**Hunger Magazine und Rankin präsentieren**

**“Abarth: Ein anderer Blickwinkel”**

**Wien, im Oktober 2016**

Das Lifestyle Magazin „Hunger“ und sein Herausgeber, der Fotograf Rankin sind stolz darauf, eine digitale redaktionelle Zusammenarbeit mit der italienischen Automarke Abarth vorstellen zu dürfen. Für die Präsentation der Einführung des berühmten Abarth 124 spider hat „Hunger“ einen Film, Einzelbilder und eine dokumentarische Kampagne geschaffen, die das Pedal durchdrückt und den Unterhaltungswert voll ausschöpft.

Der von Rankin produzierte 60-Sekunden-Spot wurde auf der Pariser Motorshow am Donnerstag, 29. September gezeigt. Nun wird jedes Feature der Kampagne exklusiv auf HungerTV.com gezeigt, beginnend ab sofort und bis Weihnachten. Das 360-Grad-Projekt besteht aus einem Online-Film, drei Einzelbildern und einer Mini-Doku-Serie mit einem prominenten Talent, mit dem Titel „The Detour“.

Rankin: "Abarth wandte sich an Hunger, um etwas zu machen, das kreativer ist als die übliche Kampagne. Obwohl die beiden Marken in verschiedenen Welten arbeiten, passen sie perfekt zueinander, mit ihrem modischen, lebenshungrigen und anspruchsvollen Publikum.

Mit unserem hauseigenen Studio, Filmemachern, Fotografen und Journalisten waren wir in der Lage, ein vielfältiges Projekt unter einem Dach zu schaffen. Die Marke gab uns völlig freie Hand, um ihre Autos zum Leben zu erwecken, um auf ungewöhnliche Art und Weise hinter das Lenkrad zu kommen und um sie an ihre Grenzen zu führen.“

Paolo Gagliardo, Head of Operations Abarth, erläutert die Gründe für diese innovative Partnerschaft: "Es ist die Gelegenheit, die Abarth Welt aus einer neuen Perspektive zu zeigen, eine, die näher an einer Lifestyle Idee liegt, die aber auch völlig einzigartig und ein bisschen kantig ist. Unser Ziel ist es auch, der Welt die Marke mit dem Skorpion ohne die traditionellen Medien zu zeigen. Es ist ein mutiger Schritt nach vorn in die Zukunft der Werbung mit echter internationaler Resonanz. Alles in der digitalen Welt mit ihren neuen Videos und Materialien integriert sich vollkommen in unsere Kommunikationsstrategie. Wir liefern die ersten Autos nach Großbritannien und dann wird der 124 spider auch endlich den Händlern in ganz Europa ausgeliefert.”

Der Film und die begleitenden Einzelbilder wurden von Rankin mithilfe des Kameramanns

Tony C. Miller im Londoner ExCel Centre aufgenommen. Und zwar eher in der Art eines Luxusmodefilms, als in der eines typischen Autowerbespots. Der Film ist eine hemmungslose Vollgas-Liebesgeschichte, in der die beiden Liebenden Gummi verbrennen und ihre Autos im Takt einer modernen, dynamischen Trommel-Spur tanzen lassen.

Das zweite Element sind zwei atemberaubende Stillleben Fotoshootings des Abarth 124 spider und des Abarth 595. Dunkel und schwermütig kommen die Autos aus der Dunkelheit, wobei ihre Leistung, Leidenschaft und die schlanken sportlichen Linien hervorgehoben werden.

Das dritte Element ist eine Mini-Doku-Serie mit dem Titel „The Detour“, mit einem prominenten Talent, das bald gezeigt wird. Es wird mehr von „Hunger“ und Abarth geben - schnallen Sie sich an und lehnen sich zurück: Die Reise hat gerade erst begonnen.

Darüber hinaus kann ein neues Leistungsniveau in einem anderen auf der Pariser Motor Show vorgestellten innovativen Projekt entdeckt werden. “Abarth 124 spider Uncovered” ist ein digitales Faszinationsprojekt für den neuen Roadster. Technische und emotionale Inhalte werden in einer Erzählschleife miteinander verbunden, um den Benutzer in eine dynamische Erfahrung zu locken. Der Ausgangspunkt ist ein Film in unverwechselbarem Stil: Der britische Fotograf Rankin bildet den Sound und die Leistung des Abarth 124 Spider aus einem innovativen Blickwinkel bei einem unwiderstehlichen Tempo ab.

Die Abarth 124 spider Uncovered Plattform ist über die Modellseite auf dem Abarth-Portal und über spezielle Beiträge über die Marke in den Social Media-Kanälen zu erreichen.

Die Nutzer können sich damit inspirieren lassen und neue Details und Potenziale dieses einzigartigen Autos kennenzulernen. Schließlich macht das responsive Layout diese Erfahrung von allen Geräten aus und zu jeder Zeit zugänglich. Denn man weiß nie, wann der Nervenkitzel des Driftens einen packen wird: man kann sich dem nur hingeben.

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Andreas Blecha
Public Relations Manager
FCA Austria GmbH

Schönbrunner Straße 297 - 307, 1120 Wien

Tel: 01 68001 1088

email: andreas.blecha@fcagroup.com

Abarth Presse im Web: [www.abarthpress.at](http://www.abarthpress.at)