

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF THE
WORLD,
BABY!

CAMPARI CALENDAR 2012 PRESS KIT

GERMAN

Index

01_Press release	page 1
02_BTS Diary.....	page 6
03_What is it about 2012?.....	page 31
04_Milla Jovovich Biography.....	page 32
05_Dimitri Daniloff Biography.....	page 36
06_Bob Kunze-Concewitz Biography.....	page 38

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF THE
WORLD,
BABY!

PRESSEINFORMATION

„It's the end of the world, baby!“

DER CAMPARI KALENDER 2012 TROTZT DER ENDZEITSTIMMUNG MIT EINEM TOAST AUF DAS LEBEN

Mailand, Italien – 27. Oktober 2011. Heute wurde in Mailand die 13. Ausgabe des [Campari](#) Kalenders für 2012 präsentiert.

Schon der Titel überrascht: Mit „*It's the end of the world, baby!*“ interpretiert der Kalender eine uralte Vorhersage der Mayas, nach der unsere Welt in ihrer jetzigen Form am 21. Dezember 2012 aufhören wird zu existieren. Danach sagt die Prophezeiung eine Zeit des Umbruchs voraus. Ein düsteres Szenario, das Campari auf besondere Weise im Kalender beantwortet: Energiegeladen und kompromisslos, weit weg vom Mainstream. Denn statt einer düsteren Aussicht auf unbekannte Geschehnisse präsentiert Campari einen Toast auf das Leben. Dem Betrachter zeigen sich positive Perspektiven fesselnder Endzeittheorien in Form von starken, inspirierenden Bilderwelten. Im Zentrum der erstaunenden Szenerie steht Hollywood-Schauspielerin und Supermodel **Milla Jovovich**.

Der Kalender nimmt den Betrachter mit auf eine eindrucksvolle visuelle Reise. Die hypothetischen Szenen über das Ende der Welt sind dynamische Momentaufnahmen inspiriert von moderner Kinogeschichte, Mythologie und biblischen Quellen. Als Thema greift der Kalender dramatische Ereignisse wie *Verwüstung, Wirbelstürme, Invasion von Außerirdischen* oder *Meteoriteneinschläge* auf. Jovovich trägt atemberaubende Couture-Kleider und zieht den Betrachter mit ihrer furchtlosen Ausstrahlung über das Unbekannte in ihren Bann. Dabei spricht sie in jedem Bild mit Campari einen Toast auf das Leben aus!

Campari lädt dazu ein, mit Energie und Optimismus das Leben zu feiern und gemeinsam auf die leidenschaftlichen, unvergesslichen Momente anzustoßen.

Milla Jovovich zeigt sich begeistert von der Idee zum Campari Kalender 2012: „*Als Model und Schauspielerin war es eine aufregende neue Herausforderung für mich, diese möglichen Szenerien*

IT'S THE END OF THE WORLD BABY!

dramatisch und gleichzeitig anspruchsvoll umzusetzen. Am meisten faszinierte mich am Projekt die Inspiration, die dahintersteht, aber auch der positive Ansatz, das Leben zu feiern und mit Freunden und Familie darauf anzustoßen.“

Dimitri Daniloff, eine der interessantesten Persönlichkeiten im Bereich der internationalen Fotografie, setzte die 13. Ausgabe des Kalenders in Szene. Der in Paris geborene Fotograf ist eine Idealbesetzung für das Shooting einer so mystischen Geschichte. Perfekt fängt er die Stimmung jeder Szenerie ein und bannt sie mit der Kamera, um sie so Realität werden zu lassen. Die Produktion war ein komplexer und langer Prozess. Mit Spezialeffekten bekam schließlich jedes Bild dieser dynamischen Produktion ihren letzten Schliff.

Daniloff über sein Engagement: *„Ich arbeite gerne mit Konzepten, die noch nicht ausgearbeitet sind. Als Campari mit mir die Idee einer fantastischen Welt besprach, war es das perfekte Projekt für mich. Ich wollte jedes Szenario auf möglichst positive Weise zeigen. Ziel war eine surreale und sehr choreografische Inszenierung. Die Kleider, das Styling und das Set waren wichtige Bestandteile der Bildgestaltung. Manchmal war es auch nur eine aufwändige Frisur und präzises Makeup, aber am wichtigsten war Milla. Sie ist der Star des Shootings, denn sie strahlt ultimativen Glamour aus.“*

Mit Milla Jovovich ist wieder eine Frau der Star des Campari Kalenders, nachdem 2011 mit Benicio Del Toro zum ersten Mal ein männlicher Darsteller im Mittelpunkt stand. Jovovich tritt damit in die Fußstapfen von Salma Hayek, Eva Mendes und Jessica Alba, die zuvor den Campari Kalender zierten.

Bob Kunze-Concewitz, CEO der Gruppo Campari, freut sich sehr auf den Kalender 2012: *„Dieses Jahr haben wir wirklich die kreativen Grenzen ausgelotet, als wir uns für diesen fantasievollen Blick in die mögliche Zukunft entschieden haben. Wir möchten mit Campari in der Zeit des Umbruchs einen intensiven und vor allem positiven Anreiz geben, zu feiern, was auch immer passieren mag und auf das Leben anzustoßen. Mit ihrem geheimnisvollen, fesselnden Stil ist Milla die perfekte Besetzung für dieses Konzept. Gleichzeitig ist niemand besser geeignet als Dimitri, die geheimnisvollen und fantastischen Ideen in kunstvollen Bildern zum Leben zu erwecken.“*

Der Campari Kalender erscheint in einer limitierten Auflage von nur 9.999 Stück und ist nicht käuflich zu erwerben.

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF THE
WORLD,
BABY!

Das Konzept für *It's the end of the world, baby!* wurde von **Euros RSCG Milano** entwickelt. Neben Dimitri Daniloff wirkten Eric Loi und Dario Villa als Creative Directors unter der Leitung von Executive Creative Director Giovanni Porro am Projekt mit. Ausführender Produzent war **SeaSun Production**.

Weitere Informationen erhalten Sie unter:

www.campari.com
<http://www.facebook.com/campari>
www.camparigroup.com

-ENDE-

Informationen für Redakteure:

Weitere Informationen zur Geschichte und früheren Ausgaben des Campari Kalenders erhalten Sie hier:
http://www.camparigroup.com/en/press_media/image_gallery/campari_calendar_2010_download.jsp

Kontaktadresse für weitere Informationen:

Krauts PR	CAMPARI Deutschland GmbH
Susanne Radl, Verena Schmitt und Anne Huber	Heiko J. Fabian
Tel: +49 (0)89 346 966	Tel: +49 (0)89 210 37-0
Fax: +49 (0)89 346922	Fax: +49 (0)89 210 37-190
Email: campari@krauts.de	Email: heiko.fabian@campari.com

Informationen zum Campari Kalender

Der [Campari Kalender](#) hat weltweit Kultstatus. Die begrenzte internationale Auflage von nur 9.999 Stück macht ihn zu einem kleinen, luxuriösen Sammelobjekt für die wenigen glücklichen Empfänger. Der Kalender ist eine Hommage an Talente von Weltrang und Fotografen, die ihn jedes Jahr neu erschaffen.

Über Campari

Campari ist ein zeitgenössischer Klassiker. Das Rezept aus Novara ist seit 1860 unverändert und bildet für zahlreiche international namhafte Cocktails die Grundlage. Campari ist eine Spirituose auf der Basis von Bitterkräutern, aromatischen Pflanzenstoffen und Früchten in Alkohol und Wasser. Mit seiner unverwechselbaren Farbe, Aroma und Geschmack war Campari stets ein Symbol für Leidenschaft – eine Leidenschaft, die ihren Ausdruck in Verführung und Sinnlichkeit findet. Dies machte die Marke Campari als Ikone italienischen Stils und Spitzenleistung in der ganzen Welt berühmt.

Über die Gruppo Campari

Davide Campari-Milano S.p.A., zusammen mit seinen Tochtergesellschaften („Gruppo Campari“), zählt weltweit zu den bedeutendsten Unternehmen im Spirituosensektor, vertreten in über 190 Märkten mit einer führenden Position im italienischen und brasilianischen Markt und starker Präsenz in den USA und



Mitteleuropa. Die Gruppe besitzt ein umfangreiches Portfolio, das drei Segmente umfasst: Spirituosen, Weine und alkoholfreie Getränke. Das Spirituosen-Portfolio der Campari-Gruppe setzt sich zusammen aus starken internationalen Marken wie Campari, Carolans, SKYY Vodka und Wild Turkey. Ergänzt wird dieses durch führende lokale Marken wie Aperol, Cabo Wabo, Camparisoda, Cynar, Frangelico, Glen Grant, Ouzo 12, X-Rated Fusion Liqueur und Zedda Piras sowie den brasilianischen Marken Dreher, Old Eight und Drury's. Das Wein-Segment besteht aus dem weltweit bekannten Cinzano, Liebfraumilch, Odessa, Mondoro, Riccadonna, Sella & Mosca und Teruzzi & Puthod – allesamt geachtete Weine in ihrer Kategorie. Das alkoholfreie Portfolio umfasst Marken wie Crodino, Lemonsoda und dessen Line Extensions, die im italienischen Markt eine dominierende Marktposition besitzen. Die Gruppe beschäftigt über 2.200 Mitarbeiter. Die Aktien des Mutterunternehmens Davide Campari-Milano S.p.A. (Reuters CPRI.MI – Bloomberg CPR IM) sind an der Mailänder Börse notiert. www.camparigroup.com

Milla Jovovich: Biographie

Milla Jovovich konnte sich erfolgreich als international angesehenes Model und Schauspielerin etablieren. Den Übergang zur Schauspielerei vollzog Jovovich, die schon in über zwei Dutzend Filmen mitspielte, ohne Schwierigkeiten. Jovovich wurde mit elf Jahren vom Fotografen Richard Avedon entdeckt, der sie für Revlons Werbekampagne „Most Unforgettable Women in the World“ ablichtete. Seitdem erschien Jovovich in Hunderten von Zeitschriften und auf Dutzenden Titelseiten. 1994 brachte sie ihr Folkalbum „The Divine Comedy“ heraus, das von der Kritik gelobt wurde. Jovovich ließ sich von ihrer Liebe zu „Elfen und magischen Bäumen“ inspirieren. Sie schrieb die Texte mit 15 und war erst 16, als sie das Album aufnahm. Gerade verkörpert sie die Milady de Winter in „Die drei Musketiere (3D)“. Zur internationalen Besetzung gehören auch Christoph Waltz, Matthew Macfadyen, Mads Mikkelsen und Juno Temple. Aktuell zeigt Summit Entertainment den Film in den Kinos.

Dimitri Daniloff: Biographie

Dimitri Daniloff, Jahrgang 1970, entdeckte seine Liebe zur Fotografie eher zufällig während seines naturwissenschaftlichen Studiums, als ein Freund ihm einen Fotoapparat schenkte. „Für mich war das eine Offenbarung“, erinnert sich Daniloff gerne zurück. Er brauchte nur einen Tag des Experimentierens, um seine große Leidenschaft für die Fotografie zu entdecken. Daniloff brach sofort sein Studium ab und begann eine Ausbildung zum Fotografen. Nach seiner Lehre arbeitete er als Fotoassistent und reiste dabei durch Europa und die Vereinigten Staaten, bis er sich 1998 als Fotograf selbstständig machte.

Daniloffs Obsession ist das Leben im Jetzt, das die Zukunft vorwegnimmt. Seine „Kubismus“-Serie spiegelt diesen futuristischen Ansatz wider. Er überschreitet darin die Grenzen des Bildes, erfindet sie neu und erweitert den Rahmen des Machbaren. Seine Schaffenskraft zeigt sich in gekonnten Verzerrungen und Manipulationen, die ihn in der Welt der zeitgenössischen Fotografie berühmt gemacht haben.

Seine digitale Ästhetik hat Daniloff für die Werbefotografie angepasst, um so eine Neuausrichtung in einem Bereich zu fördern, der seiner Ansicht nach mit dem Beginn des 21. Jahrhunderts in eine Krise geraten ist. Er arbeitet ständig an neuen Möglichkeiten visueller Täuschung, die den Betrachter blenden und faszinieren.

2003 wurde der Franzose für seine Arbeit an der Playstation-Kampagne mit dem Goldenen Löwen ausgezeichnet. Im selben Jahr stellte das Musée des Arts Décoratifs des Louvre in Paris Daniloffs Fotografien als Repräsentanten der neuen Generation von Fotografen aus.

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF THE
WORLD,
BABY!

Hinter den Kulissen Tagebuch vom Set

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF THE
WORLD,
BABY!

Page 5 of 18

Es war einmal – die Welt.

Der Anfang eines Science-Fiction-Romans?

Nein.

***Nach einer uralten Maya-Prophezeiung
endet die Zeitrechnung am 21. Dezember 2012.***

Das Ende der Welt.

Wird die Welt in einem schrecklichen Unwetter untergehen? Durch eine Alien-Invasion?

Einen Vulkanausbruch?

Keiner weiß es.

Doch was nutzt es, sich in Sorgen zu verzehren?

Das Einzige, was man tun kann, ist hungrig zu bleiben.

Hungrig auf Emotionen, Leidenschaft, das Leben.

Jeden Moment intensiv auszuleben

und sich von der Schönheit eines jeden Tages überwältigen zu lassen.

Das Jetzt zu feiern.

Dies ist der Prolog zu einer Geschichte in epischen Bildern.

Unter dem Titel ***It's the end of the world, baby!*** schöpft der diesjährige Campari Kalender seine Inspiration aus der Aufregung um die uralte Maya-Prophezeiung, dass die Welt, wie wir sie kennen, am 21. Dezember 2012 endet und uns tiefgreifende Umwälzungen bevorstehen. Camparis Reaktion auf diese düstere Vorstellung ist es, der allgemeinen Panikmache eine energiegeladene positive Vision gegenüberzustellen. Diese Vision wurde von Dimitri Daniloff in verschiedenen naturnahen und fantastischen Szenen umgesetzt, mit der Naturgewalt Milla Jovovich als Protagonistin, die einen Toast auf das Leben ausbringt.

Diese Lebensfreude blitzte beim Shooting für den Kalender 2012 immer wieder durch. Während des Shootings in Paris, mit einer der größten Crews für einen Campari Kalender aller Zeiten und in einem aufwändigen Set, waren alle Beteiligten vom ersten bis zum letzten Bild mit Leidenschaft und Engagement bei der Sache.

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF
THE
WORLD,
BABY!

Page 6 of 18

TAG 1 – September



Milla lehnt sich verführerisch mit einem Glas Campari zurück, eingeschlossen in ein fließendes Kleid aus Eis. Die Erde gefriert in einer neuen **Eiszeit**. Aber *lässt sich die Leidenschaft durch eine drohende neue Eiszeit abkühlen?*

Shooting: Zunächst bereitet Fotograf Daniloff das Licht und sein Equipment vor, um das Grundelement des ersten Bilds, eine atemberaubende Eisskulptur, einzufangen. Dieses Kunstwerk aus zehn großen Eisblöcken von je 120 kg Gewicht entstand unter den Händen des international ausgezeichneten Künstlers [Steve Armanca](#). Das Shooting begann früh am Morgen. Es dauerte über 6 Stunden, bis das Frauenmodell fertiggestellt war. Die Skulptur enthält eine Flasche Campari, handgefertigt von Walter Saro, Spezialist für Cocktail-Effekte.

Campari: [Americano](#) und Campari-Flasche

FASHION

Campari -Kalenderbild: Lackschuhe: Walter Steiger

Bilder hinter den Kulissen: Trägerloses Kleid: Paule Ka / Lackschuhe: Walter Steiger / Ring und Couture-Halskette Swarovski

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF
THE
WORLD
BABY!

TAG 1 – Januar



Eine seidige, **fließende Welle** türmt sich hinter Milla auf, bereit, alles unter sich zu begraben. *Nicht alle Riesenwellen kommen aus dem Meer.*

Shooting: Das zweite Foto des Tages zeigt eine Welle aus tiefblauem Satinstoff, die eine Verlängerung von Millas Kleid ist und die Kraft des Wassers versinnbildlicht. Während das Set umgebaut wird, bekommt Milla ein neues Styling, ebenso sexy wie das erste. Milla trägt eine Lockenperücke in ihrer Haarfarbe. Die langen Locken wehen im Wind vor der sich auftürmenden „Welle“ aus 10 Metern Stoff – ein fantastischer Anblick.

Campari: Campari-Flasche

FASHION

Kleid: Yann Weber / Glitzerschuhe: Walter Steiger / Kette und Haarspange: Swarovski

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF
THE
WORLD
BABY!

Page 8 of 18

TAG 1 – Dezember



Milla im Zentrum einer **Explosion**, die neue Welten und neue Möglichkeiten schafft. *Genau wie der Urknall kann eine Explosion auch Leben erschaffen, nicht nur zerstören.*

Shooting: Für das letzte Bild des Tages trägt Milla ein 7 kg schweres Kleid von Swarovski. Die Kristalle dienen lediglich dazu, einen Glitzereffekt zu erzeugen, damit das Kleid im endgültigen Foto nicht zu sehen ist. An seiner Stelle baut Daniloff später aus verschiedenen Schichten das explosive fertige Foto auf. Milla trug ihren Teil Explosivität bei, während sie sich energiegeladen mit extrahoher Touprierfrisur und auffälligem Make-up zum Beat energiegeladener Musik bewegte.

FASHION

Bilder hinter den Kulissen: Kleid: Swarovski

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF
THE
WORLD!
BABY!

Page 9 of 18

TAG 2 – Juli



Rotes Licht bricht aus Milla hervor wie bei einem ausbrechenden **Vulkan**. *In jedem von uns steckt ein Vulkan. Lassen wir ihn ausbrechen.*

Shooting: Hervé Sauvage und sein talentiertes Team haben zusammen mit dem Stylisten Yann Weber ein wunderschönes Set geschaffen, in dem Milla Teil eines brodelnden Vulkans wird. In Anspielung auf die „Red Passion of Campari“ trägt Milla ein ausladendes Kleid mit roten Glitzersteinen, das die Hitze und Macht des Vulkans widerspiegelt. Das Thema setzt sich auch in ihren Haaren und ihrem Make-up fort: Schwarze Smokey Eyes und knallrote Lippen sorgen für einen dramatischen Look. Wie bei allen Fotos im Campari Kalender 2012 trägt jedes kleine Detail zum Gesamtbild bei, den letzten Touch verleiht die Postproduktion. In diesem Fall wurde die Dramatik der Szene durch Rauchsäulen eines explodierenden Vulkans im Hintergrund ergänzt.

Campari: [Campari Orange Passion](#)

FASHION

Kleid: Yann Weber / Ring und Ohrringe: Swarovski

TAG 2 – August



Milla reckt sich mit Campari zum Himmel und lässt einen **Energieblitz** auf die Welt herabfahren. *Ein überraschender Blitz schockiert besonders stark.*

Shooting: Für das zweite Foto des Tages hatte Setdesigner Hervé ein aufregendes Kunstwerk als Hintergrund für die Szene geschaffen. Aus einer zehn Meter langen und breiten tiefschwarzen Papierbahn wurden die feinen Umrissse eines Blitzes ausgeschnitten. Der eigentliche Effekt wurde durch ein hellgelbes Licht erzeugt, das die Wand von hinten beschien. So entstand der Eindruck eines echten Blitzes, der durch das Bild zuckt. Milla trug ein passend zur Szene geschneidertes Kleid, dessen extrem weicher, glänzender Stoff in intensivem Schwarz mit dem Nachthimmel verschmilzt. Millas dramatische Frisur trägt ebenfalls zur elektrisierenden Szene bei.

Campari: Campari-Flasche

FASHION

Kleid: Yann Weber / Schwarze, strassbesetzte Sandalen: René Caovilla / Pandora-Kette und Pavé-Armband aus Weißgold mit Diamanten: Messika

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF
THE
WORLD
BABY!

Page 11 of 18

TAG 3 – April



Als **außerirdische Göttin** hält Milla die Erde in der einen Hand, einen Campari in der anderen. *Der Beweis für eine Alien-Invasion: Frauen kommen aus einer anderen Welt.*

Shooting: Die Vorarbeiten für dieses Foto waren recht einfach, ebenso wie die Frisur. Das perfekte erste Foto des Tages. Milla trägt ein mit edlen Steinen verziertes, weinrotes Kleid von Stéphane Rolland und posiert vor einem einfach gehaltenen Set mit neutralem Hintergrund auf einem Boden aus rotem Staub für das Element Erde. Milla hält die Welt in Form eines glänzenden roten Globus in einer ihrer Hände, mit zwei anderen gießt sie sich einen Campari ein.

Campari: [Campari On The Rocks](#) und Campari-Flasche

FASHION

Weinrotes, langes Radzimir-Kleid und Lederhandschuhe: Stéphane Rolland

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF
THE
WORLD!
BABY!

Page 12 of 18

TAG 3 – März



Milla erblüht aus der **ausgedörrten Erde** und entdeckt Campari, um ihren Durst zu stillen. *Manche Schönheiten können sogar in der Wüste erblühen.*

Shooting: Wieder ein komplexes Set: Jedes Teil der Wüste wurde einzeln modelliert, eingefärbt und zu einem Wüstenboden zusammengesetzt. Zum farblichen Ausgleich trägt Milla ein weich strukturiertes senfelfarbenes Kleid von Stéphane Rolland sowie eleganten Vintage-Schmuck von Paco Rabanne.

Campari: [Campari Mojito](#)

FASHION

Langes Kleid aus handbemaltem saffranfarbenem gecrashtem Organza: Stéphane Rolland/ Strasskette: Paco Rabanne

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF
THE
WORLD,
BABY!

Page 13 of 18

TAG 3 – Februar



Eine resolute und dynamische Milla **inmitten des Sturms** bahnt sich ihren Weg durch den Tornado. *Nicht umsonst tragen Hurrikans oft Frauennamen.*

Shooting: Das letzte Foto des Tages mit einer wirklich beeindruckenden Frisur: Milla wird zu einer Naturgewalt. Mithilfe einer ausladenden Perücke verwandelt der Stylist Millas Haare in einen Sturm. Der verschwommene Effekt im Bild entstand durch speziell eingefärbte Platten im Hintergrund, die den Eindruck der Bewegung im Foto verstärken.

Campari: [Campari Shakerato](#)

FASHION

Campari-Kalenderbild: Federkleid: Izmaylova / Weißgold-Diamantring: Vhernier

Bilder hinter den Kulissen: Weißgold-Diamantring: Vhernier

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF
THE
WORLD!
BABY!

Page 11 of 18

Tag 4 – November



Milla mit einem Campari Spritz sprüht vor Leben und Leidenschaft, während sich die **Welt um sie immer weiter aufheizt**. *Es gibt mehrere Gründe für steigende Temperaturen.*

Shooting: In diesem Foto trägt Milla ein Kleid, das mit ihr zu verschmelzen scheint. Auch ihre Haare wurden mit einem speziellen Material so gestylt, dass sie vor Hitze zu zerschmelzen scheinen. Auch ohne Sonne wird es am Set ganz schön heiß. (Eine gute Entschuldigung, um sich einen Campari-Cocktail zu genehmigen.)

Campari: [Campari Spritz](#)

FASHION

Beschichtetes Satinkleid und Handschuhe: Yann Weber / Dornenkette aus Seide, schwarzem Gold, mit weißen Diamanten: Messika

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF
THE
WORLD!
BABY!

Page 15 of 18

TAG 4 – Oktober



Milla streift mit einer Flasche Campari **als lodernder Stern über den Nachthimmel**. *Manchmal sollte man es auf einen Zusammenstoß mit einer kosmischen Gewalt ankommen lassen.*

Shooting: Dieses Foto war recht schnell im Kasten. Doch der Effekt des im Halbdunkeln aufgenommenen Sets ist erstaunlich. Millas am Scheitel glitzernde Haare liegen eng am Kopf an. Das erste Foto ist auch ohne jede Nachbearbeitung bereits überirdisch. Im endgültigen Bild bestehen Millas Haare aus echtem Campari. Die rote Welle nahm Daniloff separat auf.

Campari: Campari-Flasche

FASHION

Glitzertop: Manish Arora / Roségold-Ring: Vhernier

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF
THE
WORLD!
BABY!

Page 116 of 118

TAG 4 – Mai



Milla ersteht wie Phoenix aus der Asche aus den **Trümmern** der Welt. *Ein Paar Augen kann mehr Schaden anrichten als jede Umweltverschmutzung.*

Shooting: Der Setdesigner und sein Team beginnen schon früh mit der Vorbereitung des Set-Hintergrunds aus Papierschnitzeln. Der hellrote Campari sticht in diesem Bild neben Millas aufregendem Hairstyle und Make-up markant hervor.

Campari: [Negroni Sbagliato](#)

FASHION

Langes schwarzes Satinkrepp-Strickkleid verhüllt in schwarzem Organza mit schwarzen Organzablättern:
Stéphane Rolland / Pavé-Diamantarmband: Messika

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF
THE
WORLD
BABY!

Page 17 of 18

TAG 4 – Juni



Eine Campari-Flaschenpost schwimmt an Milla vorbei, die aus ihrem Kleid auftaucht wie aus wilden **Sturmfluten**. *Eines kann keine Flut vernichten: die Beharrlichkeit einer Frau.*

Shooting: Wieder haben Setdesigner und Stylist in enger Zusammenarbeit ein perfektes Zusammenspiel zwischen Set und Millas Kleid geschaffen. Hierzu arbeiteten beide mit derselben blaugrünen Wolle, die Millas Körper wie Wasser umfließt. Millas Haare wurden mit Wasser übergossen, sodass die Tropfen bei jeder ihrer Bewegungen glitzerten und den Effekt noch verstärkten. Für den Effekt fließenden Wassers im Hintergrund wurde ein künstlicher Wasserfall im Studio gebaut, den Daniloff in das endgültige Bild integrierte.

Campari: Campari-Flasche

FASHION

Kleid: Yann Weber / Roségold-Kette und Armband: Vhernier

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF
THE
WORLD!
BABY!

Page 18 of 18

TAG 4 – Rückseite



Eine majestätische Milla schreitet unaufhaltsam in die Zukunft, umgeben von **feurigen** orangen Stoffbahnen aus Seide. *So manches Feuer kann niemand löschen.*

Shooting: Der letzte Tag am Set für Milla, aber nicht für die übrigen Mitglieder der Crew, die mit der Zusammenstellung weiterer Ebenen für die Fotos noch mehrere Tage beschäftigt sein werden. Es waren lange, anstrengende Tage, die man der Crew ansieht, aber noch einmal werden alle Kräfte mobilisiert. Das letzte Kleid der Serie ist noch einmal beeindruckend: Milla scheint darin in Flammen zu stehen. Das Shooting endet ganz typisch mit dem Grundthema der gesamten Serie: der Heldin, die auf das Leben anstößt.

Campari: [Campari Orange](#)

FASHION

Brandyfarbener Overall aus Seidensatinkrepp: Stéphane Rolland / Strasssandalen: René Caovilla / Ohringe und Ring aus Roségold mit Carneol: Vhernier

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF
THE
WORLD
BABY!

Page 19 of 18

***Stoßen wir an!
Auf eine neue Welt,
auf ein neues Jahr, in dem wir uns wieder vom Leben verzaubern lassen.
Prost!***

– Ende –

AMERICANO*

3 cl Campari

3 cl Vermouth Rosso

Sodawasser zum Auffüllen

Alle Zutaten in ein mit Eis gefülltes Glas gießen. Mit einer Orangenscheibe garnieren. Campari empfiehlt Cinzano Rosso.

Glastipp: Highball

Hinweis: Der berühmte Americano wurde in Mailand erfunden, wo er *Milano-Torino* genannt wurde, als Tribut auf seine beiden Hauptzutaten. Er wurde in „Americano“ umbenannt, nachdem er während der Prohibition besonders bei amerikanischen Touristen beliebt wurde.

* Offizieller Cocktail der IBA (International Bartending Association). IBA-Cocktails werden auf der ganzen Welt nach diesem Originalrezept zubereitet.



NEGRONI *

2 cl Campari

2 cl Vermouth Rosso

2 cl Gin

Alle Zutaten in einen Tumbler mit einigen Eiswürfeln gießen. Mit einer Orangenscheibe garnieren. Campari empfiehlt Cinzano Rosso.

Glastipp: Kleiner Tumbler

* Offizieller Cocktail der IBA (International Bartending Association). IBA-Cocktails werden auf der ganzen Welt nach diesem Originalrezept zubereitet.



NEGRONI SBAGLIATO

Eine bei Fans des klassischen Negroni ebenfalls beliebte Variante. Ideal für alle, die ein gewisses "Prickeln" ohne zu starke Geschmackskomponenten mögen.

3 cl Campari

3 cl Vermouth Rosso

Prosecco oder Spumante zum Auffüllen

Alle Zutaten in einen Tumbler mit einigen Eiswürfeln gießen. Mit einer Orangenscheibe garnieren. Campari empfiehlt Cinzano Rosso und Cinzano Pinot Chardonnay.

Glastipp: Highball

Hinweis: Der Negroni Sbagliato, eine Variante des klassischen Negroni, ist inzwischen genauso bekannt wie das Original. Der Gin wird hierbei durch Prosecco ersetzt. Die Variante ist leichter als das Original. Sie wurde in der traditionellen Mailänder „Bar Basso“ erfunden.



SHAKEN CAMPARI

6 cl Campari

Eis

Campari schütteln und in ein eisgekühltes Cocktailglas gießen.

Glastipp: Cocktailglas



CAMPARI ON THE ROCKS

6 cl Campari

Den Campari in ein mit Eis gefülltes Glas gießen.

Glastipp: Kleiner Tumbler



CAMPARI ORANGE

4 cl Campari

Orangensaft zum Auffüllen

Campari und Orangensaft direkt ins Glas gießen.

Glastipp: Saftglas

Hinweis: Der Campari Orange oder **Garibaldi** ist einer der ältesten und bekanntesten Cocktails überhaupt. Er besteht aus Campari und Orangensaft. Er kann als Aperitif oder als Longdrink genossen werden. Sein Name ist ein Tribut an den italienischen Nationalhelden Giuseppe Garibaldi – wobei das Rot des Camparis an seine rote Jacke erinnert und das Orange für seine Landung in Sizilien steht.



CAMPARI MOJITO

4 cl Campari
½ Limette
frische Minze
2 TL Rohrzucker
1 Spritzer Sodawasser

Glastipp: Saftglas

Limette in Stücke schneiden, mit dem Zucker in ein Glas geben. Zerstoßen, bis sich der Zucker gelöst hat. Einige Minzblätter hinzugeben und leicht zerdrücken. Glas mit zerstoßenem Eis auffüllen. Mit Campari und einem Spritzer Sodawasser auffüllen und umrühren. Mit einem Zweig Minze garnieren.

Hinweis: Campari Mojito ist auch als **Italian Mojito** bekannt.



CAMPARI ORANGE PASSION

4 cl Campari
2 Orangenscheiben
1 Barlöffel Rohrzucker
Orangensaft
Zerstoßenes Eis

Glastipp: Großer Tumbler (Saftglas)

Getränk in einem hohen Glas zubereiten. Orange mit braunem Zucker im Glas zerdrücken, zerstoßenes Eis hinzufügen, mit Campari und Orangensaft auffüllen und leicht umrühren. Mit einer Cocktailkirsche garnieren.



CAMPARI SPRITZ

9 cl Cinzano Prosecco

4 cl Campari

1 Spritzer Sodawasser

Eis und eine Orangenscheibe

Glastipp: (Highball-Glas) Tumbler oder großes Ballon-/Weinglas

Eis und eine Orangenscheibe ins Glas geben, mit Prosecco und Campari auffüllen und einen Spritzer Sodawasser hinzufügen.



CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF THE
WORLD
BABY!

It's the End of the World Baby! Was hat es mit dem Jahr 2012 auf sich?

2012 ist ein ganz besonderes Jahr: Vielen Prophezeiungen zufolge ist es das Jahr globaler Veränderungen, die das Ende der Welt - so wie wir sie kennen - mit sich bringen. Von den alten Maya bis zu New-Age-Anhängern glauben viele Menschen, dass am 21. Dezember 2012 eine Zeit des Wandels beginnt. Wie dieser Wandel aussehen und was er bedeuten wird, darüber wird weltweit noch gestritten. Viele sind überzeugt, dass es eine Veränderung zum Guten sein wird. Dieser positiven, lebensbejahenden Einstellung folgt auch Campari mit seinem Kalender 2012. Campari hebt die Cocktailgläser, um auf das Leben anzustoßen – ohne Rücksicht auf all die Theorien über das nahe Ende der Welt.

Doch welche Annahmen kursieren überhaupt? Folgende Beispiele der zahlreichen, faszinierenden, spannenden oder auch irrwitzigen Vorstellungen und Voraussagen zum Weltuntergang geben einen kleinen Einblick:

Maya-Kalender

Die Tatsache, dass die „Lange Zählung“ des Maya-Kalender am 21. Dezember 2012 unvermittelt abbricht, wurde von manchen als Prophezeiung über das Ende eines Zeitalters und vielleicht sogar der Welt gedeutet. Die Botschaft der Maya hat damit zu tun, welche Entscheidung wir über den Eintritt in die Zukunft treffen. Demnach könnte es sich hier um eine Übergangszeit von einem Weltzeitalter ins nächste handeln.

Polsprung

Eine weitere Vorstellung in Verbindung mit 2012 hat mit einem „Polsprung“, also einer Umkehrung des Magnetfelds der Erde zu tun. Diese könnte möglicherweise durch eine massive Sonneneruption ausgelöst werden, deren Energieausstoß dem von 100 Milliarden Atombomben entspricht. Diese Annahme wird angeblich durch die Beobachtung gestützt, dass das Magnetfeld der Erde schwächer wird - ein Phänomen, das einer Umkehrung des Magnetfelds – dem Polsprung – vorausgehen könnte.

Planet X/Nibiru

Einige Anhänger der Theorie, dass die Erde 2012 untergeht, vertreten die Ansicht, dass ein bislang unentdeckter Planet mit Namen Planet X bzw. Nibiru in diesem Jahr mit der Erde zusammenstoßen oder an ihr vorbeiziehen wird. Diese Idee taucht seit 1995 in verschiedenen Foren auf. Ursprünglich war dieser Vorfall für das Jahr 2003 vorhergesagt, doch wurde der Termin verschoben, da 2003 ohne

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF THE
WORLD
BABY!

besondere Vorkommnisse verstrich. Ihren Ursprung hat diese Vorstellung in behaupteten „Channelings“ von Außerirdischen. Sie wird allgemein eher verspottet.

Kali Yuga

Der Guru Kalki Bhagavan propagiert in Indien, dass 2012 der Zeitpunkt für die Erleuchtung der Menschheit gekommen sei. Mehr als 15 Millionen Menschen halten Bhagavan für die Inkarnation des Gottes Vishnu und glauben, dass 2012 das Ende des Kali Yuga eintritt, des Zeitalters des Verderbens.

Bugarach

Im französischen Ort Bugarach finden sich zunehmend esoterische Besucher ein, Mystikanhänger, die davon überzeugt sind, dass der örtliche Berg Pic de Bugarach der ideale Ort ist, um den Wandel, den 2012 mit sich bringt, zu überstehen. 2011 äußerte der Bürgermeister des Orts, Jean-Pierre Delord, gegenüber internationalen Medien Befürchtungen, dass die kleine Stadt 2012 von einem Besucheransturm überrollt werden könnte, und deutete sogar an, militärische Unterstützung anfordern zu wollen.

Das I Ging

Das I Ging, auch bekannt als Buch der Veränderung, ist einer der ältesten klassischen Texte Chinas. Es wird seit über 5.000 Jahren als Entscheidungshilfe und zur Zukunftsbefragung eingesetzt. In ihrem Buch *The Invisible Landscape* interpretieren die Brüder McKenna das I Ging und kommen auf das Enddatum 2012, indem sie Fraktale einsetzen – geometrische Muster, die einen hohen Grad an Skaleninvarianz aufweisen und sich von klassischen geometrischen Figuren unterscheiden.

Supervulkan

Einige Menschen machen sich Sorgen wegen der so genannten Super-Caldera unter dem Yellowstone-Park in den USA. Sie glauben, dass das Ende der Welt durch einen riesigen Vulkanausbruch ausgelöst wird, der größer ist als alle Vulkanausbrüche der Menschheitsgeschichte. Zu einer solchen Eruption würde es kommen, wenn Magma in die Erdkruste aufsteigt, aber nicht durchbrechen kann. Dieser Theorie zufolge, würden durch ein solches Ereignis Millionen Tonnen Erdmassen und giftige Gase in die Atmosphäre geschleudert. Dadurch würde die Welt in einen so genannten nuklearen Winter gestürzt werden, auf den eine neue Eiszeit folgt. Schlimmstenfalls würde ein solcher Ausbruch jegliches Leben auf Teilen der Erde oder auf dem gesamten Planeten auslöschen.



MILLA JOVOVICH

Biographie

Milla Jovovich („Jo-wo-witsch“ ausgesprochen) konnte sich erfolgreich als international angesehenes Model und Schauspielerin etablieren. Den Übergang zur Schauspielerei vollzog Jovovich, die schon in über zwei Dutzend Filmen mitspielte, ohne Schwierigkeiten.

Gerade verkörpert sie die Milady de Winter in „Die drei Musketiere (3D)“. Zur internationalen Besetzung gehören auch Christoph Waltz, Matthew Macfadyen, Mads Mikkelsen und Juno Temple. Aktuell zeigt Summit Entertainment den Film in den Kinos.

Als Star der „Resident Evil“-Reihe (produziert von Sony Screen Gems) spielt Jovovich bereits zum vierten Mal die Rolle der Alice. In „Resident Evil: Afterlife“ versucht Alice die Überlebenden einer Virusepidemie davor zu retten, Opfer von *Untoten* zu werden. Paul W.S. Anderson schrieb das Drehbuch und führte Regie. Der Film kam am 10. September 2010 in die Kinos und spielte weltweit mehr als 295 Millionen US-Dollar ein.

Im Oktober 2010 war Jovovich an der Seite von Oscar-Preisträger Robert DeNiro und dem Oscar-nominierten Edward Norton in „Stone“ zu sehen. Jovovich spielt die Ehefrau eines verurteilten Brandstifters (Edward Norton), der in ein psychologisches Katz-und-Maus-Spiel mit seinem Bewährungshelfer (Robert De Niro) verstrickt ist. Regie des von Overture produzierten Films führte John Curran.

Der russischsprachige Film „Vykrutasy“ vom Februar 2011 sprang sofort auf den ersten Platz der russischen Kinocharts. Ein Lehrer aus einer russischen Kleinstadt verliebt sich in eine schöne Moskauerin (Jovovich), die bereits mit einem anderen Mann verlobt ist. Levan Gabriadze führte Regie, während Timur Bekmambetov den Film produzierte. Weitere Darsteller sind Konstantin Khabenskiy und Ivan Urgant.

Jovovich drehte gerade zwei Independent-Filme ab, darunter der psychologische Thriller „Faces in the Crowd“. Eine Frau (Jovovich) überlebt nur knapp den Angriff eines Serienkillers. Als sie im Krankenhaus mit einer Kopfverletzung aufwacht, leidet sie an „Gesichts-Blindheit“ (Prosopagnosie). Da sie nicht mehr in der Lage ist, Gesichter zu erkennen, muss sie sich in einer Welt zurecht finden, in der sich Gesichtszüge jedes Mal verändern, sobald sie sie aus den Augen verliert. Währenddessen kommt der Killer ihr immer näher, fest entschlossen, die mögliche Zeugin zu beseitigen. Co-Star ist Julian McMahon. In „Dirty Girl“ spielt Jovovich an der Seite von William H. Macy und Juno Temple. „Dirty Girl“ ist eine Komödie, in der es um die Suche nach Identität und

IT'S THE END OF THE WORLD, BABY!

die erlösende Kraft von unerwarteter Freundschaft geht. Danielle (Temple) ist das verdorbene Mädchen an der Norman High School. Als Danielle wegen schlechten Benehmens zum Strafunterricht muss, tut sie sich mit einer unschuldigen Naiven zusammen, die noch vor ihrem Coming-out steht. Zusammen begeben sie sich auf einen Roadtrip und finden sich selbst und zueinander über eine witzige und bezaubernde Freundschaft. Abe Sylvia schrieb das Drehbuch und führte Regie. Produziert wurde der Film, der am 5. August 2011 in die Kinos kommt, von der Weinstein Company.

Im Juli 2010 übernimmt Jovovich die Titelrolle in „Bringing Up Bobby“, dem Regiedebüt von Schauspielerin Famke Janssen. „Bringing Up Bobby“ ist die Geschichte einer Hochstaplerin aus Europa (Jovovich) und ihrem Sohn Bobby. In Oklahoma versuchen sie, ihrer Vergangenheit zu entfliehen und sich eine bessere Zukunft aufzubauen. Unbekümmert schmeicheln sich Olive und Bobby von einem Abenteuer zum nächsten, bis Olives kriminelle Vergangenheit sie einholt. Sie steht vor einer Entscheidung: Entweder macht sie mit ihrem kriminellen Leben weiter wie bisher oder sie verlässt den Menschen, den sie am meisten liebt, um Bobby die Chance auf ein anständiges Leben zu ermöglichen.

Jovovich wurde mit elf Jahren vom Fotografen Richard Avedon entdeckt, der sie für Revlons Werbekampagne „Most Unforgettable Women in the World“ ablichtete. Im Oktober 1987 war sie auf dem Titel der italienischen Modezeitschrift *Lei* abgelichtet, ihr erstes von vielen Titelbildern. 1988 unterschrieb Jovovich ihren ersten Vertrag als professionelles Model.

Jovovich erschien in Hunderten von Zeitschriften und auf Dutzenden Titelseiten. Sie war in Anzeigenkampagnen für zahlreiche Marken zu sehen, darunter Banana Republic, Christian Dior, Damiani, Donna Karan, Gap, Versace, Mango und Etro. Seit 1998 ist Jovovich das internationale Gesicht für L'Oréal Kosmetik. Zusätzlich zu den Kampagnen für L'Oréal war Jovovich in jüngster Zeit bei ICB, Ann Taylor und Mercedes-Benz unter Vertrag.

Jovovichs frühe Modelaufträge führten zur Schauspielerei und 1988 spielte sie ihre erste Filmrolle im Romantikthriller „Fesseln der Leidenschaft“ (Originaltitel „Two Moon Junction“). Ihre erste Hauptrolle übernahm sie 1991 in „Rückkehr zur blauen Lagune“ („Return to the Blue Lagoon“), wofür sie als „Best Young Actress Starring in a Motion Picture“ für einen Young Artist Award nominiert wurde. Zur gleichen Zeit trat sie in einigen TV-Shows auf und drehte die Filme „Ein Kerl zum Schießen“ („Kuffs“, 1992), „Chaplin“ (1992) und „Confusion – Sommer der Ausgeflipten“ („Dazed and Confused“, 1993).

Milla Jovovichs Durchbruch kam mit der Rolle der Leeloo, dem perfekten Wesen in Luc Bessons „Das fünfte Element“ („The Fifth Element“, 1997). Neben der „Resident Evil“-Trilogie spielte sie



auch noch in mehreren weiteren Actionfilmen wie „Ultraviolet“ (2006), „A Perfect Getaway“ (2009) und „Die vierte Art“ („The Fourth Kind“, 2009).

Jovovich war auch in mehreren Komödien und Dramen zu sehen, u. a. in Spike Lees „Spiel des Lebens“ („He Got Game“, 1998), „Johanna von Orleans“ („The Messenger: The Story of Joan of Arc“, 1999), „Das Reich und die Herrlichkeit“ („The Claim“, 2000), „The Million Dollar Hotel“ (2000), „Zoolander“ (2001), „Dummy“ (2003), „No Good Deed“ (2003) und „Love Birds – Liebe auf den zweiten Blick“ („You Stupid Man“, 2003).

1994 brachte Jovovich ihr Folkalbum „The Divine Comedy“ heraus, das von der Kritik gelobt wurde. Sie schrieb die Texte mit 15 und ließ sich von ihrer Liebe zu „Elfen und magischen Bäumen“ inspirieren. Als sie das Album aufnahm, war sie erst 16. Zwischen akustischen Klängen und Folkmusic ist das Album schwer zu kategorisieren. Die elf Songs des Albums sind durchzogen von slawischer Schwermüdigkeit und existenziellen Selbstzweifeln. „In a Glade“ ist ein schönes, traditionelles ukrainisches Volkslied, das Jovovich in ihrer Muttersprache singt.

Jovovich war Kopf der Band Plastic Has Memory, die 1999 circa ein Dutzend Auftritte in Los Angeles und New York hatte. Obwohl Plastic Has Memory nie eine Platte veröffentlichten, steuerten sie einen Song („On the Hill“) zur Benefiz-CD „Hollywood Goes Wild“ für The Wildlife Waystation bei.

Im Oktober 2003 sang Jovovich den Song „Left and Right“ (MP3) bei Fashion Rocks in London. Es gibt mehrere Songs von ihr auf verschiedenen Alben, darunter zwei Coverversionen von Lou Reeds „Satellite of Love“ auf dem Soundtrack zu „The Million Dollar Hotel“ (2000), „Rocket Collecting“ auf dem „Underworld“-Soundtrack (2003) sowie „Shein Vi Di L'Vone“ und „Mezinka“ (Jiddische Klezmerlieder) auf dem Soundtrack zu „Dummy“ (2003).

Jovovich arbeitete mehrmals mit Puscifer (Maynard James Keenan von Tool und A Perfect Circle) zusammen. Sie sang „Rev 22:20“ auf dem „Underworld“-Soundtrack (2003) und ebenso den Renholder-Remix „Underneath The Stars“ von The Cure auf dem Soundtrack zu „Underworld – Aufstand der Lykaner“ („Underworld: Rise of the Lycans“, 2009). Jovovich ist auch auf „The Mission“ zu hören und spielte am 13. Februar 2009 live mit Puscifer bei The Pearl in Las Vegas. Weitere Songs sind „We Are Family“ (auf einer Benefiz-CD für das amerikanische Rote Kreuz 2001), „Former Lover“ auf dem Album „A Gift of Love II: Oceans of Ecstasy“ (2002) von Deepak Chopra und „I Know It's You“ von The Crystal Method (2004). Jovovich schreibt weiterhin Demo-Songs, die kostenlos erhältlich sind. Die Fans sollen damit Spaß haben und sie neu mixen, dürfen sie jedoch nicht weiterverkaufen.

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF THE
WORLD,
BABY!

Unter dem Namen Jovovich-Hawk gründeten Milla Jovovich und Carmen Hawk 2003 ein Modelabel. Jovovich-Hawk war unter den Besten der Initiative „Council of Fashion Designers of America (CFDA)/Vogue Fashion Fund“ im Jahr 2006. Die beliebte Modekette Mango brachte Modelle von Jovovich-Hawk für die MNG-Kollektion 2007 heraus. Das Label Jovovich-Hawk wurde 2008 eingestellt.

Jovovich ist Botschafterin für amfAR (The Foundation for AIDS Research) und unterstützt zahlreiche andere Wohltätigkeitsorganisationen, darunter den OCRF (Ovarian Cancer Research Fund), The Dian Fossey Gorilla Fund, Wildlands Project sowie das UNESCO Welterbezentrum.

Wenn sie keine Aufnahmen macht, wohnt Milla Jovovich mit ihrem Mann und Tochter Ever in Los Angeles.



DIMITRI DANILOFF

Biographie

Dimitri Daniloff, Jahrgang 1970, entdeckte seine Liebe zur Fotografie eher zufällig während seines naturwissenschaftlichen Studiums, als ein Freund ihm einen Fotoapparat schenkte. „Für mich war das eine Offenbarung“, erinnert sich Daniloff gerne zurück. Er brauchte nur einen Tag des Experimentierens, um seine große Leidenschaft für die Fotografie zu entdecken. Daniloff brach sofort sein Studium ab und begann eine Ausbildung zum Fotografen. Nach seiner Lehre arbeitete er als Fotoassistent und reiste dabei durch Europa und die Vereinigten Staaten, bis er sich 1998 als Fotograf selbstständig machte.

Daniloffs Obsession ist das Leben im Jetzt, das die Zukunft vorwegnimmt. Seine „Kubismus“-Serie spiegelt diesen futuristischen Ansatz wider. Er überschreitet darin die Grenzen des Bildes, erfindet sie neu und erweitert den Rahmen des Machbaren. Seine Schaffenskraft zeigt sich in gekonnten Verzerrungen und Manipulationen, die ihn in der Welt der zeitgenössischen Fotografie berühmt gemacht haben.

Seine digitale Ästhetik hat Daniloff für die Werbefotografie angepasst, um so eine Neuausrichtung in einem Bereich zu fördern, der seiner Ansicht nach mit dem Beginn des 21. Jahrhunderts in eine Krise geraten ist. Er arbeitet ständig an neuen Möglichkeiten visueller Täuschung, die den Betrachter blenden und faszinieren.

2003 wurde der Franzose für seine Arbeit an der Playstation-Kampagne mit dem Goldenen Löwen ausgezeichnet. Im selben Jahr stellte das Musée des Arts Décoratifs des Louvre in Paris Daniloffs Fotografien als Repräsentanten der neuen Generation von Fotografen aus.

Auszeichnungen: Grand Prix de Cannes 2003, Goldener Löwe 2005, Grand Prix d’Affichage, Campaign Press Gold, Andy Awards 2004, Clio Bronze, Clio 2 X Bronze 2004.

Werbung: Harvey Nichols, Nike, Playstation, Longchamp, Stern, Vichy, Aides, Sidaction, Motorola, Adidas, Snickers, Melting Pot, Nissan, Amnesty International, LG, Marithé & François Girbaud, Stéphane Kélian.

Journalismus: Eyemazing, Tank, Surface, Bon Magazine, Style & the Family Tunes, So Chic Magazine, Lemon Magazine, Vanidad, West East.

Prominentenporträts: Black Eyed Peas, Daft Punk, Tiger Woods, David Beckham.

CAMPARI2012

IT'S
THE
END
OF THE
WORLD,
BABY!

Dimitri Daniloff wird durch Agenten in Frankreich, Deutschland, Großbritannien, Asien und den USA vertreten.



BOB KUNZE-CONCEWITZ

Chief Executive Officer, Gruppo Campari

Biographie

Bob Kunze-Concewitz wurde im Mai 2007 zum CEO der Gruppo Campari ernannt. Er ist ein Befürworter der zweigleisigen Wachstumsstrategie der Gruppo und führt sie fort, indem er den Kauf einiger Marken vorantreibt und gleichzeitig das organische Unternehmenswachstum sichert.

Als Kunze-Concewitz 2005 als Group Marketing Officer zur Gruppo Campari kam, war er für die Entwicklung und Umsetzung neuer Marketingstrategien für die meisten der internationalen Kernmarken der Gruppo verantwortlich.

Seine internationale Karriere begann mit verschiedenen Positionen und wachsenden internationalen Verantwortungsbereichen bei Procter & Gamble. Nach zahlreichen Einsätzen in den Bereichen Strategische Planung und Business Ownership wurde er Corporate Marketing Director der Abteilung Globale Prestige Products.

Der in der Türkei geborene österreichische Staatsbürger studierte und arbeitete in zahlreichen Ländern. So besuchte er in der Türkei und Deutschland französische Schulen und schloss sein Wirtschaftsstudium mit Auszeichnung am US-amerikanischen Hamilton College ab, bevor er an der Manchester Business School einen MBA erwarb. Kunze-Concewitz spricht fünf Sprachen fließend (Englisch, Deutsch, Französisch, Italienisch und Türkisch) und hat bereits in Italien, Deutschland, Großbritannien, Frankreich, den Benelux-Staaten, den USA und der Schweiz gearbeitet.