

## RAYMOND WEIL LANCIERT IHRE NEUE WERBEKAMPAGNE

RAYMOND WEIL freut sich, die Lancierung ihrer neuen Werbekampagne 2011 - 2012 bekannt geben zu können. Sie steht im perfekten Einklang mit dem dynamischen und richtungsweisenden Geist der Marke und kreist um die konstante Inspirationsquelle der Marke: Musik.

Musik stand schon immer im Zentrum des RAYMOND WEIL Universums, ob es nun die Namen der Kollektionen mit ihren musikalischen Assoziationen betrifft, die Partnerschaften mit den grössten Musikwettbewerben oder die Familie von Musikliebhabern und Musikern an der Spitze des Unternehmens.

Diese neue Kampagne stellt eine echte Kursänderung im Bezug auf die vorhergehenden Kampagnen dar und verbindet Inszenierung und Produktfotografie. Das Foto-Shooting, das in der « Victora Hall », dem legendären Konzertsaal Genfs stattfand, veranschaulicht die Quintessenz der [Inspiration der Marke](#) durch die individuelle Darstellung eines Mannes und einer Frau, zeitlos und klassisch zugleich, vor einem musikalisch inspirierten Hintergrund. Die Kraft, die von diesen Figuren ausgeht ist eine Hommage an den Maître Horloger, dessen Arbeit mit der eines Musikers vergleichbar ist, der immer wieder seine Tonleitern und Akkorde wiederholt, um eine perfekte Harmonie zu erreichen. Musiker brillieren in ihrer Kunst genauso wie RAYMOND WEIL in der Herstellung ihrer klassischen, zeitlosen und emblematischen Zeitmesser.

Um das 35. Jubiläum der Marke zu feiern, war eine Kampagne, die der Musik - Motivation und ewige «Antriebskraft» von RAYMOND WEIL – gewidmet ist, die ideale Wahl. «Präzision ist meine Inspiration» ist der neue Claim der Kampagne, der die enge Beziehung zwischen Musik und [Luxus-Uhrmacherkunst](#) unterstreicht, um beide besser miteinander vergleichen zu können: die Inspiration des Zeichners, die Inspiration des Komponisten und die Präzision des Uhrmachers.

«Parallel zu den internationalen Bemühungen, Freigeister und Talente der kommenden Generationen zu unterstützen, ermöglicht diese Kampagne meiner Familie, ihre echte Liebe und ihren tiefen Respekt für die Künste und die Horlogerie, die ein Teil davon ist, auszudrücken.» erklärt Olivier Bernheim, CEO von RAYMOND WEIL.

Im Herbst 2011 wird der [Schweizer Uhrmacher](#) zwei starke Sujets enthüllen, die eine Frau und einen Mann zeigen, geheimnisvoll und mysteriös zugleich, im Herzen des prachtvollen musikalischen Rahmens der Victoria Hall in Genf.

Für Grosschina werden Jiang Wen und Zhou Yun, die chinesischen Botschafter der Marke RAYMOND WEIL, diese geheimnisvollen und mysteriösen Figuren verkörpern, umgeben von Golddekor und purpurnen Samtvorhängen. Die beiden Protagonisten

stehen in einer Spiegelszene einem Cello gegenüber: diese wunderbare Mischung aus Musikalität und historischer Ambiente ist der Stoff, aus dem die Träume sind.

Herr Jiang, ein weltweit bekannter Schauspieler, Regisseur und Drehbuchautor, hat sich seinen Ruf durch den Film *In the Heat of the Sun* erworben, bei dem er das Drehbuch geschrieben und Regie geführt hat. In 2011 erhielt er für *Let the Bullets Fly* die Auszeichnungen «Bester Schauspieler des Landes», «Bester Regisseur» und «Bester Film» im Ranking der weltbekannten Chinesen anlässlich der 15. Zeremonie zu Ehren der einflussreichsten asiatischen Persönlichkeiten.

Frau Zhou erhielt ihrerseits den Preis der «Besten Schauspielerin Chinas» » im Ranking der weltbekannten Chinesen anlässlich der 15. Zeremonie zu Ehren der einflussreichsten asiatischen Persönlichkeiten dank ihrer hervorragenden Leistung in *Let the Bullets Fly*. Für *Golden Wedding* wurde ihr aussergewöhnliches Talent bei den Asia Rainbow Awards durch dem Titel «Beste Schauspielerin» gewürdigt.

In 2012 werden weitere Sujets die Saga dieser überraschenden und melodiosen Kampagne ergänzen, zur grossen Freude der Liebhaber von Zeitmessern und tempi.

**Bleiben Sie stets auf dem Laufenden**

Finden Sie [RAYMOND WEIL auf Facebook](#)

Folgen Sie [RAYMOND WEIL auf Twitter](#)

**Für weitere Informationen kontaktieren Sie bitte:**

RAYMOND WEIL Genève

Adva Grundman

[raymond-weil.com](http://raymond-weil.com)