

Lifestyle 21.08.2014

Sharapova engagiert sich für guten Zweck

Maria Sharapova, Tennis-Superstar und Markenbotschafterin der Porsche AG, ist in diesem Jahr das Gesicht der Aktion „Fashion Targets Breast Cancer“ in den USA.



Der Start der Kampagne und ihr 20-jähriges Jubiläum wurden am Mittwochabend in New York mit einer von Porsche präsentierten Sommer-Soiree im The New Museum gefeiert – wenige Tage vor den US Open, dem letzten Grand-Slam-Turnier des Jahres. Maria Sharapova ist seit 2013 Markenbotschafterin der Porsche AG und weltweit für das Unternehmen im Einsatz, beispielsweise bei der Vorstellung des neuen Porsche Macan letzten November auf der Los Angeles Auto Show. Die Präsentation der Jubiläumsveranstaltung von „Fashion Targets Breast Cancer“ (FTBC) ist ein Beispiel dafür, wie Porsche die Anliegen von Maria Sharapova sowie ihr wachsendes Engagement im Bereich der Luxusmode unterstützt.

FTBC ist die am längsten laufende Charity-Initiative des Council of Fashion Designers of America (CFDA), einem 1962 gegründeten gemeinnützigen Berufsverband, dem mehr als 450 der bedeutendsten amerikanischen Modedesigner angehören.

„Das Engagement von Porsche bedeutet mir sehr viel.“

„Es ist eine große Ehre für mich, zusammen mit der CFDA das Jubiläum von Fashion Targets Breast Cancer zu feiern. In den letzten 20 Jahren hat die Aktion sowohl die Modeindustrie als auch die Verbraucher für diese wichtige wohltätige Initiative mobilisiert“, sagte Maria Sharapova. „Das Engagement von Porsche und die Unterstützung der Feierlichkeiten zum Start der Kampagne in New York bedeuten mir sehr viel. Das unterstreicht den Einsatz der Marke für diese wichtige Sache.“

Die Initiative „Fashion Targets Breast Cancer“ wurde 1994 von CFDA-Mitglied Ralph Lauren angeregt, als Reaktion der amerikanischen Modeindustrie auf Brustkrebs. Bis heute hat die Initiative weltweit über 54 Millionen US-Dollar zur Bekämpfung von Brustkrebs aufgebracht. Jeder Dollar davon wurde zur Behandlung von Betroffenen eingesetzt.

Anzeigen werden von September bis Dezember in den USA geschaltet

Die Anzeigenkampagne der Aktion zeigt vier Fotos von Maria Sharapova in Entwürfen von CFDA-Designern. Sie wurden in den Milk Studios in Los Angeles vom Modefotografen Michael Beuplet aufgenommen. Die Anzeigen werden von September bis Dezember in den USA in Publikationen wie den Oktober-Ausgaben von „Vogue“ und „Vanity Fair“ sowie im am 14. September erscheinenden „T Magazine“ geschaltet.

Verbrauchsangaben

Panamera: Kraftstoffverbrauch/Emissionen* kombiniert: 10,7 bis 8,4 l/100 km; CO₂-Emissionen: 249 bis 196 g/km

Panamera GTS: Kraftstoffverbrauch/Emissionen* kombiniert: 10,7 l/100 km; CO₂-Emission: 249 g/km

Panamera S E-Hybrid: Kraftstoffverbrauch/Emissionen* kombiniert: 3,1 l/100 km; CO₂-Emission: 71 g/km; Stromverbrauch: 16,2 kWh/100 km

Linksammlung

Link zu diesem Artikel

<https://goo.gl/c2gFR4>

Weitere Artikel

<https://goo.gl/EP8s0Y>

<https://goo.gl/7xopiY>

Media Package

<https://newsroom.porsche.com/media-package/sharapova-engagiert-sich-fuer-den-guten-zweck>

Videos

<https://www.youtube.com/embed/VAZ3o5wKWwl>

<https://www.youtube.com/embed/WeMobWCajPs>