

Weekday lanceert collectie met virtuele influencers

10-01-2019 11:54



Weekday heeft donderdag zijn nieuwe collectie Disconnect gelanceerd. Voor deze campagne zijn digitale influencers gecreëerd die de items laten zien.

Het H&M-label wil met de campagne aandacht vragen voor de 'enorme hoeveelheid tijd' die besteed wordt aan technologie. 'Met een humoristische benadering weerspiegelt de collectie hoe tech onderdeel is geworden van ons dagelijks leven', klinkt het. De collectie bestaat uit T-shirts met print, een hoodie en accessoires, zoals kettingen en ringen.

Steeds meer merken ontdekken cybersterren als ambassadeurs, zei trendwatcher Sander Duivestijn onlangs nog in RetailTrends. Zo drinkt hoofdpersoon Alex Hunter uit de voetbalgame FIFA een blikje Coca-Cola Zero en omarmen modelabels als Prada, Diesel, Chanel en Burberry steeds vaker digitale modellen. The Diigitals is zelfs het allereerste bureau voor digitale modellen en bedenker van de Afrikaanse Shudu Gram, het eerste virtuele supermodel ter wereld.

Door technologie en media versmelten realiteit en illusies, stelt Duivestijn. "Met andere woorden: echt en nep zijn steeds minder van elkaar te onderscheiden."

