

TOMMY HILFIGER BRINGT DAS ERLEBNIS-RUNWAY-EVENT FALL 2017 TOMMYNOW "ROCKCIRCUS" NACH LONDON

*Das "ROCKCIRCUS"-Event brachte die TOMMYNOW "See Now, Buy Now" Runwayshow nach London.
Mit dabei: die globalen Markenbotschafter Gigi Hadid und The Chainsmokers.*

*Die Herren- und Damenkollektionen der Marke vereint, waren alle Runway Looks im Handel, im E-Commerce
sowie über innovative, kommerzielle Kanäle, wie Augmented Reality, Chatbots und Bilderkennung erhältlich.*

AMSTERDAM, NIEDERLANDE (19. September 2017) - Tommy Hilfiger, Teil der [PVH Corp.](#) [NYSE: PVH], präsentiert TOMMYNOW "ROCKCIRCUS", eine energiegeladene, experimentelle Runway Show rund um Mode, Musik und Entertainment. Inspiriert von Tommy Hilfigers langjähriger Liebe zum Rock-n-Roll vereinte die Show eine Prise Glamour und Nostalgie mit einer frischen, edgy Attitüde. Fall 2017 TOMMYNOW, die dritte in-season Runway Show der Marke, beendete die London Fashion Week am Dienstag, den 19. September um 19 Uhr BST im Roundhouse, einer ikonischen Konzertlocation, die eine zentrale Rolle in der Rock-Geschichte Londons einnimmt. Nach dem Erfolg der ersten beiden TOMMYNOW Shows, baut das Fall 2017 Event auf TOMMY HILFIGER's charakteristischen "See Now, Buy Now" Format auf. Zum ersten Mal zeigte TOMMYNOW sowohl Herren- als auch Damenkollektionen sowie die dritte *TommyXGigi* Kapselkollektion. Alle Runway Looks waren unmittelbar auf allen Kanälen in über 70 Ländern erhältlich.

FALL 2017 COLLECTION STATEMENT

Hallo London. In dieser Saison macht Tommy Hilfiger das bahnbrechende TOMMYNOW Modeerlebnis global und präsentiert TOMMY HILFIGER, TOMMYXGIGI, HILFIGER COLLECTION und HILFIGER EDITION zusammen auf einer epischen Bühne.

Fall 2017 ist eine rebellische Version der Brand-Heritage der 90er Jahre. Es ist unsere Vision eines modernen Amerikas, in der Jugendkultur und Grunge auf preppy Style treffen. Man denke an Tradition mit einem Streetstyle-Twist, Statement-Karos, unerwartete Proportionen und ein Tribut an Skater- und Sportstyles.

Wir brechen weiterhin die Traditionen des Laufstegs und machen unsere neuen Kollektionen mittels digitaler Technologie unmittelbar erhältlich, darunter die neue TOMMYNOW SNAP App, ausgestattet mit Augmented Reality.

Willkommen zum ROCKCIRCUS

KOLLEKTIONEN

TOMMYNOW "ROCKCIRCUS" markiert die globale Lancierung der Fall 2017 TommyXGigi Kapselkollektion. Gigi Hadid ist die globale Markenbotschafterin für TOMMY HILFIGER Damenmode, inklusive Bekleidung, Schuhe, Accessoires, Sonnenbrillen, Uhren und Düfte. Die *TommyXGigi* Kollektion vereint eine rebellische Attitüde mit einem femininen Twist, eine Kombination aus Gigis einzigartigem Style und Tommys Liebe zum Rock'n'Roll.

Zum ersten Mal zeigte TOMMYNOW sowohl Herren- als auch Damenmodekollektionen, inklusive Looks der HILFIGER COLLECTION, dem oberem Segment der Womens Division Spitze Damenmode zu bieten hat, und HILFIGER EDITION, die der traditionsreichen Menswear Tribut zollt.

Kontakt:

Network Public Relations • Anna Raschen • Hallerstrasse 76 • 20146 Hamburg
E-Mail: a.raschen@network-pr.de • Telefon: 040 / 450 30 6-0

ROCKCIRCUS

Über 2.000 Gäste, darunter Konsumenten, Presse, Einkäufer, VIPs sowie Influencer aus der Modeindustrie, wurden eingeladen, um eine inspirierendes, unerwartetes Modespektakel zu erleben. Die Gäste kauften die Runwaylooks im ROCKCIRCUS Pop-Up Store, durchstöberten das exklusive TOMMYNOW Konzertmerchandising und entdeckten TOMMY HILFIGER Klassiker bei True Vintage. Sie hatten darüber hinaus die Möglichkeit, ihre Lieblingsartikel am *TommyXYou* Lab zu personalisieren und Tommys Lieblingsmusik bei ROCKCIRCUS Records zu kaufen.

Das Runway Finale verwandelte sich in eine moderne Zirkusvorstellung mit einer akrobatischen Darbietung in der Luft von NoFit State, Großbritanniens gegenwärtig, führendes Zirkusunternehmen. Die vielseitige Truppe verlieh dem ROCKCIRCUS eine neue Dimension, bevor die CHAINSMOKERS die Bühne übernahmen, mit einer exklusiven Performance zur Feier des Beginn ihrer globalen Botschafterrolle für die Tommy Hilfiger Menswear Division.

E-COMMERCE

Die TOMMYNOW Plattform dient weiterhin als Innovationsinkubator, bei dem neue Technologien getestet, verbessert und in die betriebliche Tätigkeit von Tommy Hilfiger integriert werden. Im September 2017 war *TOMMY HILFIGER* die erste Modemarke, die den Catwalk mit Hilfe von Augmented Reality (AR) von der TOMMYNOW Laufstegshow nach draußen brachte, entwickelt in Partnerschaft mit der kreativen, digitalen Produktionsfirma MediaMonks. Mittels der 3D-Bilderkennungs-Shopping-App TOMMYNOW SNAP können Kunden die Laufsteg Shopping Experience in neuen Dimensionen erleben. So kann ein privater AR-Runway mit Keylooks der Fall 2017 Kollektionen kuratiert und angesehen werden. Anschließend können die Favoriten auf *tommy.com* gekauft werden. Die App, die im Frühjahr 2017 in Zusammenarbeit mit der Bildersuch-Technologiefirma Slyce lanciert wurde, wurde nun weiterentwickelt, um alle *TOMMY HILFIGER*-Kollektionen abzubilden. Diese integrierte E-Commerce-Plattform ist für Kunden aus den USA, Großbritannien, Deutschland, der Schweiz, Frankreich, den Niederlanden, Belgien, Spanien, Italien, Russland, Schweden und Dänemark im iTunes Store verfügbar.

Die Fall 2017 Kollektionen sind über das globale Handelsnetzwerk der Marke und deren eigene Verkaufskanäle sowie über *tommy.com*, die sozialen Medien, im shoppable Livestream und über Chatbots verfügbar. Im Herbst 2016 wurde *TOMMY HILFIGER* die erste Marke, die ein A.I.-Chatprogramm namens TMY.GRL für Facebook Messenger lancierte, in Partnerschaft mit msg.ai. Im Frühjahr 2017 wurde TMY.GRL zu einem A.I. betriebenen Stylisten weiterentwickelt, der das Konsumentenerlebnis noch persönlicher gestaltet. Neu in dieser Saison ist TMY.BOY, der den Kunden Vorschläge aus der *HILFIGER EDITION* basierend auf Präferenzen und Anlass unterbreitet.

MODELS

Die Show wurde von dem internationalen Supermodel Gigi Hadid eröffnet, außerdem auf dem Catwalk waren die Topmodels Bella Hadid, Anwar Hadid, Devon Windsor, Hailey Baldwin, Joan Smalls, Sara Sampaio, Jourdan Dunn, Georgia May Jagger, Lucky Blue Smith und Presley Gerber.

Kontakt:

Network Public Relations • Anna Raschen • Hallerstrasse 76 • 20146 Hamburg
E-Mail: a.raschen@network-pr.de • Telefon: 040 / 450 30 6-0

GÄSTE IN DER FRONT ROW

Zu den prominenten Gästen in der Front Row zählten Tommys Ehefrau Dee Hilfiger, Lewis Hamilton, Neymar, Cameron Dallas, Jasmine Sanders, Lara Stone, Poppy Delevingne, Lottie Moss, Brandon Thomas Lee, Pyper America, Gabriel-Kane Day-Lewis, Thylane Blondeau, Rafferty Law, Tina Kunakey, Daisy Lowe, Arizona Muse, Tigerlily Taylor, Amber Le Bon, Yasmin Le Bon, Coco König, Lulu Gainsbourg, Sam Rollinson, Claude Simonon, Paul Simonon, Justine Skye, Lady Amelia Windsor, Pixie Geldof, Hermione Corfield, Selah Marley, Sody, und Luke Treadaway.

#TOMMYNOW

#TommyXGigi

#TommyXTheChainsmokers

Instagram: @TommyHilfiger

Snapchat: TommyHilfiger

Twitter: @TommyHilfiger

Facebook: Tommy Hilfiger

YouTube: Tommy Hilfiger

Datum: Dienstag, 19. September 19:00 Uhr BST

Ort: ROCKCIRCUS, The Roundhouse, London

###

Über Tommy Hilfiger

Mit Marken wie Tommy Hilfiger und Hilfiger Denim im Portfolio ist Tommy Hilfiger eine der angesehensten Unternehmensgruppen im Premium-Designer-Lifestyle-Segment. Ihr Fokus liegt auf dem Design und der Vermarktung qualitativ hochwertiger Herrenkonfektion und Sportswear, Damenkonfektion und Sportswear, Kinderkollektionen, Denim-Kollektionen, Unterwäsche (inklusive Morgenmäntel, Nachtwäsche und Loungewear), Schuhe und Accessoires. Über ausgewählte Lizenznehmer bietet Tommy Hilfiger zudem passende Lifestyle-Produkte an, darunter Brillen, Uhren, Düfte, Sportbekleidung (für Golf und Schwimmen), Strumpfwaren, Lederkleinwaren, Wohnaccessoires und Reisegepäck. Die Produktlinie Hilfiger Denim umfasst Jeanswaren und Schuhe für Damen und Herren, Accessoires und Düfte. Die Tommy Hilfiger und Hilfiger Denim Produkte sind weltweit über ein ausgedehntes Netzwerk von Tommy Hilfiger und Hilfiger Denim Boutiquen erhältlich. Außerdem bekommt man sie in führenden Fachgeschäften und Kaufhäusern, bei ausgewählten Einzelhändlern und online unter tommy.com.

Über PVH

PVH, einer der größten Bekleidungskonzerne weltweit, kann auf eine mehr als 135-jährige Geschichte zurückblicken und war stets ausgesprochen erfolgreich, was den Aufbau traditionsreicher amerikanischer Marken und Firmen angeht. Wir haben über 35.000 Geschäftspartner in über 40 Ländern, die 2015 einen Umsatz von über 8 Milliarden USD erzielten. Uns gehören Kultmarken wie CALVIN KLEIN, TOMMY HILFIGER, Van Heusen, IZOD, ARROW, Speedo*, Warner's und Olga und True&Co. und wir vermarkten unter diesen und anderen national und international bekannten Eigenmarken und Lizenzmarken ein breites Produktportfolio.

*Die Marke Speedo ist für Nordamerika und die Karibikstaaten durch Speedo International Ltd. unbefristet lizenziert.

Kontakt:

Network Public Relations • Anna Raschen • Hallerstrasse 76 • 20146 Hamburg

E-Mail: a.raschen@network-pr.de • Telefon: 040 / 450 30 6-0