

vor 2 Jahren

in Lifestyle und Unterhaltung

Style Statement: Beck's Gold x Firmament x Dave Little „Urban Experiences“ T-Shirt Release

(ddp direct) Beck's Gold stellt im Rahmen seiner im Herbst 2009 gestarteten Lifestyleplattform „Beck's Gold Urban Experiences“ und in Kooperation mit dem progressiven Berliner Select-Store „Firmament“ erstmals ein eigenes Designer-T-Shirt vor.

Für das Design konnte Beck's Gold den britischen Künstler und Illustrator Dave Little gewinnen, der bereits Ende der 80er-Jahre durch seine außergewöhnlichen Cover-Entwürfe u.a. für Bomb The Bass, Paul Oakenfold, Stereo MC's oder The Advent zu Weltruhm gelangte. Er flog extra für einige Tage nach New York, um sich dort die nötige Inspiration für das Design des Beck's Gold T-Shirts zu holen. Beschäftigt hat ihn hier vor allem die Kunstszene rund um Greenwich Village, die ja bereits etliche Kunststars wie Keith Haring hervorbrachte.

Basierend auf den Street-Styles der 80er Jahre, verfeinerte Little sein „Urban Experiences“-Motiv mit einer Graffiti-Camouflage-Technik, um eine Art „Urban Wallpaper“-Effekt zu erzielen. Dabei nutzte der Designer nicht nur Gestaltungsprogramme am Rechner, sondern fertigte einen Großteil des Motivs in Handarbeit. Zu sehen ist auf der Hochkant-Illustration eine besonders dichte, großstädtische Gebäudelandschaft, die mit Graffiti-Motiven und Cut-Outs versehen ist und so ein Gefühl von lebhafter, komprimierter Urbanität transportiert. Darüber schwebt als King Size Motiv das „All Seeing Eye“, eine Referenz Littles an Keith Haring und verdeutlicht zugleich den urbanen Experience-Moment, für den Beck's Gold steht.

„Das Beck's Gold T-Shirt zu designen, war ein großartiges Projekt für mich. Es war ein fantastisches Gefühl, dafür wieder einmal an mein altes Zeichenbrett zurückzukehren, denn am Computer habe ich ausschließlich den Feinschliff dafür gemacht,“ so Dave Little, der sich zudem besonders darüber freute, dass das Shirt in Kooperation mit dem Firmament-Store veröffentlicht wird – „dem besten Store in Berlin“, wie er betont.

Jörg Haas, Inhaber von Firmament und Betreiber des Szene-Blogs Beinghunted.com, ist ebenfalls von dem Projekt begeistert: „Wir haben seit letztem Sommer mit Dave eine Serie seiner alten Designs neu aufgelegt. Das sind natürlich bekannte Motive, Klassiker. Es war daher spannend zu sehen, wie Dave ein ähnliches Thema in 2009/2010 umsetzt und, – viel wichtiger, – wie das dann auf einem T-Shirt wirkt. Das Ergebnis ist super. Dave hat ein extrem gutes Gespür dafür, was nicht nur grafisch funktioniert, sondern was sich auch auf Textil übertragen lässt.“

Für Beck's Gold ist der Launch eines eigenen Designer-T-Shirts mehr als nur ein Style-Statement. Die Marke beweist seit Jahren eine große Mode- und Designkompetenz und geht mit dem Trend-Item einen weiteren Schritt in die Zukunft. Standardisiertes Merchandising war gestern, heute geht es um progressives Design, individuellen Stil und Selbstaussdruck im urbanen Umfeld: „Beck's Gold steht für Innovation, authentische Inhalte und eine enge Zusammenarbeit mit der urbanen Szene. Wir sind daher sehr glücklich, mit Firmament und Dave Little zwei Partner gefunden zu haben, die für internationale Designkompetenz stehen und den progressiven Ansatz der Beck's Gold Urban Experiences perfekt repräsentieren. Ich denke, das Ergebnis kann sich sehen lassen“, so Oliver Bartelt, Manager Communications Beck's.

Das Beck's Gold x Firmament x Dave Little „Urban Experiences“ T-Shirt erscheint in einer streng limitierten Auflage von weltweit 500 Stück und ist ab dem 25.02.2010 exklusiv bei Firmament in Berlin oder über den dazugehörigen Online-Store the-glade.com erhältlich.

Über Beck's Gold Urban Experiences

Nachdem Beck's mit dem Designwettbewerb „Becks it“ sowie der Beck's Fashion Experience bereits in der Vergangenheit sehr erfolgreich einzelne Disziplinen des urbanen Lifestyle protegert hat, baut die Marke mit der neuen Beck's Gold Urban Experiences-Plattform ihren angestammten Platz im urbanen Umfeld konsequent aus.

Durch die Kreation einer eigenen erlebbaren Plattform zusammen mit der urbanen Szene entwickelt sich die Marke Beck's Gold progressiv weiter. In enger Zusammenarbeit mit wichtigen Protagonisten des urban Lifestyle entsteht ein ganz neues, integratives Konzept, das der Zielgruppe die Möglichkeit bietet, ihren individuellen Lebensstil auszudrücken und so den Zeitgeist mit zu prägen.

Pressekontakt

Herr Oliver Bartelt

InBev Deutschland Vertriebs GmbH & Co
KG

Email: [Kontakt aufnehmen](#)

Website: <http://www.becks.de>

Telefon: 0421-5094-4854

Schlagworte



Permanenter Link

<http://www.themenportal.de/lifestyle/style-statement-beck-s-gold-x-firmament-x-dave-little-urban-experiences-t-shirt-release-28856>

Die Plattform setzt dabei auf alle Facetten des urban Lifestyle, repräsentiert und fusioniert relevante Themen und Disziplinen, die das Leben moderner Menschen bestimmen, wie beispielsweise Kunst, Mode, Design oder Film. Sie gibt keine Trends vor, sondern bietet der Zielgruppe den Raum und die Möglichkeiten, sich selbst auszudrücken und damit neue Trends zu entwickeln. „Wir orientieren uns am Zeitgeist, agieren aus der Szene heraus, binden die kreativsten Köpfe von Anfang an mit ein und generieren so im Idealfall viele neue Ideen,“ erklärt Oliver Bartelt, Manager Communications Beck's.