

## Warum wir die neue MCM AW18-Kampagne lieben

Written by Cheryl Mühlen

Friday, 13 July 2018 08:47 - Last Updated Thursday, 12 July 2018 13:54

---



Anfang Juli startete die deutsche Luxusmarke [MCM](#) mit ihrer neuen Kampagne für die Herbst/Winter Saison 2018. Dabei hebt sich ‚Avatar‘ von den vorherigen Kampagnen vor allem durch die neue, kreative Freiheit und den Mut für ein jüngeres Publikum ab. Das spricht es gekonnt mit zwei bekannten Gesichtern an.

Und zwar mit Rapper und Produzent Rich the Kid und Techno-DJane sowie Instagram-Socialite Abellan. Gemeinsam haben sie für MCM eine alternative Realität geschaffen, die eine eindeutige Hip-Hop-Handschrift trägt. Die Story hinter der Kampagne: Ein Avatar in voller MCM-Montur tritt neben dem Duo auf und begleitet und beschützt sie auf ihrer Reise in eine andere Welt. Oder anders gesagt: „Die MCM-Kollektion ist vom Hip-Hop beeinflusst und das wollten wir zelebrieren, in das Hier und Jetzt bringen und ein paar futuristische Ideen dazu bringen. Der Avatar ist dabei der Wächter des totalen Friedens“, so Joerg und Maria Koch. Die beiden Gründer des 032c-Magazins, Joerg und Maria Koch, zeichnen für die fiktiven Charaktere verantwortlich, die für die dynamische, jugendliche Interpretation des Kollektionskonzepts der kommenden Herbst-Saison stehen sollen.



Zwar hatte MCM in den vergangenen Jahren bereits mehrfach auf aufstrebendes, kreatives Talent auf der ganzen Welt gesetzt, beweist mit der Zusammenarbeit mit dem Kreativteam des Style- und Kulturmagazins 032c, dass sie bereit sind, eine völlig neue, intelligente und frische Ästhetik auszuprobieren.

„Berlin ist das heutige Epizentrum der Kreativität, wie München damals in den Entstehungstagen von MCM. Heute wollen wir das Talent und die Energie, die

## Warum wir die neue MCM AW18-Kampagne lieben

Written by Cheryll Mühlen

Friday, 13 July 2018 08:47 - Last Updated Thursday, 12 July 2018 13:54

---

aus dieser neuen Kulturhauptstadt kommen, gebührend feiern. 032c ist nicht nur für Deutschland und Europa eine der wichtigsten kreativen Plattformen, sondern für die ganze Welt. Wir fühlen uns ihren Visionen sehr stark verbunden“, sagt Sung-Joo Kim, Chief Visionary Officer von MCM Worldwide.

Die Kampagne, die vom deutschen Fotografen Thomas Lohr in Berlin geschossen und von 032c Fashion Director Marc Goehring gestylt wurde, ist eine Hommage an die Kreativität der nächsten Generation, die Grenzen austestet und die dynamische Persönlichkeit von MCM widerspiegelt.

We like.

Weitere Informationen unter [de.mcmworldwide.com](http://de.mcmworldwide.com) .

