

Karlie Kloss er modell i Lindex' kampanje med Matthew Williamson

Den velkjente modellen Karlie Kloss er ansiktet i kampanjen for Matthew Williamson-kolleksjonen hos Lindex i høst. I kampanjen medvirker også Matthew Williamson selv, for å gi kolleksjonen og sin design et ansikt. Materiellet til kampanjen ble spilt inn i et studio i London, og Matthews engasjerte personlighet kommer til syne både i kampanjen og i hans design. Bildene viser en gnistrende miks av grafiske trykk, mønster og dekorative detaljer, sammen med accessoarer og luksuriøst yttertøy.



"Jeg har alltid blitt trukket mot jordnær og bekymringsfri glamour; mine kolleksjoner inneholder farger, mønster og smykkedetaljer ettersom dette gjerne gir plaggene en herlig følelse av glede og optimisme", sier Matthew Williamson selv om sin S.O.S – Sense of Style.

I to år har Lindex hatt et nært samarbeid med det engelske reklamebyrået Saturday, som også denne gangen står for idé og programmerklæring for kampanjen.

CD: Mooks Hanifah
Modell: Karlie Kloss
Stylist: Veronique Didry
Fotograf: Giampalo Sgura
Regissør: Andy Margetson

"Jeg er mer enn fornøyd med Matthew Williamson-kampanjen. Den kommer til å vises i ulike kanaler og på nettet hvor det finnes interessant og dyptgående materiale om designeren og kolleksjonen. Vi startet allerede for flere uker siden med å gi kundene våre fordypende materiell på nettsiden, Facebook og Instagram, og ikke minst i vårt nye E-magasin", sier Johan Hallin, Director of Concept and Marketing i Lindex.

I forbindelse med Matthew Williamson-kolleksjonen kommer dessuten en spesielt designet t-shirt, med karakteristisk print, "show some love", signert den samme britiske designeren. T-shirten rammer inn essensen av den totale kampanjen ettersom hele overskuddet går til Kreftforeningens Rosa sløyfe-aksjon og kampen mot brystkreft. T-shirten vil selges for 199 kr i alle Lindex-butikker og online fra 7. oktober.

"Det er en utrolig viktig sak, og jeg er svært stolt over å støtte Lindex i deres fantastiske kampanje, og få mulighet til å få bidra med min design til dette gode formålet", sier Matthew Williamson.

Selve designkolleksjonen lanseres 4. oktober i utvalgte Lindex-butikker og på lindex.com, og 10 % av inntektene går til Rosa sløyfe-aksjonen og kampen mot brystkreft.

For flere og høyoppløste bilder, besøk [Lindex Newsroom](http://lindex.com/newsroom)
Nyhet! [Abonner](#) på nyheter fra Lindex og følg Lindex i sosiale medier

For mer informasjon, kontakt:

Nina Haugen
Manager, Marketing & Merchandiser Norge
Telefon: 22 47 84 17
Mobil: 99 51 43 53
E-mail: nina.haugen@lindex.com

Lindex' forretningsidè er å tilby inspirerende og prisgunstig mote. Sortimentet består av ulike motekonsepter innen dame-, barne- og undertøy. Med over 470 butikker i 16 land er Lindex i dag en av Nord-Europas ledende motekjeder. Lindex er en del av det finske børsnoterte konsemet, Stockmann. Mer informasjon finnes på www.lindex.com