

# EYEBizz

OPTICS · MANAGEMENT · DESIGN · COMMUNICATION

mut  
KEEP IT SIMPLE

messe  
VOLLES HAUS

mode  
RANDLOS  
GLÜCKLICH

BLUE MATR<sup>®</sup> XX

by RÖHM GROUP

EXTRA

# EDV + TECHNIK

KUNSTVOLL

# BRILLEN WIE GEMALT

„Pure Maximalism“ lautet der Claim der neuen Werbekampagne von Cazal. Diese zeigt so augenfällig wie lange nicht mehr, dass Brille und Gesicht mehr sein können als eine nützliche und leidlich ansehnliche Symbiose: Im Idealfall wird ein Gesamtkunstwerk daraus



## ➔ **AUSDRUCKSSTARK.** Kunstvoll.

➔ Detailreich: Diese Aspekte vereint die neue Cazal-Kampagne auf moderne, kreative Art: Sie zeigt die Brillen und die Menschen, die sie tragen sollen, als Gesamtkunstwerk in Form von kraftvollen, extravaganen Illustrationen. Für diese Idee hat der Traditionshersteller die renommierte schwedische Künstlerin Stina Persson verpflichtet – und die hat sich dieser Herausforderung gerne gestellt.

Stina Persson studierte Kunst und Modezeichnen in Perugia, Florenz und New York. Ihre Arbeiten genießen international hohes Ansehen und wurden bereits in zahlreichen Ausstellungen gezeigt. Daneben hat die Künstlerin aber auch schon für bekannte Marken wie Nike, Absolute Vodka, Coca Cola, Sony Music und Blue Note Records gearbeitet; außerdem für bekannte Modemagazine wie Elle, Harper's Bazaar oder Madame.

Ihre Haupt-Arbeitsmittel sind Tinte, Aquarellfarben und ein spezielles mexikanische Aquarellpapier. Auch Fotos spielen in ihren Arbeiten und Collagen immer wieder eine zentrale Rolle. Die Verbindung von traditionellen mit avantgardistischen Elementen



ergibt einen ganz eigenen und sehr typischen Stil, den man irgendwo zwischen „elegant“ und „überaus lebendig“ ansiedeln kann.

Diese Stilmittel hat die schwedische Künstlerin auch bei den hier gezeigten Arbeiten verwendet. Leuchtende Aquarellfarben fließen ineinander über und formen scheinbar zufällig die Silhouette eines Frauengesichts. Eine extravagante Brille ziert dieses Gesicht und verschmilzt mit ihm zu einem faszinierenden Gesamtkunstwerk – stilvoll, inspirierend und einzigartig.

**So selbstbewusst, avantgardistisch und gegen den Strom schwimmend will auch die Marke Cazal ihre eigenen Produkte verstanden wissen.** Der Claim „Pure Maximalism“ soll in genau zwei Worten zusammenfassen, was die Marke ausmacht: Extravaganz und Individualität auf höchstem Niveau. Die Brillen sollen vom Verbraucher nicht als „nur nützliche“ und leidlich schöne Gebrauchsgegenstände verstanden werden, sondern als echte Kunstwerke. Vor allem in der unverwechselbaren Kombination mit seinem eigenen Gesicht.

Mit den branchenüblichen Werbefotos von schönen Menschen mit schönen Brillen wäre das nicht zu leisten. Vielleicht gerade, weil das Gesicht eines Fotomodells einem Betrachter nur wenig Interpretationsspielraum für eigene Vorstellungen lässt. Die Gesichter von Stina Persson dagegen sind nur angedeutet, schemenhaft und flüchtig – und bieten damit eine Pro-



Stina Persson

jektionsfläche für die Phantasie der vorzugsweise weiblichen Brillenträger.

Die Marke Cazal, die seit mittlerweile etwa drei Jahrzehnten für ihre markanten und außergewöhnlichen Brillen-Kreationen bekannt ist, unterstreicht mit dieser Kooperation ein weiteres Mal ihren Anspruch, Kunst und Design spielerisch zu vereinen. Seit die Kampagne Anfang des Jahres gestartet wurde, hat sie zahlreiche Augenoptiker-Schaufenster in kleine Galerien verwandelt: Dort darf die Brille – zumindest vorübergehend – endlich wieder einmal Kunst sein. //

[www.cazal-eyewear.com](http://www.cazal-eyewear.com);  
[www.stinapersson.com](http://www.stinapersson.com)

