



Hintergrund Kreativität macht klug! Das Traditionsunternehmen Faber-Castell möchte mit der „Die Welt ist bunt“-Tour die Kreativität von Kindern fördern. Dafür schickt es einen echten, 12,5 m langen Bleistift durch 10 Städte in Deutschland und Skandinavien. An den Stationen malen Kinder Motive mit lokalem Bezug. So entsteht das größte Kinderkunstbuch der Welt, das zum Abschluss in Oslo dem internationalen Kinderkunstmuseum übergeben wird.

Aufgabe CB.e unterstützt Faber-Castell bei der Detailkonzeption und zeichnet verantwortlich für die regionale und überregionale Pressearbeit vor und während des gesamten Tourverlaufs. Die Gewinnung der regionalen Tourpartner liegt ebenso in der Hand von CB.e wie der Entwurf des Aktionslogos.

Idee und Umsetzung CB.e entwickelt eine vielstufige Kommunikationsstrategie. Zielgruppenspezifische Medienkooperationen, kontinuierliche Information und Austausch mit Fachmedienvetretern sowie eine intensive Pressearbeit vor Ort bilden die drei Säulen des Konzepts. Im Mittelpunkt steht nicht allein die Berichterstattung über die Tour, sondern auch die Vermittlung der pädagogischen Idee von Faber-Castell. Der Vorstandsvorsitzende des Unternehmens, Anton Wolfgang Graf von Faber-Castell, steht dafür in mehreren Städten als Interviewpartner persönlich zur Verfügung.



EUROPEAN
AWARDS
2006





Hintergrund Kreativität macht klug! Das Traditionsunternehmen Faber-Castell möchte mit der „Die Welt ist bunt“-Tour die Kreativität von Kindern fördern. Dafür schickt es einen echten, 12,5 m langen Bleistift durch 10 Städte in Deutschland und Skandinavien. An den Stationen malen Kinder Motive mit lokalem Bezug. So entsteht das größte Kinderkunstbuch der Welt, das zum Abschluss in Oslo dem internationalen Kinderkunstmuseum übergeben wird.

Aufgabe CB.e unterstützt Faber-Castell bei der Detailkonzeption und zeichnet verantwortlich für die regionale und überregionale Pressearbeit vor und während des gesamten Tourverlaufs. Die Gewinnung der regionalen Tourpartner liegt ebenso in der Hand von CB.e wie der Entwurf des Aktionslogos.

Idee und Umsetzung CB.e entwickelt eine vielstufige Kommunikationsstrategie. Zielgruppenspezifische Medienkooperationen, kontinuierliche Information und Austausch mit Fachmedienvetretern sowie eine intensive Pressearbeit vor Ort bilden die drei Säulen des Konzepts. Im Mittelpunkt steht nicht allein die Berichterstattung über die Tour, sondern auch die Vermittlung der pädagogischen Idee von Faber-Castell. Der Vorstandsvorsitzende des Unternehmens, Anton Wolfgang Graf von Faber-Castell, steht dafür in mehreren Städten als Interviewpartner persönlich zur Verfügung.

