Wie schnell die Zeit vergeht! Die kalifornische Kult-Marke Ugg wird dieses Jahr 40 und nahm das zum Anlass, um über den gesamten Oktober hinweg mit einer Jubiläumskampagne groß zu feiern. Neuester Zuwachs für die ‚Ugg: 40 Years Campaign': Influencerin
Lil Miquela
.

Zuerst waren es Model Adwoa Aboah und Designer Heron Preston, dann folgte Künstler Luka Sabbat. Nun komplettiert Lil Miquela die Riege an Gesichtern für die Jubiläumskampagne des amerikanischen Labels und läutet damit auch ihre letzte Runde ein. Als digitales Kunstprojekt gestartet, ist Lil Miquela inzwischen zu einer Style Icon und Musikerin mit über eine Million Followern auf Instagram avanciert. Bekannt wurde das Internetphänomen über ihren künstlich animierten Bearbeitungsstil, der Nutzer immer wieder die Frage in den Raum werfen ließ, ob es eine reale Vorlage für das Robotermädchen auf Instagram gibt. Fest steht, dass Lil Miquela die Künstlichkeit der Plattform auf die Spitze treibt und vor Augen führt, wie stark die Grenze zwischen Realität und Fiktion auf Social Media durch Inszenierung verschwimmt. „Lil Miquela ist provokant in ihrer Existenz. Sie repräsentiert eine ganze Generation, die Identität, Realität und Storytelling hinterfragt und neu interpretiert", äußert sich Ugg über den neuen Kampagnenstar.

Und das passt nun mal, denn auch das Label interpretiert sich stetig neu: Die limitierte Capsule Collection ‚40:40:40' legt die klassischen Ugg-Styles in der typischen Farbe Sand neu auf und verpasst ihnen ein Jubiläumslogo. In der Kampagne selbst werden die Schuhe außerdem ganz unkonventionell, mit lässigen bunten Looks gepaart, z.B. der Classic Short zum hochwertigen Samt-Ensemble oder auch den Tasman-Slipper zum Boho-Seidenhemd und lockerer Hose.

40 Jahre nach Markengründung scheint die Beliebtheit und der Hype um die kuscheligen Schuhe längst nicht vorbei. Die Capsule Collection sowie die klassischen Styles gibt es aktuell online und in Stores.

Weitere Informationen unter www.ugg.com .