

## **Zalando setzt mit seiner neuen Weihnachtskampagne auf Positivität und Optimismus: Wir werden uns wieder umarmen**

Berlin (ots/PRNewswire) - In dieser Weihnachtszeit würdigt Zalando, Europas führende Online-Plattform für Mode und Lifestyle, den ultimativen Ausdruck menschlicher Verbundenheit und Solidarität: die Umarmung. Vor dem Hintergrund eines herausfordernden Jahres voller Ungewissheit und vieler Trennungen hat sich menschliche Verbundenheit noch nie so wichtig gefühlt wie heute, und die neue Weihnachtskampagne "Wir werden uns wieder umarmen" versucht, in ganz Europa das Gefühl von Optimismus und Hoffnung zu vermitteln.

Die Kampagne wird durch eine Reihe von Umarmungs-Portraits zum Leben erweckt, intime und emotionale Bilder, die von der Dokumentar- und Porträtfotografin Sarah Blais aufgenommen wurden. Ergänzt wird dies durch den herzerwärmenden Film "100 Jahre Umarmungen", der unter der Leitung und Regie von Vincent Haycock, dem international bekannten visuellen Geschichtenerzähler, entstand und zu dem Titel "Godspeed" des legendären Liedermachers und Sängers Frank Ocean gedreht wurde.

Die Schlichtheit und emotionale Wirkung der Umarmung sind während der gesamten Kampagne zu spüren. Ob es Freunde sind, die Arm in Arm gehen, eine Tochter, die ihren betagten Vater umarmt, oder Paare aller Altersgruppen, Geschlechter und Orientierungen, die sich umarmen - die Protagonisten sind durchweg reale und verwandte Menschen, die den Fokus von Inszenierung, Models und Mode wegnehmen und ihn auf die Botschaft der Hoffnung für die Zukunft legen, wenn wir unsere Lieben wieder umarmen können.

"Die zentrale Idee unserer Weihnachtskampagne, die menschliche Verbindung, spiegelt sich in der Art und Weise wider, in der wir auf unsere Kundschaft zugehen. Unsere Strategie ist es, vor allem soziale Belange zu berücksichtigen und so durch relevante und nachvollziehbare Geschichten mit den Verbraucherinnen und Verbrauchern in Kontakt zu treten." Barbara Daliri, Senior Vice President Sales & Marketing bei Zalando, kommentiert: "Es war wichtig für uns, uns mit den außergewöhnlichen Umständen und der Ungewissheit dieser Weihnachtszeit auseinanderzusetzen und gleichzeitig mit der Gemeinschaft, in der wir leben, das Gefühl der Hoffnung für die Zeit zu teilen, in der wir in der Lage sein werden, uns wieder mit unseren Lieben zu verbinden."

Die Kampagne startete am 1. November und erstreckt sich über zwei Monate. Sie begann mit einer ersten Teaser-Phase, die fesseln und das Gespräch anregen soll. In dieser ersten Phase erschienen die Umarmungs-Portraits als große Wandbilder, ohne Hinweis auf die Marke Zalando, an gut sichtbaren städtischen Orten in ganz Europa. Sie zeigen zwei Gestalten in einer Umarmung, wobei die zweite Person fehlt und die Frage "Werden wir uns noch einmal umarmen?" gestellt wird.

Ab dem 8. November legt Zalando seine Verantwortlichkeit offen und veröffentlicht die optimistische Kernbotschaft der Kampagne: "Wir werden uns wieder umarmen". Diese Botschaft der Hoffnung soll in zahlreichen Formaten dargestellt werden: Durch die Vervollständigung der Wandbilder mit der zweiten Gestalt und über alle Werbe-, digitale und soziale Kanäle. Auch über den von Haycock gedrehten Film "100 Jahre Umarmungen", die Fotografien von Blais, OOH, DOOH und die eigenen sozialen Kanäle der großen und vielfältigen Besetzung dieser Kampagne. Die 360°-Kampagne wurde in Zusammenarbeit mit der Kreativagentur Anomaly Berlin entwickelt und wird in ganz Europa in allen 17 Märkten von Zalando eingesetzt.

Veit Moeller, Executive Creative Director bei Anomaly Berlin, ergänzt: "Diese einfache, aber wirkungsvolle Kampagne ist ein Versprechen für unsere Zukunft. Ziel war es, all jene oberflächlichen Elemente abzulösen, die mit der Weihnachtszeit in Verbindung stehen, und das ursprünglichste und symbolträchtigste Symbol der menschlichen Verbindung zu benennen: die Umarmung. Es war eine großartige Herausforderung, während einer globalen Pandemie eine Kampagne rund um den Globus zu drehen, und wir freuen uns darauf, die Botschaft von Zalando in die Welt zu tragen."

Der Film wurde in Nigeria, Vietnam, Italien, Mexiko, Schweden und Deutschland von vier Regisseuren gedreht, von Haycock wunderbar kuratiert. Jeder Film erzählt die Geschichte einer Umarmung\*, die durch ein zentrales Look and Feel zusammengehalten wird, so dass alle Filme einzeln gezeigt oder zusammen geschnitten werden können. Frank Oceans "Godspeed" ist ein Stück, das das Gefühl menschlicher Verbundenheit und Zweisamkeit verkörpert und den bewegenden Charakter des Films noch verstärkt.

#wewillhugagain

@Zalando

Hinweise an die Redaktion:

\*Alle Bilder und Videoinhalte wurden in Übereinstimmung mit den behördlichen Richtlinien zu COVID-19 aufgenommen, die zum Zeitpunkt der Aufnahme für jedes Land spezifisch waren. An allen Drehorten auf der ganzen Welt wurden alle Sicherheitsmaßnahmen getroffen, um sicherzustellen, dass jede einzelne gezeigte Person die COVID-Sicherheitsmaßnahmen einhält. Alle Modelle sind tatsächliche Familienangehörige, Paare oder Freunde, die zusammenleben und sich umarmen und in unmittelbarer Nähe aufhalten dürfen.

Informationen zu Zalando:

Zalando (<https://corporate.zalando.com>) ist Europas führende Online-Plattform für Mode und Lifestyle. Gegründet 2008 in Berlin, bringen wir in 17 Märkten Mode von Kopf bis Fuß zu mehr als 35 Millionen aktiven Kundinnen und Kunden und bieten Kleidung, Schuhe, Accessoires und Kosmetik an. Das Sortiment umfasst weltbekannte, internationale Marken ebenso wie lokale Labels. Unsere Plattform ist eine zentrale Anlaufstelle für Mode, Inspiration, Innovation und Interaktion. Als Europas modischstes Tech-Unternehmen suchen wir laufend nach neuen digitalen Lösungen für jeden Teil des Einkaufserlebnisses - für unsere Kundschaft, Partner und alle anderen Akteure, die Zalando mit uns gestalten wollen Unser Ziel ist, zur ersten Anlaufstelle für Mode zu werden und eine nachhaltige Plattform mit netto-positivem Einfluss für die Menschen und den Planeten zu sein.

~

Rückfragehinweis:

Lauren Wallace

07792041797

zalando@smarts.agency

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/PR150023/aom>

\*\*\* OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER  
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS - WWW.OTS.AT \*\*\*

OTS0033 2020-11-09/09:28

090928 Nov 20

Link zur Aussendung:

[https://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20201109\\_OTS0033](https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20201109_OTS0033)