



Europäische Markenkampagne von Canon startet auf der photokina: 'come and see'

Europäische Markenkampagne von Canon startet auf der photokina: "come and see" Unter dem Titel "come and see" hat Canon heute seine bislang größte Markenkampagne für den Endkundenmarkt gestartet. Als Teil einer auf drei Jahre ausgelegten Kommunikationsstrategie wird die Kampagne das Interesse auf die Produkte, deren Möglichkeiten und die Gelegenheiten im Alltag lenken, die es in Bild und Film festzuhalten lohnt. Canon begleitet den Fortschritt bei der Fotografie und der Art, wie Bilder geteilt werden und vermittelt dem Anwender wertvolle Impulse. Das Unternehmen bietet Unterstützung auf dem Weg zum perfekten Bild. Die Entdeckung faszinierender Geschichten und deren Festhalten im Bild oder Film stellt für Canon eine treibende Kraft bei der Entwicklung neuer Technologien auf höchstem Niveau dar. Die Kampagne "come and see" startet zur photokina 2014, der weltweit größten Leitmesse rund um die Fotografie und wird dort erstmals kommuniziert. Beim EMEA übergreifenden Start geht die umfangreich integrierte Kampagne am 15. September mit ersten TV-Spots an die Öffentlichkeit. Eine breit gestreute Anzeigen- und Plakataktion folgt ab November. Der Auftakt der Kampagne kreist um zwei besondere "come and see" Geschichten: Zuerst das Calcio Storico Turnier - ein historisches Fußballspiel. Neben den vielen Galerien und Touristenattraktionen gibt es in Florenz eine historisch gewachsene Fußballtradition, die sich erheblich von der UEFA Champions League unterscheidet: Die Spieler sind mittelalterlich bekleidet, ringen und kämpfen mit allen Mitteln um den Ball und eine einzigartige Trophäe - eine Kuh. Die zweite Geschichte handelt von Hirschen, die sich bis in die Vorstadt in der Nähe von Epping Forrest in Südengland wagen. Während die Anwohner schlafen, ziehen sie durch die Gärten und Straßen. Beide Teile der Kampagne wurden mit einer Canon EOS C500 und einer EOS C300 aufgezeichnet. Sie dokumentieren den Verlauf einiger Tage mit unerwartetem Geschehen. Produktion und Regie dieser TV-Spots lagen in der Hand des bekannten Briten Jonathan Glazer. Seine revolutionären Arbeiten reichen vom Film bis zu Musikvideos für Jamiroquai und Radiohead. Darüber hinaus hat er sich mit Werbefilmen für Nike, VW, Stella und Levis - darunter der legendäre Guinness Surfer Spot - einen Namen gemacht und belegt Spitzenpositionen im internationalen Ranking der Filmwelt. Die Kampagne wird auf allen Marketingkanälen in EMEA laufen. Anzeigen werden in anspruchsvollen Titeln im Bereich Lifestyle und Konsumertechnologie geschaltet, für den Außenbereich sind Plakate vorgesehen. Online wird die Kampagne über Banner und soziale Medien ergänzt. Die Kampagneninhalte werden durch zusätzliche Maßnahmen verstärkt, um die Zielgruppe stärker in "come and see" einzubinden. Dazu gehören Einladungen, an eigenen Geschichten teilhaben zu können und Impulse in den sozialen Netzwerken. Darüber hinaus wurde spezielles POS-Material entwickelt, das neben seiner Eigenschaft als Verkaufshilfe auch die Besucher im Handel einbindet und das Käuferlebnis steigert. Als weiteres Element der Kampagne und ihrer auf drei Jahre ausgelegten Konzeption dient ein "come and see" Webauftritt, über den sich Interessierte über das Geschehen hinter den Kulissen beim Dreh der Filme informieren können und selbstverständlich mehr über die Produkte und die Technologien erfahren. Reisefotograf Christopher Pillitz und Naturfotograf Jamie Hall steuern eine Reihe von Video Tutorials bei, in denen sie Tipps aus erster Hand vermitteln, wie man mit Canon Produkten erstklassige Bilder macht. Geschichten mit Hilfe von Bildern zu erzählen wird aktuell immer beliebter - und wenn selbst Yahoo davon ausgeht, dass alleine in diesem Jahr rund eine Billion Bilder gemacht werden, ist das für unsere Branche sehr wichtig.", sagt Nigel Taylor, Consumer Imaging Marketing Communications Director, Canon Europe. "Seit rund 80 Jahren ermuntern wir unsere Kunden, ihre eigene, persönliche Geschichte zu erzählen, Bilder zu machen, diese zu teilen, zu drucken und daran Spaß zu haben. Die neue Welt rund um das Bild ist für uns nicht nur mit der Aufgabe verbunden, die dafür notwendigen Werkzeuge zu liefern mit denen sie aufzeichnen, speichern und ihre Erlebnisse teilen können. Wir wollen auch zeigen, was es zu entdecken gibt und wie man die schönsten Momente festhält." Die kreative Entwicklung der Kampagne wurde vom Canon Team in Zusammenarbeit mit der für Canon Europe tätigen Werbeagentur JWT realisiert. Für die PR war die Agentur Fever zuständig. Die EMEA übergreifende Mediastategie wird von der Agentur PHD umgesetzt. Weitere Informationen sind auf der "come and see" Website zu finden: www.canon.de/comeandsee. Irrtümer und Änderungen vorbehalten. Stand: September 2014. Canon Deutschland GmbH Europark Fichtenhain A 10 47807 Krefeld Deutschland Telefon: 02151 - 345-0 Telefax: 02151/345-102 Mail: canon-presse@wildcard-communications.de URL: <http://www.canon.de>

Pressekontakt

Canon

47807 Krefeld

canon.de
canon-presse@wildcard-communications.de

Firmenkontakt

Canon

47807 Krefeld

canon.de
canon-presse@wildcard-communications.de

Die Canon Deutschland GmbH hat sich erfolgreich als IT-Solution-Provider etabliert und bietet ausgereifte Home- und Office-Technologien an. Im Consumer Segment werden Foto, Video, Ferngläser, Drucker, Kopierer, Scanner, Faxgeräte und Projektoren vertrieben. Seit über 30 Jahren ist Canon mit der eigenständigen Tochtergesellschaft in Deutschland präsent, und seit bereits 10 Jahren mit Hauptsitz in Krefeld. Büro- und Informationssysteme der Spitzenklasse haben Canon Deutschland zu einer der ersten Adressen im Bereich der IT- und Kommunikationstechnologie werden lassen. Die Produktpalette mit Foto, Video, Ferngläsern, Druckern, Kopierern, Scannern, Faxgeräten und Projektoren bis hin zu komplexen Anwenderlösungen macht das Unternehmen zu einem Spezialisten sowohl für die verschiedensten Bereiche des IT-Business als auch für Endverbraucher. Im Laufe von drei Jahrzehnten entstand ein flächendeckendes Netzwerk, das Vertrieb, Service und Beratung aus einer Hand garantiert. Werfen Sie einen Blick hinter die Kulissen eines innovativen und kundenorientierten Unternehmens!