Tumi Inc.

17.07.2018 – 15:01 Uhr

TUMI gewinnt Rosario Dawson für die Kampagne der Marke für Frauen

York (ots/PRNewswire) -

TUMI gab heute den Start einer weltweiten Kampagne bekannt, die mit dem Start der beiden jüngsten TUMI-Kollektionen für Frauen, Georgica und Mezzanine, sowie der Vorstellung der Hauptkollektionen für den Herbst 2018, Voyageur und Mariella, zusammenfällt.

Als Reisende haben wir es ständig mit neuen Situationen zu tun. Manchmal müssen wir etwas erkunden, manchmal wollen wir einen bestimmten Look zur Schau stellen und manchmal müssen wir uns schlicht um irgendwelche Angelegenheiten kümmern. Wir tun nie nur eine Sache, das heißt, wir sind niemals auf ein und derselben Reise. Die TUMI-Kampagne für Frauen zeigt das Spektrum von TUMI an einzigartigen Produkten für Frauen, die es Ihnen erlauben, Ihr Aussehen, Ihren Standort und Ihre Motivation mit Leichtigkeit zu verändern, sobald Sie von der einen zur nächsten Reise aufbrechen. Sie müssen also niemals ständig dieselbe sein. Sie können alles sein.

Die Kampagne stellt eine Frau vor, gespielt von der Schauspielerin, Produzentin und Aktivistin Rosario Dawson, die vier verschiedenen Persönlichkeiten verkörpert. Jede dieser Personen stellt eine komplett andere Ambitionen, ein anderes Aussehen und vollkommen unterschiedliche Taschenstile vor. Es gibt aber eine Sache, die alle vorgestellten Persönlichkeiten gemeinsam haben - jede ist auf ihrer ganz eigenen perfekten Reise. Die Kampagne, bei der Allen Coulter Regie geführt hat, folgt jeder dieser Personen auf ihrer ganz persönlichen Reise mit einer Damentasche von TUMI und bringt beide so nahtlos zueinander, dass es eine einmalige Reise wird.

Wir starten mit unserer TUMI-Frau zu Hause, wo sie ihren Tag beginnt. Von hier aus macht sie sich auf den Weg zu einem dunklen Hinterhof-Boxstudio, wo sie ihre Boxhandschuhe aus ihrem Voyageur Colina Duffel holt und in den Boxring steigt. Man sieht, dass sie schon lange trainiert - der Wille in ihren Augen, die blauen Flecken auf ihren Händen und der Schweiß auf ihrer Stirn. Es liegt Schönheit in ihrer Kraft, und egal, wer oder was ihr über den Weg laufen mag - sie ist darauf vorbereitet.

Wir folgen ihr weiter, wenn sie zu ihrer Georgica Yvonne Carry-All wechselt und sich selbstbewusst in einer beruflichen Situation bewegt und in einer Gruppe von Investoren den Ton angibt. Sie lässt sich nicht aufhalten und nimmt jede Herausforderung an. Am Kopfende des Konferenztisches schüttelt sie die Hände der Kollegen und bringt den Deal unter Dach und Fach. Sie fühlt sich angestachelt und wird niemals ruhen, bevor sie nicht das Beste herausgeholt hat.

Unsere TUMI-Frau, die vor Energie strotzt und sich viel vorgenommen hat, trägt ihren Mezzanine Joan Backpack, während sie auf dem Weg in den Backstagebereich ist, wo sie ihrer Leidenschaft nachgeht. Sie ist dynamisch und beseelt. Wir erleben, wie sie der Band ihre Ideen mitteilt und wie die Band ihre Ideen aufnimmt und voll in die Musik eintaucht. Sie geht mutig mit ihrer Kreativität um.

Zuletzt ist sie eine exzentrische Stilikone, die auf ihrem Gebiet den Gipfel erreicht hat und bei einem Fotoshooting sagt, wo es langgeht. Sie vertritt starke Meinungen und kann diese Ideen klar ausformulieren. Das einzige, was genauso stark ist wie ihre Ideen, ist ihr Sinn für Stil. Ihre Mariella Vivian Tote ist ein deutliches Statement. Sie führt ihr Team jederzeit mit Selbstbewusstsein.

"Es war eine unglaubliche Erfahrung, bei dieser TUMI-Kampagne dabei zu sein", sagt Rosario Dawson. "Ich mochte es, jede dieser Persönlichkeiten darzustellen, starke Aussagen zu machen und auf jeder dieser Reisen einen starken Auftritt zu vermitteln."

"Mit dieser Kampagne wollten wir dem Spirit folgen, der von jeder dieser Persönlichkeiten, die alle für eine attraktive, starke, widerstandsfähige, intelligente Frau stehen, verkörpert wird", sagt Victor Sanz, Kreativdirektor von TUMI. "Es war eine wirklich tolle Erfahrung, mit Rosario zusammenzuarbeiten, die der Welt jeweils eine dieser unglaublichen Frauen vorstellt. Jede dieser Frauen kann uns inspirieren und jede steht für all die Frauen, die Grenzen überwinden und in den unterschiedlichsten Situationen, egal wo auf der Welt, klarkommen."

Georgica, Mezzanine, Voyageur und Mariella gibt es in einer ganz unterschiedlichen Stilen, Größen und Farben und

sie werden weltweit in den Einzelhandelsgeschäften von TUMI und auf TUMI.com erhältlich sein.

Informationen zu TUMI

TUMI kreiert seit 1975 hochwertiges Reisegepäck und Business-Accessoires, mit dem Ziel, alle Aspekte des Reisens zu verbessern, zu vereinfachen und zu verschönern. Mit makelloser Funktionalität, gepaart mit einem starken Sinn für Innovation und Inspiration, ist TUMI der ständige Begleiter für Impulsgeber und Macher auf ihren Reisen zu neuen Ufern. Die Marke ist weltweit an über 2.200 Verkaufsstellen in 75 Ländern erhältlich. Weitere Informationen über TUMI finden Sie unter www.TUMI.com

Foto - https://mma.prnewswire.com/media/719040/TUMI_Fall_Campaign.jpg

Logo - https://mma.prnewswire.com/media/214382/tumi_logo.jpg

Kontakt:

TUMI
Zoe Saunders
zoe.saunders@tumi.com

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100051153/100818038 abgerufen werden.