



PRESSEINFORMATION · PRESS RELEASE
COMMUNIQUÉ DE PRESSE · COMUNICADO DE PRENSA
INFORMAÇÕES PARA A IMPRENSA

„Write your own future“: das neue Konzept für die Generation Z

Die Zielgruppe: Generation Z

Sie sind echte Digital Natives, also mit dem Internet und Informationstechnologien aufgewachsen: Die Generation Z, geboren in den Anfangsjahren dieses Jahrtausends, ist überall und fast immer online unterwegs, ohne dies noch als besonderes Phänomen wahrzunehmen. Digital ist normal – und gerade deshalb haben analoge Momente für die 12- bis 18-Jährigen von heute so eine entscheidende Bedeutung, denn dann geht es darum, sich vom Sog der sozialen Medien zu lösen – aber auch vom hektischen Alltag. Gerade jetzt durchlaufen Teenager nämlich die turbulente Phase des Erwachsenwerdens, die sie ständig vor neue Herausforderungen stellt und die geprägt ist von Veränderungen, Hochs und Tiefs. Ob im persönlichen Kontakt oder bei der handschriftlichen Kommunikation: Analoges Arbeiten hilft ihnen dabei, ihre ganz persönlichen Ausdrucksformen zu finden und zu vertiefen.

Das Kommunikationskonzept: „Write your own future“

Die eigene Zukunft in die Hand nehmen, selbst kreativ sein: Genau auf dieses Lebens- und Schreibgefühl geht das neue Kommunikationskonzept von Faber-Castell ein. Unter dem Motto „Write your own future“ unterstützen Schreibgeräte und Accessoires die Generation Z in ihrem Wunsch nach Individualität, Kreativität und Entschleunigung. Am PoS werden die Produkte aufmerksamkeitsstark präsentiert: Das Key Visual ist in Schwarz gehalten und zeigt neben aufwändigen 3D-Grafiken das Motto „Write your own future“ im angesagten Neon-Leuchtschriftzug. Eine umfangreiche Kampagne auf den zielgruppenrelevanten Social Media-Kanälen wie Instagram, Facebook und Pinterest wird den Launch des Sortiments Anfang 2021 online begleiten.

Das Farbkonzept: „Harmony“

Statt auf allzu bunte, eher von jüngeren Kids bevorzugte auffällige Farben, setzt „Harmony“, wie der Name schon sagt, auf sanfte, gedämpftere Töne: Coconut Milk, Rose Shadows und Dapple Gray heißen die neuen Farbnuancen, die im Rahmen umfangreicher Marktforschungen direkt von der Zielgruppe ausgewählt wurden. Cremiges Weiß, zartes Rosé, wolkiges Grau – perfekt für die vielen Zwischentöne, die es im Leben von Teenagern nun mal gibt.

Das Produktkonzept

Alles, was Teenager für Schule und Ausbildung, fürs Tagebuch- oder Briefe-Schreiben benötigt – dieses Produktsortiment trifft den Style der Generation Z: Grip Füller, Kugelschreiber und Druckbleistift mit farblich abgestimmten Noppen auf dem Schaft, dazu funkelnde Sparkle-Bleistifte und Accessoires wie Sleeve-Spitzer und -Radierer in denselben drei angesagten Farbtönen. Und wenn es doch mal ganz klassisch sein soll: Füller und Kugelschreiber sind auch in Schwarz erhältlich.



6 EUR / 15 EUR; erhältlich ab Dezember 2020