



FARBEN WIE IM PARADIES

Die Anzeigenkampagne „Paradise“ von Groh + Ripp rückt den Farbedelstein als Wunder der Natur in den Mittelpunkt. Über die aufmerksamkeitsstarken Motive und die Idee dahinter sprach Nicole Schiel, im Unternehmen zuständig für die Farbedelsteine, mit GZ-Redakteur Axel Henselder.



Die Kampagne von Groh + Ripp will mit aufregenden Naturmotiven begeistern



GZ: Was war für Sie die Motivation, mit Ihrer Anzeigenkampagne einen völlig neuen Weg zu gehen?
Nicole Schiel: Wir haben unsere Motive sukzessive umgestellt. Wir hatten bisher ausschließlich die reinen Edelsteine als Anzeigenmotive. Mein Ziel war, Edelsteine so zu präsentieren, wie es zuvor noch niemand getan oder gewagt hat. Farbedelsteine haben für mich etwas mit Gefühl und Leidenschaft zu tun. Dies wollte ich über die Bilder transportieren. Ich habe mit Dirk Weyer einen guten Partner

gefunden, der meine Vorstellungen umsetzt. Ich bin nicht die beste Zeichnerin – aber er hat meine Skizzen verstanden und fantastisch umgesetzt.

Was wollen Sie für eine Botschaft mit den Naturmotiven vermitteln?

Für mich ist die Natur ein faszinierendes Wunder. Ich finde, es gibt kein besseres Vorbild als die reine Natur. Und es gibt nichts Schöneres. Farbedelsteine sind neben der Tier- und Pflanzenwelt solche Wunder der Natur. Mit der Kampagne entführe ich den Betrachter in exotische, längst verloren geglaubte Paradiese – daher auch der Name der Serie. Schillernde Farben, ungewöhnliche Kombinationen, dies alles wollte ich in den Bildern darstellen. Also, was lag näher, als Tiere und Pflanzen mit den Farbedelsteinen zu kombinieren? Es war sehr aufwendig, dies zu gestalten. Alle Tiere, Pflanzen und Steine sind einzeln fotografiert und später wie eine Kollage am Computer zu einer stimmigen Komposition zusammengesetzt worden. Dies war viel zeitintensiver, als wir zunächst dachten. Aber der Aufwand hat sich gelohnt. Wir sind ganz glücklich mit den entstandenen Bildern. Als die ersten



Kollagen fertig gestellt waren, haben wir uns innerhalb der Familie besprochen und festgestellt, dass dieser Auftritt unseren luxuriösen Produkten entspricht und wir uns damit identifizieren können.

Wie war die bisherige Resonanz auf die Anzeigen?

Die Resonanz war bisher außerordentlich positiv. Viele meiner Kunden haben mich angerufen oder mir E-Mails geschrieben, dass dies ein völlig neuer Weg sei, Edelsteine zu präsentieren. Ich habe auch zahlreiche zustimmende Reaktionen von unseren Kollegen in der Branche erhalten. Das hat mich natürlich auch sehr gefreut und motiviert mich, den eingeschlagenen Weg weiterzugehen.

Wie viele verschiedene Motive wird es insgesamt geben?

Die Serie heißt „Paradise“. Es gibt bisher zwölf unterschiedliche Motive. Wichtig war mir, dass die Farben harmonieren und dass die Bilder Emotionen wecken. Wir haben uns auf die hochwertigen Edelsteine konzentriert, für die wir bekannt sind.

Welche Bedeutung hat die Werbung für Groh + Ripp?

Die Anzeigen werden in allen Magazinen geschaltet, die für unsere Kunden, die Juweliere und Goldschmiede, wichtig sind. Wir wollen damit die Begeisterung für die Schönheit der Farbedelsteine nachhaltig wecken und immer wieder neu entfachen. Wir werden die bewährte Tradition unseres Hauses mit den neuen Motiven zu einem ganzheitlichen Auftritt verknüpfen. Dazu zählt auch unsere Homepage. Mit der Kampagne haben wir noch viel vor, lassen Sie sich überraschen.

www.groh-ripp.de

