

Wien in Paris

Wien Nord sorgt mit einer WienTourismus-Kampagne bei den internationalen Fashion Weeks für Aufsehen.

MAILAND/PARIS. Wien feiert dieses Jahr 100 Jahre Wiener Moderne. Um zu zeigen, wie zukunftsweisend die Mode und Designs jener Zeit waren und gleichzeitig noch immer sind, inszenierte Wien Nord für WienTourismus 100 Jahre alte Mode im Stil aktueller Fashion-Kampagnen und ließ damit die Grenzen zwischen damals und heute verschwimmen.

Prominente Platzierungen

Die originalen Schwarzweiß-Fotografien von Madame d'Ora wurden an prominenten Stellen wie dem Mailänder Dom oder den Galeries Lafayette in Paris als Teaser mit elegantem Wien-Schriftzug inszeniert. Aufgelöst wurde die Kampagne jeweils zum Start der Fashion Week vor



© Wien Nord/Gregor Kumscher

Background

Wiener Moderne

Vor 100 Jahren entwickelte sich in Wien ein besonderer Modestil, der vor allem wegen seiner verwendeten Stoffe, Muster und Farbkompositionen radikal und avantgardistisch war. Die Entwürfe stammten aus der Wiener Werkstätte und machten Wien zu einer international bekannten Modestadt. Eduard Josef Wimmer-Wisgrill gründete im Jahr 1907 die Modeabteilung der Wiener Werkstätte; er erfand den Wiener Stil und setzte damit einen Kontrapunkt zur Pariser Mode, die bis dahin die Modewelt bestimmte.

Ort einige Tage später mit der kritischen Frage: „100 Jahre alt. Und noch immer unserer Zeit voraus?“ sowie der Aufforderung, sich von Wien inspirieren zu lassen.

Arthur Arbesser X Vienna

Inspiration aus der Wiener Moderne schöpfte auch der Wiener Modedesigner Arthur Arbesser, der zeitgleich Highlights sei-

Hübsch

Die originalen Modefotografien aus Wien um 1900 schmückten die markantesten Plakatstellen in Mailand und Paris.

ner neuen Kollektion, die in Kooperation mit WienTourismus und mit speziell angefertigten Stoffen der Textilmanufaktur Backhausen entstand, bei der Mailänder Fashion Week präsentierte.

Starfotografin Elfie Semotan setzte die Kollektion mit den Top-Models Cordula Reyer und Helena Severin gebührend in Szene. (red)



© Fessler Werbeagentur (2)

Fessler für OptiFibre

Neuer Markenauftritt on air.

WIEN. Bereits zum dritten Mal setzte sich die Fessler Werbeagentur in einem Pitch bei Nestlé durch und erhielt zum Jahreswechsel den Zuschlag für die Betreuung der Marke OptiFibre von Nestlé Health Science. Aktuell geht der neue Markenauftritt on air.

„Der Kerngedanke unserer Kampagne lautet: Ich vertraue meinem Bauchgefühl! Dem ha-

ben wir auch bei der Entwicklung der Konzeption vertraut. Unser Bauchgefühl hat uns gesagt: Es ist an der Zeit, einen *anderen Weg* in der OTC-Pharmawerbung zu gehen. Die Filme der neuen Kampagne setzen auf Authentizität und Emotionalität, sie bringen dabei die Consumer-Insights auf zeitgemäße Art ins Bild“, sagt Jörg Fessler von der Agentur zum Neuauftritt. (red)

