

Februar 2016

DIE BRILLENMESSE: Kampagne 2016

Immer mehr Menschen ziehen sich in die Natur zurück. Abenteuerferien, Trekking und Camping sind angesagt. Wandern ist bei Jugendlichen wieder beliebt und gerade die urbane Bevölkerung sucht immer mehr die Ruhe und Stille der Wälder und Berge. ‚Entschleunigung‘ ist ein Modewort, aber es drückt auch den Wunsch aus, Tempo aus unserem Leben zu nehmen. Die Informationsflut und ständige Erreichbarkeit via Smartphone und Tablet überfordert viele, da drängt sich ein Rückzug in die noch heile Welt geradezu auf. Man möchte für einen kurzen Moment die Hektik des Alltags hinter sich lassen.

Die Macher des Branchenevents ‚DIE BRILLENMESSE‘ haben diesen Trend aufgenommen und sich im letzten Spätsommer mit Sack und Pack (sprich: Fotoausrüstung, Visagisten-Koffer, einer Kiste voll Kleidern und vielen Accessoires und Dekorgegenständen) auf den weg in die Zentralschweizer Berge gemacht. Ziel war die Alp Hüttstett, welche im Sommer von vielen Wanderern und im Winter von Skitourenfahrern besucht wird. Dort fanden die Messemacher nicht nur die ideale Alphütte für das Fotoshooting der Kampagne ‚DIE BRILLENMESSE 2016‘ sondern auch ein herrliches Panorama auf die umliegende Bergwelt. Heide und Peter lassen grüssen!

Heidi und der Geissenpeter, das ist auch das Motto der diesjährigen Kampagne. „Wir wollten Brillen aus Naturmaterialien in einer intakten Berglandschaft inszenieren. Was lag da näher als die Geschichte von Heidi und Peter“, sagt Nathanaël Wenger, der kreative Kopf der Brillenmesse. „Es war ein passender und schöner Zufall, dass der Klassiker Heidi neu verfilmt und Mitte Dezember in die Kinos kam“, fügt er an.

Möglichst naturnah mussten die Bilder also daherkommen. Die Macher der Brillenmesse stellten sich die Frage, welche Brillen Heidi und Peter wohl getragen hätten, wenn sie eine gebraucht hätten. Wäre es ein aus Holz oder Horn gewesen oder doch lieber eine aus Metall? Da sich das Team nicht entscheiden konnte, wurden verschiedene Exemplare auf die Alp genommen und bei schönstem Wetter von Marc Gysin in Szene gesetzt.

Dominik Gasser, Hüttenwart auf der Alp Hüttstett, ist selber ein talentierter Brillenbauer, und so wurden seine Holzbrillen auch gleich für das Fotoshooting eingesetzt. Dazu kamen Noosh Hornbrillen von Pascal Nüesch aus Chur sowie Brillen von FEB31, Claire Goldsmith, Coblens und Orgreen zum Einsatz.

Mit den Bildern der diesjährigen Kampagne greifen die Messemacher auch bewusst einen Trend auf:

Es wird kritischer, nachhaltiger und bewusster konsumiert, darum erfreuen sich Produkte aus Naturmaterialien und regional hergestellte Artikel nach wie vor steigender Beliebtheit. Dies gilt natürlich auch für Brillenfassungen. So wird der Holzboom noch weiter anhalten und sich Brillen aus Naturmaterialien etablieren.

Die Bilder werden in verschiedensten Medien eingesetzt: Auf der Webpage der BRILLENMESSE (diebrillenmesse.de), auf Postkarten, Inseraten und weiteren Kommunikationsmitteln.

Am Samstag, 23. und Sonntag, 24. April 2016 findet dann die erste Ausgabe der diesjährigen BRILLENMESSE statt: Die beliebte Tischmesse im DOCK.ONE - direkt am Mühlheimer Hafen nur wenige Meter vom Rhein entfernt - ist ein Muss für Boutique-Optiker und Brillen Freunde aus Deutschland, Benelux, Holland und der Schweiz. DIE BRILLENMESSE ist eine perfekte Plattform für Premium-Brillendesign. Es werden rund 70 Top-Marken hauptsächlich aus Europa präsentiert.

Das Ziel von Nathanaël Wenger und Dirk Geissmann - den beiden Gründervätern dieser Messe - ist es, unabhängigen Brillendesignern eine Plattform zur Verfügung zu stellen, wo sie ihre Brillenfassungen einem breiten Fachpublikum präsentieren können. Entsprechend tief sind auch die Kosten für die Aussteller, insbesondere natürlich für Newcomer, die es sich meist nicht leisten können, an den grossen, internationalen Messen teilzunehmen. Oft sind es aber genau diese Marken, von denen neue Ideen und Innovationen kommen.

Alles in allem, DIE BRILLENMESSE ist ein Muss für all diejenigen, die ihre Fühler nach Neuheiten und Trends in der Brillenbranche ausstrecken wollen. Heidi und Peter hätten an der grossen Auswahl an Materialien Farben und Formen, welche DIE BRILLENMESSE Ende April in Köln zu bieten hat, mit Sicherheit ihre Freude gehabt!

Nicht verpassen:

23. – 24.04.2016	DIE BRILLENMESSE	DOCK.ONE, Köln
02. – 03.10.2016	HALL OF FRAMES	StageOne, Zürich
15. – 16.10.2016	DIE BRILLENMESSE	Motorworld Region Stuttgart

Fotos by: Marc Gysin www.marcgysin.com

Idee: Nathanaël Wenger

Visagist: Joe Kupper www.joe-c.com

Models: Tina www.aqua-models.com & Elias

www.diebrillenmesse.de

www.hallofframes.ch