

Roy Rogers: Kampagne von The Full Service

Geschrieben von: Renée Diehl

Freitag, den 22. Juni 2018 um 00:00 Uhr - Aktualisiert Freitag, den 22. Juni 2018 um 08:31 Uhr

©Rankin



Die italienische Denimmarke Roy Rogers hat sich mit dem Fotografen [Rankin](#) und seiner Agentur The Full Service starke Partner für die Herbst-/Winterkampagne 2018 an die Seite geholt. Diese besteht aus einem Film sowie einer Bildstrecke für den Printbereich und stellt die ersten musikalischen Erfahrungen, die man als Jugendlicher macht, in den Vordergrund.

Unter dem Motto ‚First Experiences‘ wurde für die Kampagne eine Fake-Rockband zusammengestellt, die die neuen Denim-Styles mit dem rebellischen Flair von Roy Rogers‘ Heritage seit den Siebzigerjahren perfekt in Szene setzen. Rankins Fotografie im Vintage-Style der Neunziger unterstreicht diesen Spirit zusätzlich.

Rankin sagt über die Inspiration zu der Kampagne: „Jeder erinnert sich daran, wie er früher in den Recordstore gegangen ist oder Musik seines Lieblingskünstlers gehört hat. Wie ein altes Paar Jeans, bleiben diese Erinnerungen für immer. Ich wollte dem Denim Leben einhauchen und Szenen kreieren, mit denen man sich identifizieren kann.“

Wer sich mit der zugehörigen Kollektion ein bisschen Rock‘n‘Roll und Erinnerungen an die Jugend in den Kleiderschrank holen will, findet die Teile ab sofort unter in ausgewählten Shops und online.

Weitere Informationen unter www.royrogers.it // www.thefullservice.co.uk .

©Rankin



©Rankin

