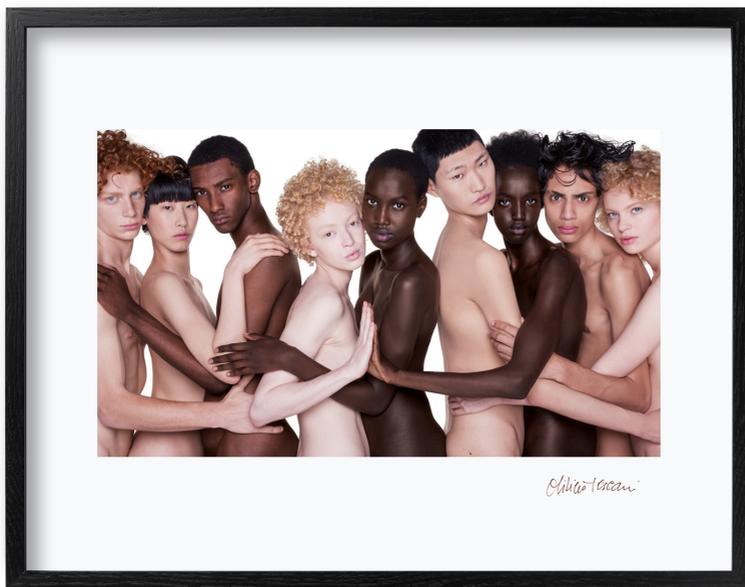


Museum
für Gestaltung
Zürich
Freundeskreis

Edition 2024, 2. Serie



Oliviero Toscani, Nudicome, 2018

Oliviero Toscani

Fine Art Print

Photo Oyster satin, 2024

signiert auf Abzug

Auflage 20

24 x 36 cm

Rahmen 38.5 x 49.5 cm [h x b]

Esche schwarz, Museumsglas UV92

CHF 700 / CHF 560 (Mitglieder), gerahmt

CHF 550 / CHF 440 (Mitglieder), ungerahmt

erhältlich an den Standorten und im eShop

In den vergangenen 60 Jahren hat Toscani unzählige Kampagnen für Modemarken realisiert. Seine langjährige Arbeit für Benetton sticht dabei heraus. Als er 1982 bei Benetton beginnt, ist der italienische Modekonzern bereits auf vier Kontinenten aktiv. Es liegt nahe, für die Werbung Models aus allen Kontinenten auszuwählen, um sie global identisch schalten zu können. Toscani radikalisiert die Kampagnen zusehends, und ab 1989 ist auf den Plakaten keine Mode mehr zu sehen. Im konstanten Ringen um Aufmerksamkeit versteht sich Benetton nun als Katalysator zur Verhandlung drängender gesellschaftlicher Probleme. Andere werfen dem Konzern vor, Themen wie Rassismus, Gewalt und Ausgrenzung für sein Geschäft zu instrumentalisieren. 2000 kommt es zum Bruch zwischen Toscani und Benetton, 2018 nehmen die beiden die Zusammenarbeit wieder auf. «Nudicome» ist das wichtigste Bild dieser neuerlichen Kooperation und verkörpert den Claim «United Colors» in perfekter Form.