



Medieninformation

Stuttgart, 30.10.2019

Exklusive Kunstkooperation: Breuninger, KPM und Michel Comte **Breuni Bär erstrahlt in echtem Gold**

Warm wie Kerzenlicht: Das Fashion- und Lifestyle-Unternehmen Breuninger kleidet zur Weihnachtszeit all seine Department Stores in die Kostbarste aller Farben – pures Gold. Kreiert wurde die auffällige und moderne Kampagne aus Tausend goldenen Weihnachtskugeln von Michel Comte. Der Schweizer Multimediakünstler hat zudem seine eigene Version des Breuni Bären, dem traditionellen Breuninger Maskottchen, in einer exklusiven Kooperation mit der Königlichen Porzellan-Manufaktur Berlin (KPM) realisiert.

Eigens für Breuninger designte Michel Comte einen bezaubernden Breuni Bär aus Porzellan – überzogen mit echtem Gold. „In der Geschichte von Breuninger spielt der Bär schon immer eine wichtige Rolle, er bringt nicht nur Kinderaugen zum Strahlen. Zu Weihnachten wollte ich meine zeitgenössische Version des Bären designen, der genauso Wärme versprüht, glücklich macht und Augen zum Leuchten bringt“, erklärt Comte seine Inspiration für die Porzellanfigur.

Für die Fertigung der Figur kooperiert Breuninger exklusiv mit der Königlichen Porzellan-Manufaktur Berlin. "Wie Breuninger steht die KPM Berlin für ein inspirierendes Sortiment, ausgesuchte Qualität und die Leidenschaft für hochwertige Lifestyle-Accessoires - eben für die schönen Dinge des Lebens", so Breuninger CEO Holger Blecker über die Zusammenarbeit.

Der in Berlin handgefertigte Bär ist auf 100 Exemplare limitiert. In der Manufaktur durchläuft die 25 Zentimeter große Porzellanversion des Breuninger Maskottchens einen aufwendigen Fertigungsprozess mit vielen einzelnen Arbeitsschritten und bis zu zehn Qualitätskontrollen. In der Meistermalerei von KPM wird die Figur schließlich mit 24-karätigem, flüssigem Glanzgold überzogen. Neben der Limitierung und dem kobaltblauen KPM-Stempel wird der Bär mit einem goldenen Breuninger B versehen. Auch die Signatur des Designers ziert jedes Exemplar.

Breuninger schmückt zudem alle Häuser im Rahmen der diesjährigen Weihnachtskampagne in einem auffälligen goldenen Kugeldecor. Die überbordend angebrachten, goldenen Weihnachtskugeln spiegeln sich gegenseitig und jede Lichtquelle in der Umgebung wider.

Das Fashion- und Lifestyle-Unternehmen Breuninger und Michel Comte arbeiten seit 2017 zusammen. Die gemeinsame Kampagne „all is colour“ wurde 2018 mit dem internationalen und renommierten FRAME-Award ausgezeichnet.

Der Breuni Bär ist seit 1952 eine Institution in den Breuninger Häusern und begeistert Kinder wie Erwachsene beim Shopping.

Detailinformationen:

Breuninger x KPM Golden Edition designed by Michel Comte

Limitierung: 100 Stück

Größe H: 250mm x B: 160mm x T: 170mm

Gewicht: 1500g

Material: Porzellan, vergoldet mit 24 Karat

Preis: 599 €

Exklusiv erhältlich deutschlandweit in jedem Breuninger Haus.

Bildmaterial steht Ihnen bei Nennung des Bildnachweises "Jens Remes" für die redaktionelle Nutzung zur freien Verfügung:

<https://haebmau.filecamp.com/s/OFpqWtkXC2na7gyJ/fo>

E. Breuninger GmbH & Co.

Das Fashion- und Lifestyle-Unternehmen Breuninger wurde 1881 von Eduard Breuninger gegründet und zählt heute zu den führenden Department Stores in Europa. Seit mehr als 135 Jahren setzt Breuninger mit einer exklusiven Auswahl an internationalen Designermarken und ausgesuchten Newcomer Brands hohe Maßstäbe in den Bereichen Fashion, Beauty und Lifestyle. Neben Stilbewusstsein und Trendgespür steht Breuninger für eine ausgeprägte Kundenorientierung: Serviceangebote wie der Special Service, das hauseigene Maßatelier, Click&Collect, der Instore Bestellservice oder der Shuttle Service sorgen für ein einzigartiges Einkaufserlebnis. Deutschlandweit umfasst das mehrfach ausgezeichnete Multichannel-Unternehmen elf Breuninger Häuser mit über 5.500 Mitarbeitern. Der im Jahr 2008 gestartete E-Shop www.breuninger.com zählt national zu den erfolgreichsten Online-Shops im Premiumsegment - seit 2017 auch in Österreich und seit 2019 in der Schweiz.

Über die KPM Berlin

Seit über 250 Jahren steht die KPM Berlin für Design „Handmade in Berlin“. Die pulsierende Metropole war schon immer das Zuhause der Manufaktur. Im Herzen der Hauptstadt arbeiten mehr als 200 Manufakturisten an zeitlosen Entwürfen mit höchstem Qualitätsanspruch. Nur wer sein Handwerk perfekt beherrscht, schafft vollkommene Meisterwerke von bleibendem Wert. Es benötigt 29 Arbeitsschritte, die in 14 Arbeitstagen von 25 Manufakturisten ausgeführt werden, um eine weiße Porzellantasse mit dem Anspruch der KPM Berlin zu fertigen. Mit zehn Qualitätskontrollen wird dabei jedes Objekt von Hand verlesen. Seit 2006 ist Bankier Jörg Woltmann Inhaber der KPM Berlin. Unter Kreativleitung von Chefdesigner Thomas Wenzel entsteht Porzellan mit klarer und funktionaler Formensprache. Dieses wird über die 13 eigenen Stores, den KPM Onlineshop sowie über ein Netzwerk aus ausgewählten nationalen und internationalen Handelspartnern vertrieben. www.kpm-berlin.com