

PRESSEINFORMATION

edding startet mit „edding Wall of Fame“ neue digitale Plattform für Kunst, Ausdruck und Inspiration

(Ahrensburg/Hamburg, Juni 2020) **Anlässlich des 60-jährigen Firmenjubiläums im Jahr 2020** launcht das Unternehmen edding unter dem Weblink www.wall-of-fame.com eine neue digitale Internetplattform zum Zeichnen, öffentlichen Teilen von Illustrationen, Ausdrucksmöglichkeiten und Inspirationen.

Die „edding Wall of Fame“ trägt den Community-Gedanken und ist eine digitale Leinwand, auf der sich jeder Mensch weltweit zu verschiedenen Themen gemeinsam mit anderen Kreativen und Künstlern individuell ausdrücken kann. Die Gestaltung erfolgt intuitiv am eigenen Bildschirm (egal ob Desktop, Tablet oder Smartphone) über eine Benutzeroberfläche, die einem Grafikprogramm ähnelt. Das Besondere: das kreative Erlebnis vollzieht sich digital, in Echtzeit und sogar im Look & Feel der edding Permanentmarker. Von den im Handel erhältlichen Farbcodes bis hin zu den unterschiedlichen Strichbreiten der edding Permanent Marker beim Malen auf Oberflächen ist in der „edding Wall of Fame“ alles originalgetreu nachempfunden.

edding treibt mit dem Launch der „edding Wall of Fame“ in 2020 seine in 2016 begonnene Innovationsstrategie voran. Das in 2018 mit dem Innovationspreis ausgezeichnete Unternehmen entwickelt seit einigen Jahren nicht nur digitale oder digital nahe Produkte wie Kompaktdrucker oder digital auslesbare Tinten und damit verknüpfte Apps. Neue Produkte im Kreativbereich erweitern kontinuierlich die Produktpalette im Kernmarkt von edding.

„Seit sechs Jahrzehnten möchten wir bei edding Menschen ein Mittel in die Hand geben, um ihre Gedanken, Wünsche und Ideen zum Ausdruck zu bringen. Zu unserem 60-jährigen Geburtstag wollen wir mit der “Wall of Fame” allen die Möglichkeit schenken, dies nun auch digital und im Austausch mit anderen Kreativen rund um die Welt zu tun“, erklärt Per Ledermann, Vorstandsvorsitzender der edding AG.

„Unser Ziel ist es, dass gerade in diesen herausfordernden Zeiten die „edding Wall of Fame“ viele Menschen in ihrer Kreativität inspiriert und einen barrierefreien weltweiten Austausch ermöglicht. Die digitale Erfahrbarkeit unser Schreib- und Markenprodukte stellt für uns ein neues und reichweitenstarkes Instrument der Kundengewinnung und -bindung dar. Wir erreichen mit unserer „edding Wall of Fame“ als Brandhub viele junge Menschen und können auf diese innovative Weise unseren Markenclaim „Power of Expression“ sehr glaubwürdig auch crossmedial vermitteln“, erläutert Heide Schiene, International Marketing Manager B2C bei edding.

edding setzt auf Demodern

Bei der technischen Umsetzung dieses Jubiläums Projektes vertraut edding auf die digitale Kompetenz von Demodern. Die Spezialisten für Creative Technologies zeichnen für Konzeption, Design und die technische Umsetzung verantwortlich. Die Entwicklung der Plattform erstreckte sich über gut 15 Monate. Besondere Herausforderungen bei der browserbasierten Anwendung, die wie eine App funktioniert war die Simulation einer realitätsnahen Benutzung der edding-Produkte: so sollte neben der Farbwirkung auch die Handhabung der Utensilien den größtmöglichen Realitätseindruck vermitteln. Darüber hinaus bietet die räumliche Umsetzung jetzt und für die Zukunft viele Möglichkeiten, die Plattform zu erleben und zu erweitern.

Eine Herausforderung, die das Team von Demodern gerne angenommen hat, wie Alexander El-Meligi, Managing Partner und Creative Director bei Demodern bestätigt:

“Wir haben gemeinsam mit unserem Kunden edding ein ganz besonderes Markenerlebnis erschaffen, und freuen uns darauf zu beobachten, wie sich der Launch der “edding Wall of Fame” entwickeln wird. Ich hoffe, wir geben Kreativen und Künstlern mit der Plattform nicht nur die Möglichkeit, ihre Kunst zu präsentieren und sichtbar zu machen, sondern auch kollaborativ über Grenzen hinweg Kunst zu erschaffen. Das ist für uns der Kern der Experience. Daher haben wir einen großen Fokus darauf gelegt, sie mittels neuester Webtechnologien nicht nur für den Artist, sondern auch für Kunstinteressierte, die den Künstlern in Echtzeit zuschauen können, zu einem spannenden Erlebnis werden zu lassen.”

Heide Schiene, International Marketing Manager B2C bei edding über die Zusammenarbeit mit Demodern: „Die edding Wall of Fame erfüllt unsere Erwartungen an ein digitales und interaktives Produkt, denn sie ist intuitiv, funktional und extrem spannend. Auch die Zusammenarbeit mit Demodern hat uns begeistert und bereichert. Die agile Teamarbeit an diesem Projekt hat uns über die vergangenen 15 Monate viel Spaß bereitet und wir freuen uns auf die gemeinsame Konzeption weiterer Funktionalitäten der Wall.“

Showcases und Künstler

Zum Launch im Juni konnte edding die Künstler Laura Klinke, Reyhan Yildirim und Pablo Fontagnier aka Hombre SUK gewinnen, die gleich zu Beginn unter dem Thema „Show your love“ mit ihren Zeichnungen auf der Wall in den Stilen Illustration, Graffiti und Comic/Manga bildgewaltige Impulse setzen werden.

Handling, Technologien und Weblink

Jeder Internetnutzer kann mit seinem Artwork ein Teil der „edding Wall of Fame“ werden und sich damit in einem großen Gesamtkunstwerk verewigen. Mit der browserbasierten 3D-Webanwendung ist es möglich, auf verschiedenen Themenwänden mit anderen Artists gemeinsam zu zeichnen und zu kommunizieren. Pro

Thema stehen jedem Artist dabei unterschiedliche Marker aus dem edding-Sortiment zur Verfügung. Die besonderen Merkmale eines edding-Markers werden dabei originalgetreu digital erfasst. Gefällt einem ein Kunstwerk besonders gut, kann man dieses “famen” – so wird auf der edding Wall of Fame das Liken bezeichnet – oder in seinem persönlichen Profil speichern und mit seinen Freunden teilen.

Die edding Wall of Fame ist unter diesem Weblink zu erreichen: www.wall-of-fame.com

Folgende Technologien wurden für die Umsetzung verwendet:

- WebGL
- WebSockets

Die Marketing-Kampagne zur “edding Wall of Fame”

- Kampagnenstart 08.06.2020 – Laufzeit: 6 Wochen
- Art der Kampagne: Social Media Advertising
- Ziele der Kampagne:
 - Engagement: Anlass schaffen, auf der Plattform zu zeichnen
 - Awareness: Anlass schaffen, Plattforminhalte zu teilen und somit weitere Nutzer zu gewinnen
- Kampagneninhalt: Zusammen mit 3 Künstlern veranstaltet edding für alle User einen Zeichencontest auf der „edding Wall of Fame“.
- Anschließend: kontinuierliche Kommunikation über digital owned media wie instagram, facebook, website, newsletter
- Kommunikation von Plattform-Highlights, wie temporären Zeichencontests oder Live-Drawings professioneller Künstler. In dem Zusammenhang sind weitere Kooperationen mit Künstlern angedacht

Über den edding Konzern:

Das Unternehmen wurde 1960 gegründet und hat im Jahr 2019 einen Konzernumsatz in Höhe von 141,8 Mio. € mit durchschnittlich 659 Mitarbeitern erwirtschaftet. Die edding Gruppe steht für zwei Marken mit unterschiedlichen Lösungskompetenzen: Unter der Marke edding werden Produkte entwickelt und vertrieben, die Farbe lang anhaltend auf Oberflächen bringen, vom Permanentmarker bis hin zu Spraydosen, industriellen Kompaktdruckern und digitalen Codes. Unter der Marke Legamaster werden klassische und elektronische Produkte der visuellen Kommunikation vermarktet.

Über Demodern – Creative Technologies:

Demodern realisiert als unabhängiger, inhabergeführter Spezialist für „Creative Technologies“ seit 2008 innovative Kommunikation für das digitale Zeitalter. Unter der Leitung der beiden geschäftsführenden Gesellschafter Alexander El-Meligi und Kristian Kerkhoff entwickeln rund 90 Spezialisten an den Standorten Köln und Hamburg Virtual- und Augmented Reality Anwendungen, neuartige 3D-Konfigurationen, interaktive POS-Terminals und -Games sowie interaktive Messeinstallationen für namhafte Kunden wie Beiersdorf, Nestlé, Royal Caribbean, edding, Daimler, Gatorade, Mazda, Nike oder Montblanc.

Pressekontakt edding

Christiane Gieschen, Product and Corporate Communications
edding International GmbH
Bookkoppel 7, D-22926 Ahrensburg
Fon.: +49 (0)4102 808-0, Mobil: +49 162 138 9974
cgieschen@edding.de

Pressekontakt Demodern

Claudia Thewes, Corporate Communication Manager



Demodern – Creative Technologies, Lichtstraße 43c, 50825 Köln
Fon +49 175 937 95 64, ct@demodern.de