

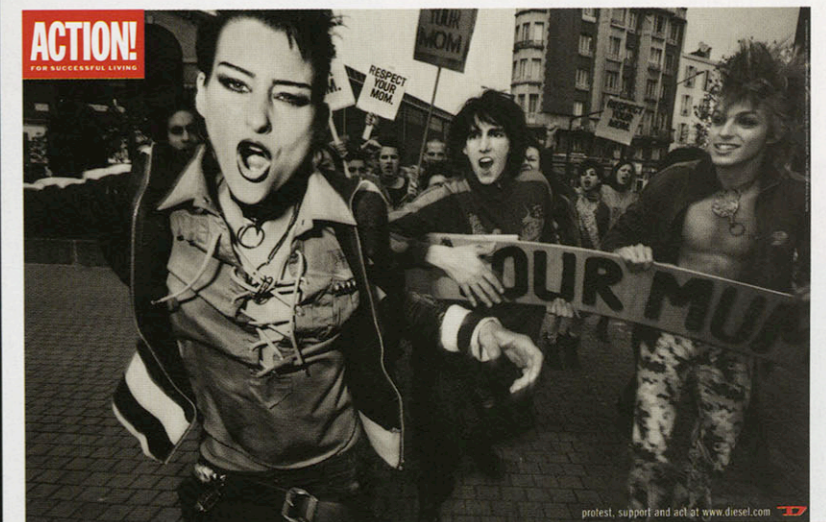
# Diesel



**Rebellion auf den Straßen von Paris ... Inszeniert hat den Aufstand die Werbeagentur KesselsKramer im Auftrag von Jeans-Anbieter Diesel. Und wer könnte die Szenerie besser einfangen als Magnum-Fotograf Karl de Keyzer?**

**E**nergiegeladen wie immer in den vergangenen Jahren präsentiert sich auch die aktuelle Kampagne des italienischen Modeanbieters. Doch abgesehen von publikumswirksamen Bildern vermittelt Diesel zudem eine nicht unbedingt an das Produkt gebundene Botschaft: „ACTION for successful living“. Wer sich auf die neue Diesel-Kampagne einlässt, wird mit starker Bildsprache, witzigem Inhalt und einer interessanten Lebenseinstellung entlohnt. Auf unterhaltsame Weise setzen die Kreativen der Amsterdamer Werbeagentur KesselsKramer den Wunsch des Auftraggebers um, die Jeans mit einer Lebensart zu verbinden. „Diesel bleibt seinem ironischen Image treu“,

so CD Erik Kessels. Und tatsächlich: Zur ernsthaften Erscheinung der Schwarzweißbilder passen die Forderungen der abgebildeten Demonstranten so gar nicht: „Befreit die Goldfische“, „Respektiere Deine Mutter“ oder „Pflanze mehr Blumen“ – die Proklamationen irritieren. Möglich wurde der groteske Kontrast durch authentische Reportagefotografie. Kein geringerer als Magnum-Fotograf Carl de Keyzer trieb das Ansinnen der Kreativen auf die Spitze. Zunächst völlig überrascht, freundete der Belgier sich rasch mit der Idee an: „Als ich hörte, was geplant war, verstand ich, warum sie mich ausgewählt hatten. Sie benötigten jemanden, der eine Demonstrationsszene ablich-



**ACTION!**  
FOR SUCCESSFUL LIVING



protest, support and act at [www.diesel.com](http://www.diesel.com)

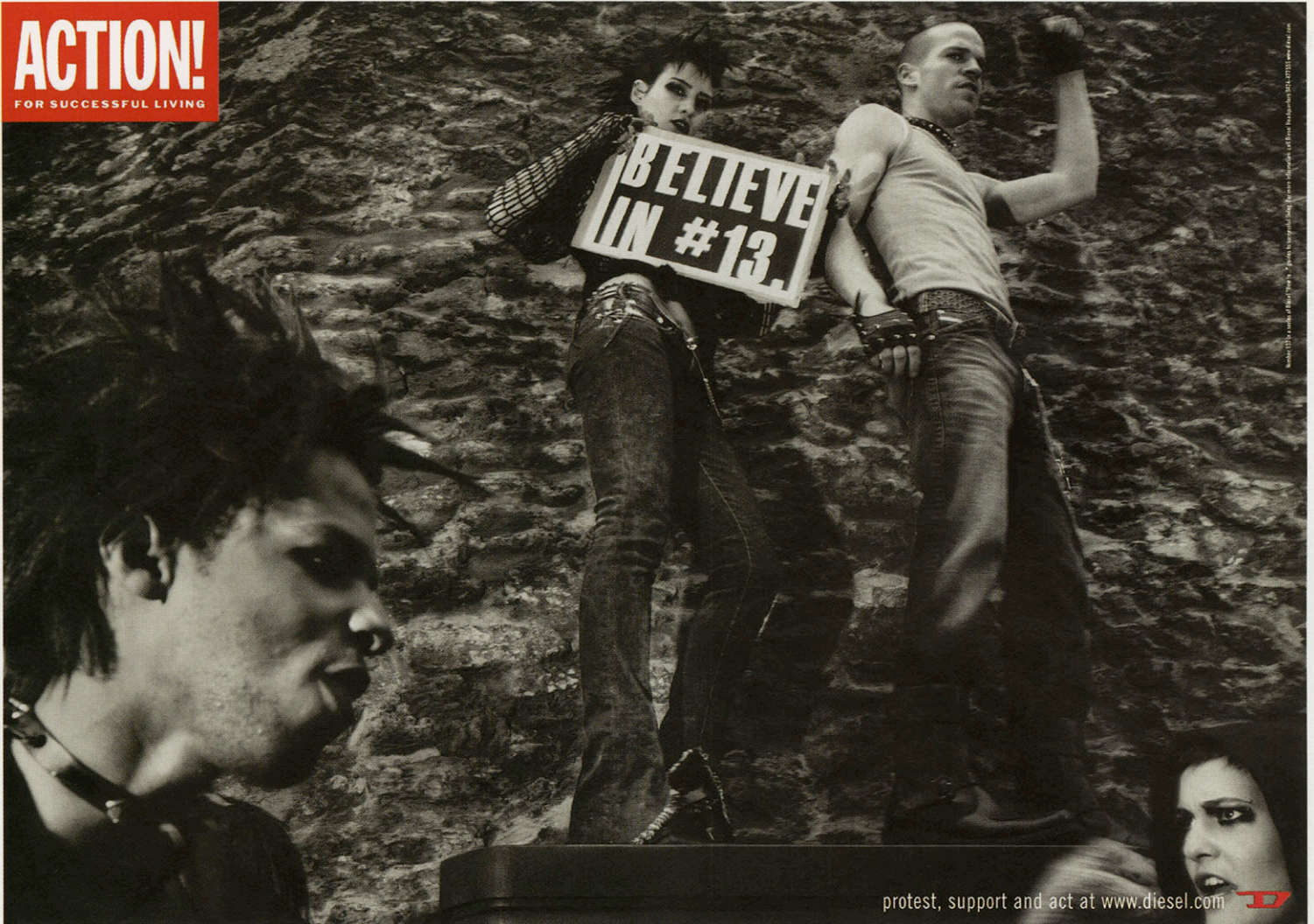
„... having an opinion means nothing  
if you don't take ACTION.“



**ACTION!**  
FOR SUCCESSFUL LIVING



protest, support and act at [www.diesel.com](http://www.diesel.com)



protest, support and act at [www.diesel.com](http://www.diesel.com)

**„Act for respect, express your opinion,  
try to make a difference ...“**



protest, support and act at [www.diesel.com](http://www.diesel.com)

ten kann. Und ich sagte: Wenn Ihr diese Art der Fotografie braucht, dann bin ich der Richtige dafür.“

Die Vorbereitungen zu den Aufnahmen an verschiedenen Orten der Großstadtmropole Paris waren umfangreich. Allein das Casting der vermeintlichen Demonstranten aus Pariser und Amsterdamer Agenturen nahm viel Zeit in Anspruch. Eine Action-Szene mit 50 Akteuren authentisch darzustellen, kostet viel Kraft für alle Beteiligten. De Keyzer trotzdem: „Es funktionierte gut, trotz des Kosten- und Zeitdrucks. Ich hatte eine Woche, alle 200 Aufnahmen zu schießen. Aber alle arbeiteten hervorragend mit, und man gab mir viel kreative Freiheit.“ Und CD Erik Kessels erklärt: „Carl ist sehr erfahren in dieser Art der Fotografie, und es war interessant, mit jemanden zu arbeiten, der normalerweise nichts mit Mode zu tun hat. Es eröffnete völlig neue, unerwartete Perspektiven.“ *Andrea Späth*