

Tourbillon  
Automatic  
von Anbeginn ein  
Traum



Spitzenprodukt  
der  
Uhrenherstellung

*Hummel*  
- since 1952 -

www.hummel-uhren.de

Tel. 07231 - 20960



Die JRG-Jury (von links): Oswald Meisenbacher, Claus Kuge, Ursula Haggene, Inge Priebe, Karina Ratzlaff und Roger Walther

## JRG kürt neue Motive

Zur Wahl der Schmuckstücke für die Weihnachtskampagne der Jewellery Relations Group (JRG) traf sich im Oktober in der Branchenwelt Pforzheim eine Fachjury, um die Trend-Modelle für die drei Motive der Plakate und Anzeigen zu küren. Für den Slogan „Schmuck ist ...“ wurden für die Motiv-Headlines „Leidenschaft“, „Kult“ und „goldrichtig“ in der Branchenwelt, in denen sich die rund 150 führenden deutschen Hersteller von Schmuck und Uhren jeweils mit ihren neuesten Kollektionen präsentieren, die passenden Schmuckstücke ausgewählt.

Nach vierstündiger Auswahl standen die Schmuckstücke für die neuen JRG-Motive fest: Diese sind „Schmuck ist ... Kult!“, „Schmuck ist ... Leidenschaft!“ und „Schmuck ist ... goldrichtig!“. Exakt 15 Schmuckstücke werden repräsentativ für die neuen Trends der Branche durch die Fotografen ins Rampenlicht gestellt. Die Jury bestand aus Karina Ratzlaff, Vorstandsmitglied Bundesverband Schmuck + Uhren und Mitglied der Geschäftsleitung J. Köhle Schmuckwaren, Inge Priebe, Chefredakteurin der GZ, Ursula Haggene, Redakteurin UJS Uhren, Juwelen, Schmuck, Oswald Meisenbacher, DSU Deutsche Schmuck + Uhren, und Roger Walther, Branchenwelten Pforzheim.

Die passende Mode wurde aus den Laufstegfotos der Modebranche bewusst in den Trendfarben Schwarz, Rot, Gold ausgewählt. Mit diesen Fotos in den deutschen Nationalfarben setzt die JRG Jewellery Relations Group auf die patriotische Emotion, die in Deutschland seit der Fußball-WM entstanden ist. Hier decken sich aktuelle Trends und die Zielsetzung der JRG Jewellery Relations Group unter dem JRG-Motto „Aus Liebe zum Schmuck – eine Initiative der deutschen Schmuckbranche“. Die Marketing- und Fo-

toberation der Jury wurde durch die beiden Vertreter der CKK Werbeagentur Pforzheim, Claus Kuge und Ullrich Jungemann, vorgenommen. Die neuen Werbemotive stehen dem deutschen Fachhandel ab Anfang November zur Verfügung. Alle in der JRG aktiven Juweliere, Goldschmiede und Uhrmacher erhalten die neuen Plakate und Flyer über ihre Vorlieferanten, also Hersteller und Großhandel, kostenlos.

Gleichzeitig wird wieder eine Werbemittel-CD für den Fachhandel produziert, bei der alle Beteiligten ihre individuellen Druckdaten für z. B. Dekofahren, Schaufensterdekos, Flyer, Mailings usw. entnehmen können. Erneut können auch nicht in der JRG aktive Fachhändler die Daten-CD bei der JRG abrufen – allerdings nicht kostenlos, sondern gegen Vorkasse.

Infos: [www.jrg-schmuck-ist.de](http://www.jrg-schmuck-ist.de)



Die Kampagnen-Motive – noch ohne Schmuck