



LifeWear

"WEAR YOUR WORLD."

**Das ist das Thema der UNIQLO UT
Frühjahr-/Sommerkollektion 2018**

Einzigartige neue Designs zeigen eine große Bandbreite beliebter Popkultur aus der ganzen Welt – von Disneys Mickey Art über das 50. Jubiläum von Japans "Weekly Shonen Jump" bis zu Ramen ist alles dabei

27. Februar 2018, Berlin, Deutschland – UNIQLO hat heute die neue UT (UNIQLO T-Shirts) Frühjahr-/Sommerkollektion vorgestellt. Die Kollektion umfasst viele verschiedene Motive moderner Popkultur aus aller Welt. Unter dem Motto "WEAR YOUR WORLD." sind die ersten Modelle bereits seit Januar in Stores und online unter UNIQLO.com erhältlich. Die UT Linie verwandelt T-Shirts in Kunst, die die Individualität und den Geschmack der Menschen, die sie tragen zum Ausdruck bringen. Die Kollektion ist ein Teil von LifeWear und verfolgt den Anspruch, Qualität und Komfort für jeden zu bieten.

Kernthemen für Frühjahr/Sommer 2018:

50-jähriges Jubiläum von "Weekly Shonen Jump"

Diese besondere Kooperation zelebriert Japans meistverkauftes und ältestes Mangamagazin mit besonders beliebten Designs. Von Dragon Ball, Captain Tsubasa, Knights of the Zodiac (Saint Seiya) über Yuyu Hakusho, One Piece bis zu Naruto und BLEACH ist alles dabei. Alle 30 Designs der Kollektion zeigen originale Illustrationen und besondere Szenen und werden die Herzen der Fans von "Weekly Shonen Jump" höher schlagen lassen.

Spezielle UTs, die Motive der weltberühmten japanischen Kultur zeigen

Die Reihe beinhaltet typische Motive japanischer Kultur. Die neuen Designs umfassen IPPUDO und Hokkaido Ramen Santoka, zwei Anbieter des typisch japanischen Soul Food Nudelgerichts, die national und international bekannt sind. Eine weitere, besondere Serie in diesem Jahr ist Karacho, die bereits im Jahr 1624 gegründet wurden. Das Atelier ist der einzige noch bestehende Produzent von Kyoto Karakami aus der Edozeit. Die traditionellen Designs wurden ursprünglich mit Magnolienholz-Druckstöcken auf besonderes Papier gedruckt, das lange für Schiebetüren und Wandschirme genutzt wurde.

Neue Motive, die weltweit beliebte Kunst und Kultur zeigen

Die diesjährige UT Reihe beinhaltet unter anderem Designs von Sanderson, einer traditionellen, britischen Wohntextilmarke, die lange Zeit königlicher Hoflieferant war und für ihre eleganten Blumenmuster bekannt ist. Die UNIQLO SPRZ NY Kollektion beinhaltet Werke von Barry McGee, einem Maler und Graffiti Künstler aus San Francisco.

Mehr von der MAGIC FOR ALL Kooperation mit Disney

UNIQLO bietet weiterhin MAGIC FOR ALL Designs an, die aus einer globalen Kooperation mit Disney Consumer Products hervorgehen. Die Kooperation verzaubert LifeWear Fashion mit Motiven von Marvel, Star Wars und Disney Pixar. Die diesjährige Kooperation beinhaltet zum ersten Mal die MICKEY ART Kollektion, mit einzigartigen Motiven von bekannten Künstlern wie Kevin Lyons und Mike Mills. Weitere exklusive Designs dieser besonderen Kooperation mit Disney sind Mickey & The Sun, die die berühmteste Maus der Welt in sommerlichen Farben zeigen.

#####

Über UNIQLO LifeWear

Bekleidung, die aus den japanischen Werten der Schlichtheit, Qualität und Langlebigkeit hervorgegangen ist. Entworfen, um zeitgemäß und der Zeit voraus zu sein. LifeWear ist gemacht mit so moderner Eleganz, dass sie zu den Bausteinen Ihres Stils wird. Ein perfektes Hemd, das immer weiter perfektioniert wird. Die durchdachtesten und modernsten Details, die sich im schlichsten Design verbergen. Das Beste in puncto Passform und Material wird erschwinglich und für alle zugänglich gemacht. LifeWear ist Bekleidung, die stets weiterentwickelt wird indem sie Menschen mehr Wärme, mehr Leichtigkeit, mehr Komfort und besseres Design im Leben schenkt.

Über UNIQLO und Fast Retailing

UNIQLO ist eine Marke von Fast Retailing Co., Ltd., einer führenden, international agierenden japanischen Unternehmensgruppe des Bekleidungs-Einzelhandels, die unter sieben Hauptmarken Kleidung entwirft, herstellt und verkauft: Comptoir des Cottonniers, GU, Helmut Lang, J Brand, Princesse tam.tam, Theory und UNIQLO. Mit einem globalen Umsatz von rund 1,8619 Billionen Yen im Geschäftsjahr 2017, welches am 31. August 2017 endete (US \$16,87 Milliarden, gerechnet in Yen mit dem Umtauschkurs von \$1 = 110,4 Yen Ende August 2017), ist Fast Retailing eines der größten Bekleidungsunternehmen der Welt, und UNIQLO ist Japans führender Fachhändler.

UNIQLO strebt kontinuierlich danach, seine Position als globale Marke weiter zu stärken, und eröffnet dazu laufend großflächige Filialen an bedeutenden Standorten weltweit. Derzeit betreibt das Unternehmen mehr als 1.900 Filialen in 19 Märkten: Japan, Australien, Belgien, China, Deutschland, Frankreich, Hongkong, Indonesien, Kanada, Malaysia, Philippinen, Russland, Singapur, Spanien, Südkorea, Taiwan, Thailand, U.K. und die USA. Zudem wurde im September 2010 das soziale Unternehmen Grameen UNIQLO in Bangladesch etabliert, welches mehrere Grameen UNIQLO Filialen in Dhaka betreibt. Im Rahmen eines integrierten Geschäftsmodells entwirft, fertigt, vermarktet und verkauft UNIQLO hochwertige Casual-Bekleidung. Nach Überzeugung des Unternehmens muss wirklich gute Bekleidung äußerst bequem sein, universelle Designs und hohe Qualität aufweisen und allen, die die Kleidung tragen, hervorragende Passform bieten.

Gemäß dem Unternehmensmotto – changing clothes, changing conventional wisdom and change the world – möchte Fast Retailing hervorragende Bekleidung mit neuen und einzigartigen Werten schaffen, die das Leben der Menschen in aller Welt bereichert. Weitere Informationen zu UNIQLO und Fast Retailing finden Sie unter www.uniqlo.com und www.fastretailing.com.

Pressekontakt PR Agentur:
Sebastian Buchner, Silk Relations
T: +49.30.84710833
E: uniqlo@silk-relations.com

Pressekontakt UNIQLO Germany:
Katharina Lensing
T: +49.172 523 9394
E: katharina.lensing@uniqlo.eu