgewählter Designer- & Newcomer-Brands wie Bvlgari, Tiffany, Tilly Sveaas und Ariane Ernst für den Frühsommer gezeigt, die allesamt zur individuellen Stilentfaltung anregen und inspirieren sollen.

Die Kampagne

Kern der Kampagne ist die innovative Produktionsart Extended Reality, mithilfe derer eine träumerische Kulisse kreiert wurde, in welcher reelle auf virtuelle Wesen und Objekte treffen. Die hierdurch erschaffene Tiefe des imaginären Raumes entführt den Betrachtenden in eine inspirierende Frühlingswelt. Im ersten Kampagnenstrang in eine belebende, sattgrüne Garten-Szenerie ("Beauty of Spring"), die an Impressionisten wie Monet erinnert, und im zweiten Kampagnenstrang auf optisch progressive Wiese und mit den Spiegelungen des Wassers spielend, die einen leuchtenden Frühlingstag imitieren ("Eternal Spring").

Verbindendes, virtuelles Key Element beider Kampagnenformationen ist ein vom bekannten französischen Illustrator Pierre Mornet gestalteter, blauer Schmetterling. Übersetzt in eine digitale 3D-Animation beflügelt dieser die frühsommerlichen Sphären um die insgesamt neun Kampagnen-Talents rund um die Fashion & Beauty Models Lorena Rae, Julia Banas und den Stuttgarter Ballett-Solisten Matteo Miccini. Am

POS tritt der blaue Falter inspirativ in Fenstern, Instore sowie als Installation in den Atrien der Breuninger Stores in Erscheinung.

"Mit dieser innovativen und hybriden Kampagnenproduktion, bei welcher reale und digitale Welten fusionieren, entsteht eine einzigartige Kommunikation, die eine ganz besondere Faszination erhält. In Verbindung mit dem zugrundeliegenden Narrativ der vielseitigen Frühsommer-Saison ist es uns gelungen, eine neue Markenidentität für Breuninger zu kreieren, die überrascht und inspiriert", sagt Carsten Hendrich, Chief Brand Officer bei Breuninger.

Zentrales Kommunikationselement der Kampagne ist der 20- bzw. 15-sekündige Kampagnenfilm, der über TV und alle relevanten digitalen Kanäle ausgespielt wird und durch Print, Out-of-Home, DOOH und die eigenen Breuninger-Kanäle ergänzt wird. Darüber hinaus spielen Social Media-Kanäle wie Snapchat und Instagram eine zentrale Rolle. Auf breuninger.com wird die Kampagne ab dem 4. April 2022 zu sehen sein, im TV ab dem 19. April 2022. Highlights der involvierten, neuen Designer-Kollektionen sind außerdem am 5. April 2022 um 19 Uhr in der Kampagnen-begleitenden "Digital Fashion Show" auf breuninger.com zu sehen.

Virtuelles Studio bereitet die Bühne für die neue Breuninger Kampagne

Als erster Fashion-Kunde überhaupt ließ Breuninger seine neue Kampagne in dem in Europa führenden „Virtual Production“ Studio, dem Hyperbowl Produktionsareal in Penzing bei Landsberg am Lech, produzieren und nutzt damit das sogenannte „Metaverse“, die Erweiterung der Realität in den digitalen Raum, für seine Markeninszenierung. Auf einer 500 Quadratmeter großen LED-Fläche verschmelzen digital erschaffene Fantasiewelten mit der Realität. Als eines der wenigen Studios verfügt Hyperbowl über eine hochauflösende LED-Decke, die Aufnahmen in einem Wasserbecken erst möglich macht.

#breuningermoments

Bild-, Video und weiteres Infomaterial zur Produktion der Brand Kampagne finden Sie [hier zum Download](#)

Hier gelangen Sie zu den Kampagnensträngen "[Beauty of Spring](#)" und "[Eternal Spring](#)"

ANMERKUNG AN DIE REDAKTIONEN:

Alle Bilder wurden in Übereinstimmung mit den Regierungsrichtlinien zu COVID-19 aufgenommen, die für den Produktionsort zum Zeitpunkt der Aufnahme galten. Alle Sicherheitsmaßnahmen wurden am Drehort getroffen, um sicherzustellen, dass jede einzelne abgebildete Person die COVID-Sicherheitsmaßnahmen einhält.

E. Breuninger GmbH & Co.

Das Fashion- und Lifestyle-Unternehmen Breuninger wurde 1881 von Eduard Breuninger gegründet und zählt heute zu den führenden Multichannel-Department-Stores in Europa. Seit 140 Jahren setzt Breuninger mit einer exklusiven Auswahl an internationalen Designermarken und ausgesuchten Newcomer Brands hohe Maßstäbe in den Bereichen Fashion, Beauty und Lifestyle. Der im Jahr 2008 gestartete Online-Shop www.breuninger.com zählt zu den erfolgreichsten im Premiumsegment und ist auch in Österreich, der Schweiz und in Polen verfügbar. Neben Stilbewusstsein und Trendgespür steht Breuninger für eine ausgeprägte Kundenorientierung: Serviceangebote wie der Special Service, das hauseigene Maßatelier, Click&Collect und Online Reservierung, der Instore Bestellservice sowie der Shuttle Service sorgen stationär und online für ein einzigartiges Einkaufserlebnis. In Deutschland und Luxemburg gehören nunmehr 13 Häuser mit rund 6.500 Mitarbeiter:innen zu Breuninger. 2023 ist die Eröffnung eines Breuninger Department Stores in Hamburg geplant.