



Medieninformation

Frühjahr/Sommer 2024

Style is an attitude - Breuninger startet mit neuer Brand Identity in den Frühling

Stuttgart, 14.03.2024

Stilbewusst, kultiviert, nahbar und vor allem authentisch präsentieren sich die ProtagonistInnen der neuen Breuninger Frühjahr/Sommer 2024 Kampagne. Damit spiegeln die SchauspielerIn Florence Kasumba, Digital Creator Marie von Behrens, Entrepreneur André Feulner und viele weitere Talente nicht nur die Werte der Brand wider, sondern präsentieren zugleich die neue Brand Identity von Breuninger.

- Den Saisonstart Frühjahr/Sommer 2024 beginnt Breuninger, einer der führenden Multichannel-Retailer, am 14.03.2024 in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Polen, Tschechien sowie in weiteren EU-Märkten (BeNeLux, ES, IT) mit der Brand Kampagne *“Style Portraits“*.
- Im Fokus der Kampagne stehen inspirierende Persönlichkeiten aus der Kreativ-, Kunst- und Modebranche. Mit ihren individuellen Charakteren setzen sie die aktuellen Spring/Summer-Kollektionen in Szene und zeigen, dass Stil immer auch ein Spiegel der eigenen Persönlichkeit ist.
- Der Talent-Cast, bestehend aus Florence Kasumba, Marie von Behrens, André Feulner und weiteren, trägt hierbei Looks internationaler Designer wie Agolde, BOSS, Essentiel Antwerp, Ganni, Isabel Marant und Róhe.
- Die digital-first Kampagne wird in Deutschland, Österreich, Schweiz und Polen sowohl auf den Owned Channels App, Social Media und breuninger.com als auch auf OOH, DOOH und Print Ads ausgespielt. Für die weiteren EU-Märkte liegt der Fokus auf den Owned Channels.
- Neben dem Start in den Frühling bedeutet die Kampagne auch eine neue Ära für Breuninger in Punkto Marke: sie ist die emotionale, visuelle und tonale Übersetzung der aktualisierten Brand Identity, die über die letzten zwei Jahre sukzessive aufgebaut und implementiert wurde.

Kampagne Spring/Summer 2024

„Stil ist immer mit einer Geschichte verbunden“. Im Fokus der neuen Breuninger Brand Kampagne für das Frühjahr 2024 stehen Persönlichkeit, Haltung und Stil. Von dieser Triade ausgehend, wurden ausdrucksstarke Charaktere mit unterschiedlicher Herkunft, Vita, eigenen

Geschichten und vor allem eigenem Stil portraitiert. Ergebnis ist eine emotionale, authentische Kampagne, die den diversen Charakteren gebührend Raum lässt, ihrer Persönlichkeit Ausdruck zu verleihen. Denn nicht nur die Kleidung, sondern die individuelle Haltung und Expression einer Person definiert ihren Look und macht ihn unverkennbar. Die Kampagne soll dazu anregen und inspirieren, den eigenen Stil zu finden bzw. diesem treu zu bleiben, und ihn zu zelebrieren.

„Breuninger steht gleichermaßen für Tradition und Zeitgeist. In diesem Spannungsfeld schaffen wir einen diversen, zugänglichen Ansatz zu Mode und Lebensstil. Unsere neue Kampagne basiert auf unserer emotionalen Brand DNA, deren Kern es ist, unseren Kundinnen und Kunden ein Gefühl des Willkommenseins zu vermitteln und sich mit unserer Markenessenz zu identifizieren, ganz gleich welchen Stil sie vertreten.“ erklärt Carsten Hendrich, Chief Brand Officer bei Breuninger.

Aufgrund einer neu ausgerichteten Produktionsweise ermöglicht das Kampagnenkonzept erstmals vielfältige und individuelle Auspielungen des Contents. Ob Bewegtbild oder Digital Display – die von den Persönlichkeiten produzierten Inhalte können modular genutzt werden, um die verschiedenen Owned wie Paid Channel spezifisch mit den jeweils benötigten Formaten zu bespielen.

Neue Brand Identity

Die Kampagne baut auf den bestehenden Breuninger Markenwerten auf, und ist die emotionale, visuelle und tonale Übersetzung des Brand Designs, das Breuninger sukzessive über die letzten zwei Jahre weiterentwickelt hat. Teil der neuen Brand Identity sind unter anderem graduelle Veränderungen des Markenlogos, des Signet, der ikonischen roten Markenfarbe sowie der übergeordneten Visual Identity und des Tone of Voice die nun deutlich mehr Prägnanz und Identität ausstrahlen. Als Resultat zeigt sich das neue fluide Brand Design nun mehr stimmig über alle Kanäle und Touchpoints hinweg.

„Über die letzten zwei Jahre hinweg wurde die Marke Breuninger graduell weiterentwickelt. Der harmonische Übergang in der Bildsprache wurde somit gewährleistet und hat zu einer holistischen Markenentwicklung beitragen. Die neue Saison Start-Kampagne ist die spürbare, kreative Übersetzung unserer neuen Brand Identity.“ ergänzt Carsten Hendrich, Chief Brand Officer bei Breuninger.

Unter Embargo bis 11.04.2024

Die Frühjahr/Sommer 2024 Kampagne gliedert sich in zwei Etappen. Sie beginnt mit *“Style Portraits“*, der inhaltlichen Einführung in die Kreatividee. Gefolgt vom zweiten Flight *“Moin, Hamburg“*, der einen besonderen Fokus auf Talente aus Hamburg legt. So wie Künstler Paul Schrader, Digital Creator Marie von Behrens, Internationales Male Model & Aktivist Alpha Dia, Make-up Artistin Loni Baur, Künstlerin Fulya Celik und Schauspielerin Florence Kasumba. Dieser Flight dient gleichzeitig als Teil der Vorankündigung des großen Flagship-Store Openings in der Hansestadt am 25.04.2023.

Mediakit inkl. Bild- und Videomaterial zur Kampagne finden Sie hier: [Breuninger Kampagne Frühjahr/Sommer 2024](#)

Die neue Saison auf [breuninger.com](#): [Style is an attitude](#)

Medienkontakt:

Breuninger Unternehmenskommunikation

medien@breuninger.de

Campaign Credits:

Project Owner/ Chief Brand Officer E. Breuninger GmbH: Carsten Hendrich

Production Company: Berlin Westend

Executive Creative Director: Chang Lin

Creative Director: Petra Langhammer

Photographer: Luise und Maria Thornfeldt

Director: Chang Lin

DoP: Tobias Blickle

Stylist: Tobias Frericks

Hair Artist: Wataru Suzuki

Make-up: Ishrack Nitschke

Location: Oatmilk Studios, Berlin

Talents: Siehe Media Kit anbei

Campaign Fashion Brands:**Women´s:**

Agolde, Anfiny, BOSS, Carrano, Essentiel Antwerp, Frame, Ganni, Max Mara, Mrs & Hugs, Isabell Marant, Marant Étoile, Remain

Men´s: Arma, Róhe, Santaniello, Windsor

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. Für 2024 ist die Eröffnung eines Breuninger Department Stores in Hamburg geplant.