

ON AIR: MANDANA VIDEO "ELEMENTS"
**mandana Jewellery visualisiert im Labor wachsende
Diamanten in hochemotionalem Werbefilm**



- Leitidee des ersten mandana-Spots: Die Visualisierung der Bedeutung von Nachhaltigkeit für mandana Jewellery im Zusammenspiel mit dem naturbeschützenden Herstellungsprozess von Nevermined Diamanten, die im eigenen Labor in Deutschland entstehen
- Emotionales Kreativkonzept auf Basis der vier Elemente und künstlich erschaffene 1.000 qm „Artsy World“ repräsentieren mandanas Nachhaltigkeitsphilosophie
- Cover-Model und TV-Celebrity Kim Riekenberg inszeniert Schmuckstücke mit rund 20 Karat lab-grown Diamanten von Nevermined

„**I will always protect you – mandana**“ lautet der Claim der Luxusschmuckmarke in dem neuen Commercial Video, das am 30. Mai 2024 Premiere feierte. Ein Jahr nach dem aufmerksamkeitsstarken Launch von mandana im Sommer 2023 präsentiert die nachhaltige Neo-Luxury-Brand damit nicht nur ihre erste große Videoproduktion. Nach

Topmodel Nadine Mirada und der DFB-Frauen-Nationalmannschaft ergänzt auch ein weiteres bekanntes Gesicht Testimonial das Marken-Ensemble: In dem 45-sekündigen Haupt-Spot setzt das deutsche Model und die aus „Let's Dance“ bekannte Kim Riekenberg erstmalig die mandana-Schmuckstücke mit rund 20 Karat Diamanten kunstvoll in Szene. Das Ambiente der Ad: modern, anmutig, ungewöhnlich und vor allem hochemotional.

Christine Marhofer, Gründerin und CEO von mandana und Nevermined:

„Wir haben mandana gegründet, um Luxusschmuck endlich nachhaltig zu gestalten, indem wir mit der Partnermarke Nevermined unsere eigenen Diamanten am Standort Deutschland produzieren. Die Leitidee „I will always protect you“ repräsentiert die Bedeutung von Nachhaltigkeit für mandana Jewellery im Zusammenspiel mit dem naturbeschützenden Herstellungsprozess von unseren im eigenen Labor gewachsenen Nevermined Diamanten. Für diesen modernen Ansatz kamen konservative Schmuck-Drehorte wie zum Beispiel ein Schloss oder eine Villa nicht infrage. Stattdessen haben wir mit der Agentur OK WHY NOT entschieden, unseren Ansatz in einer künstlich erschaffenen Welt in einem 1.000 qm großen Raum spürbar zu machen.“

Die Kreatividee: Vier Elemente spiegeln Nachhaltigkeitsphilosophie wider

Die Produktion erfolgte unter der Leitung von Nikas Günther, Geschäftsführer bei der Bewegtbild-Content-Agentur OK WHY NOT: „Nachdem wir die Marke kennengelernt haben, war uns schnell klar: mandana Jewellery steht nicht nur für hochqualitativen Schmuck. Die Marke nutzt ausschließlich recyceltes Gold sowie fair heranwachsende lab-grown Diamanten und produziert extrem umweltschonend, weshalb sie zu tragen ein emotionales Statement für Nachhaltigkeit und bewussten Neo-Luxus ist. Wir wollten daher eine Geschichte erzählen, die mandanas Engagement zur Erhaltung unseres Planeten transportiert, und gleichzeitig den hochtechnologischen Ursprung von lab-grown Diamanten von Nevermined symbolisiert. Deshalb basiert das Kreativkonzept auf den vier Elementen. Jedes Element repräsentiert extrem künstlerisch einen wesentlichen Aspekt der Nachhaltigkeitsphilosophie von mandana.“

Das mandana „Elements“-Konzept

Erde steht für die Ressourcen, die mandana verwendet, und die Verantwortung, diese achtsam und nachhaltig zu nutzen. mandanas recyceltes Gold symbolisiert die Wiederverwendung bestehender Materialien, anstatt neue Rohstoffe abzubauen. **Wasser** repräsentiert die Reinheit von Diamanten und den Lebenszyklus, der mit der Herstellung der Schmuckstücke einhergeht. Es betont die Wichtigkeit der Erhaltung

sauberer und gesunder Ökosysteme, die unter dem Abbau von Minendiamanten häufig leiden. **Luft** symbolisiert die Freiheit und die Innovationskraft, die in den Nevermined Herstellungsprozessen stecken. Lab-grown Diamanten sind ein Beispiel dafür, wie fortschrittliche Technologien genutzt werden können, um natürliche Ressourcen zu schonen. Und **Feuer** verkörpert die Transformation und die Leidenschaft, die in jedes handgefertigte mandana-Schmuckstück fließt, sowie die Brillanz der Diamanten.

Starke Interpretationen: Luxusschmuck mit Haltung

Aus diesen Elementen entstanden die aussagekräftigen Leitsätze im Spot als auch die fünf zugehörigen Settings Wasser, Darkness, Sand, Heaven und Fotoset. Ein mehr als 20-köpfiges Team unter der Regie von Laurenz Marsau erweckte diese in dem 1.000 Quadratmeter großen Cinegate Studio 1 in Hamburg zum Leben.

Lines wie **„In the dance of darkness and light“** reflektieren einerseits das ewige Spiel von Licht und Schatten im Diamanten, als auch, dass echter Luxus funkelnd und nachhaltig sein kann und dabei auf die dunklen Seiten verzichtet. Mit **„With earth so rare and precious“** spielt mandana einerseits auf den Schutz und die Wertschätzung unserer Erde an, andererseits auf die Bodenflächen, die für lab-grown Diamanten – anders als im Tagebau – nicht umgegraben werden müssen. Jeder Schritt in der Produktion mandanas ist darauf ausgerichtet, die Umwelt zu schonen: von der Verwendung recycelten Goldes über „nachwachsende“ Schmuck-Cases aus einer veganen Leder-Alternative auf Oliven-Basis bis hin zum Garn der Stoffbänder, das aus PET-Flaschen gefertigt wurde. So beschreibt **„Wearing never mined sparkles“** die lab-grown Diamanten von Nevermined, die genauso strahlend funkeln wie Minendiamanten, aber auf die negativen Auswirkungen des Bergbaus verzichten.

Der Werbespot gipfelt im Claim der Ad **„I will always protect you“**, womit mandana seinen sanften Luxus zusammenfasst, der im Einklang mit der Natur steht und glänzende Schönheit mit dem Schutz des Planeten vereint.

Der Kampagnenplan: Awareness für den DACH-Markt

Zur Auspielung der Kampagne hat mandana nicht nur den 45-sekündigen Hauptfilm, sondern insgesamt fünf Längen in jeweils vier Formaten produziert. Daraus entstanden mindestens zwanzig Versionen, die sämtliche Kanäle von YouTube über Google Ads, und Instagram bis hin zu DOOH bedienen. Neben einem zusätzlichen Director's Cut entstanden Kampagnenfotos und Behind-the-scenes-Materialien, die mandana auf den Owned Social Channels als auch in der PR nutzen will. „Wir werden die Kampagne großzügig spielen“, verrät Gründerin Christine Marhofer, „damit wir mandana von Anfang

an so präsentieren, wie es die Marke verdient: Nicht als kleines Start-up, sondern als entscheidungsgewaltiges und die Schmuckbranche mitgestaltendes, transformierendes Unternehmen.“

Zum 45-sekündigen Video
Bildmaterial

ÜBER MANDANA

Next Generation Jewellery for Next Generation Customers

Die Neo-Luxury-Schmuckmarke mandana wurde 2021 von Christine Marhofer gegründet und kreiert hochwertige Schmuckkollektionen mit lab-grown Diamanten. Die Marke steht für „Conscious Luxury“: Sämtliche mandana-Schmuckstücke bestehen aus recyceltem 750er Gold (18 Karat) und sind ganzheitlich nachhaltig durchdacht – von der Produktion bis zur Verpackung. Dabei steht die Marke für starke Werte und Ideale ein. Nachhaltigkeit, Diversität, Fairness, Respekt, Achtsamkeit, soziale Gerechtigkeit und Female Empowerment prägen alles, was mandana tut. Die Mission: einen Wandel einzuleiten – zu einem Zeitalter, in dem wir durch Schmuck unsere Werte zum Ausdruck bringen.

mandana-jewellery.com

ÜBER NEVERMINED

Next Generation Diamonds for Next Generation Jewellery

Die Nevermined GmbH wurde 2021 von Christine Marhofer und Michael Marhofer in Essen, Deutschland, gegründet. Im Herzen des Ruhrgebiets produziert Nevermined (zu deutsch: „niemals abgebaut“) echte Labordiamanten höchster Qualitätsstandards gemäß der 4C. Die Steine werden in Premium Fine Jewellery der Partnermarke mandana verarbeitet. Als einer der ersten Hersteller in Deutschland leistet Nevermined Pionierarbeit für die Schmuckindustrie im Feld der lab-grown diamonds und steht dabei für eine transparente und konfliktfreie Produktion. Angetrieben von den Werten unserer Zeit, liegt dem Nevermined-Team besonders Nachhaltigkeit am Herzen. Deshalb betreibt die Marke ihre Produktion zu 100 % aus erneuerbaren Energien.

nevermined-diamonds.com

Pressekontakt

Michelle Fitzon

Nevermined GmbH

Im Teelbruch 122

45219 Essen

Germany

Mail: michelle@michellefitzon.com

Telefon: +49 176 80507105