

18.04.2024 - 10:02 Uhr

Globale Markenkampagne: Faber-Castell setzt auf Kreativität und Empowerment



The advertisement features a woman with vibrant pink hair, wearing a purple textured cardigan over a yellow top. She is holding a white square card in front of her face, which displays a drawing of a woman's face partially obscured by various green tropical leaves. The background is a solid light purple. At the top, a dark green banner contains the Faber-Castell logo and the text 'FABER-CASTELL since 1761'. At the bottom, a green and silver Faber-Castell 'Goldliner/Positiv-Dübel-Marker' is shown horizontally.

*Your expression. Our tools.
Creativity in your hands.*

Stein (ots) -

Mit seinen hochwertigen und innovativen Produkten zum Malen, Zeichnen und Schreiben will Faber-Castell Menschen dazu motivieren, ihre Kreativität und Individualität zum Ausdruck zu bringen. Doch nicht jede*r glaubt an ihre oder seine Fähigkeiten. Mit der neuen globalen Markenkampagne "Creativity in your hands" will das Unternehmen das Vertrauen in die eigene Kreativität stärken.

Alle Menschen sind auf ihre Art und Weise kreativ. Doch nicht jede*r ist sich dessen auch bewusst. Hinzu kommen gesellschaftliche Normen und ästhetische Erwartungen, die viele daran hindern, ihre kreativen Potenziale zu entfalten. Faber-Castell will mit der Kampagne "Creativity in your hands" dazu ermutigen, die eigene Ausdrucksfähigkeit zu entfalten und zeigen, dass Kreativität viele Formen und Facetten haben kann.

Empowerment durch Kreativität

Dabei setzt das Unternehmen auf starkes audiovisuelles Storytelling in Form von kurzen Videos zu den diversen Charakteren und den Kernbotschaften auf Social Media. Die kurzen Clips wecken die Neugier auf den gesamten Markenfilm. Dieser zeigt verschiedene Menschen von jung bis alt in Alltagssituationen, die zunächst Zweifel an ihren gestalterischen Fähigkeiten haben, dann aber den Mut aufbringen, sich kreativ auszudrücken. Die zentrale Botschaft: Kreativität ist individuell, facettenreich und bestärkt Menschen in ihrer persönlichen Entwicklung.

Dieses Leitthema wird in den zwei darauffolgenden Phasen der Kampagne aufgegriffen. Im zweiten Abschnitt werden unter der Überschrift "Your expression. Our tools." verschiedene Menschen mit Videos und Fotos begleitet, die sich mit selbstgestalteten Motiven farbenfroh und z. T. humorvoll portraituren. Unter dem Motto "Many ways to get creative" wird in der dritten Phase von jeweils zwei Personen dieselbe Botschaft zum Ausdruck gebracht - mit denkbar unterschiedlichen Ideen, Stilmitteln und Werkzeugen.

Brand Building als strategischer Fokus

Faber-Castell hat durch die Zusammenarbeit mit Künstlerinnen und Künstlern, zahlreiche soziale Nachhaltigkeitsprojekte in Schulen und Kindergärten sowie die Gründung einer eigenen Akademie die Förderung von Kreativität als wichtiges Anliegen und elementaren Bestandteil seiner Mission bereits unter Beweis gestellt. "Creativity in your hands" unterfüttert dieses Engagement jetzt mit starken visuellen und emotionalen Botschaften. Damit legt das Unternehmen den strategischen Fokus auf Brand Building und will gleichzeitig das Produktmarketing weiterentwickeln. Dabei kann Faber-Castell als lebenslanger Begleiter sein breites Produktportfolio für eine Vielzahl an Zielgruppen - von Kind bis Künstler*in - in Szene setzen. Dies ist die zweite globale Positionierungsmaßnahme des Unternehmens - nach "Change needs creativity", die seit dem Start im Jahr 2022 das Thema Nachhaltigkeit in den Fokus rückt und weiterhin in über 20 Ländern läuft.

Der Claim "Creativity in your hands" wird seit rund zwei Jahren erfolgreich in Brasilien verwendet, einem der größten internationalen Märkte von Faber-Castell. Die neue Markenkampagne wurde von "540 Tage Liebe", der Kreativ- und Kampagnenmarke der Profilwerkstatt in Darmstadt entwickelt, die bereits "Change needs creativity" konzipiert hat. Die Kampagne wird ab April 2024 in drei Phasen global 360° in Social Media, am Point of Sale, Out-of-Home und weiteren Kanälen ausgespielt sowie von gezielten internen Kommunikationsaktivitäten begleitet. Zielgruppen sind vor allem Konsument*innen, Kund*innen und Mitarbeitende.

Link zur Landingpage: <https://www.faber-castell.com/corporate/creativity-in-your-hands>

Mehr Hintergrundgeschichten? Besuchen Sie unser Online-Magazin auf unserer Website: www.faber-castell.de/corporate/magazin

Pressekontakt:

Faber-Castell AG
Presseabteilung
press-office@faber-castell.de

Medieninhalte



"Your Expression. Our Tools" - eines von 4 Key Visuals der neuen Markenkampagne von Faber-Castell / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/43147 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100050654/100918424> abgerufen werden.