

Press Release

8. März 2010

In der „I AM“-Kampagne stellt Nikon seine Kunden in den Mittelpunkt.



Nikon startet europaweite Werbekampagne, die von Jung von Matt/Spree entwickelt wurde.

Nikon Europe startet heute seine neue Werbekampagne – „I AM Nikon“ – die darauf abzielt, die lange Tradition Nikons als Hersteller hochwertiger und innovativer Kameras einem breiten Publikum ambitionierter Fotografen vorzustellen. Die Kampagne wird in ganz Europa und Südafrika gezeigt. Die erste Ausstrahlung findet in Frankreich (In der Schweiz ab Mai) statt.

Die „I AM“-Kampagne wird im Fernsehen, in Zeitschriften, auf Plakatwänden und online zu sehen sein. Ausserdem wurden extra eine eigene Website (www.iamnikon.ch) und Social-Media-Kanäle eingerichtet, über die sich Kunden untereinander austauschen können.

Die Kampagne wurde von der Agentur Jung von Matt/Spree entwickelt. Sie ist die erste Kampagne, die die Agentur seit ihrer Ernennung zum offiziellen Nikon-Partner im September 2009 für das Unternehmen entworfen hat.

Die Kampagne spielt auf den Nikon-Slogan „At the heart of the image“ an und beleuchtet dessen Bedeutung für Kunden. Die Zielgruppe wird mit der Frage „Was macht Nikon aus dir?“ konfrontiert. Das Ergebnis sind Auszüge aus dem wahren Leben, in denen Kunden zeigen, wie Nikon ihr Leben beeinflusst.

Der Spot verweist auf verschiedene historische Ereignisse und wichtige Momente in der Popgeschichte. In einer Szene werden zum Beispiel die ersten Schritte eines Babys in Anlehnung an Neil Armstrongs berühmte Schritte auf dem Mond inszeniert. Die Szene wurde mit einer Nikon D5000 aufgenommen. Beide Momentaufnahmen werden von ihrer Bedeutung her als gleichrangig dargestellt.

Weitere Szenen aus der Kampagne: „I AM Alive“, in der Robbie Williams während eines Konzerts seine Kamera in Richtung seiner Fans hält, „I AM Cinderella“, welche die echten Hochzeitsvorbereitungen einer Spanierin begleitet, „I AM Here“ mit Urlaubern auf Entdeckungsreise zu den ägyptischen Pyramiden, und „I AM Part of the World“, welche Nikon-



Press Release

Besitzer zeigt, die sich über das Internet austauschen.

Die Kampagne konzentriert sich ausserdem auf die neuen COOLPIX-Kameras von Nikon, die S8000 und S3000. Mit den Slogans „I AM a Super Zoomer“ und „I AM Attractive“ sollen vor allem die Funktionen dieser Kameras in den Vordergrund gestellt werden.

Regie führte Ralf Schmerberg von Trigger Happy Productions in Berlin. Der Grossteil der Kampagne wurde mit der Nikon D3S aufgenommen. Die Nikon D3S ist weltweit die erste Kamera im FX-Format mit 720p HD-Movie-Funktion. Alle Aufnahmen fanden innerhalb von neun Tagen in Ägypten, Spanien und Deutschland statt.

Schmerberg zur Kampagne: »Wir hatten teils mit sehr schwierigen und unterschiedlichen Drehbedingungen zu kämpfen. Da war es wichtig, eine robuste, extrem leistungsfähige Kamera zur Hand zu haben. Dank der äusserst geringen Rauschneigung der D3S bei schlechten Lichtverhältnissen (ohne Blitz) gelangen uns einige umwerfende Aufnahmen.«

Ralf weiter: »Für mich war es eine ganz besondere Herausforderung, diese Kampagne zu drehen. Die D3S musste ihre Bild- und Filmqualitäten an den unterschiedlichsten Orten unter Beweis stellen, zum Beispiel in der Wüste, auf einer Hochzeit, in einem Nachtclub und bei den ägyptischen Pyramiden. Was mich wirklich schwer beeindruckt hat, ist die Geschwindigkeit, mit der wir, je nach Situation, von Foto- auf HD-Filmaufnahme umschalten konnten. Die Möglichkeit, hochwertiges Filmmaterial mit einer normalen DSLR-Kamera aufzunehmen, stellt einen unglaublichen Vorteil dar – schon allein, weil das ganze Equipment und die Stative herkömmlicher Filmkameras wegfallen. Beim Shoot einer Strassenszene auf einem Markt in Kairo konnten wir zum Beispiel recht unauffällig filmen, ohne grosse Menschenmassen anzuziehen, was die Dynamik der Szene völlig verändert hätte.«

Die Printkampagne wurde von Sven Jacobsen in Südafrika mit der Nikon D3X fotografiert.

Birgitta Olson, General Manager of Marketing Communications bei Nikon Europe, zum Start der Kampagne: »Mit dieser Kampagne möchten wir die Marke Nikon in Europa einer breiten Masse vorstellen. Indem wir unsere Kunden daran erinnern, dass sie es sind, die im Mittelpunkt einer jeden Aufnahme stehen, hoffen wir, ein völlig neues Verständnis für die Fotografie zu schaffen. Jeder soll sich mit der Fotografie selbst ausdrücken können – unabhängig von seiner Erfahrung im Umgang mit Kameras.«

Julia Peuckert, Planning Director bei Jung von Matt: »Wir glauben, dass diese Kampagne wirklich zum Kern dessen vordringt, was Fotografie heute bedeutet: Spass und Selbstverwirklichung. In der



Press Release

Kampagne spielen ausschliesslich reale Personen und echte

Situationen eine Rolle. Wir hoffen, dass sich die Kunden selbst darin wiedererkennen und sich von Nikon inspirieren lassen.«

Regisseur Ralf Schmerberg
Director of Photography Daniel Gottschalk

Jung von Matt/Spree

Matthias van de San	Produzent
Wolfgang Schneider	Managing Director/Creative
Andreas Freitag	Managing Director
Julia Peuckert	Planning Director
Ilan Schäfer	Management Supervisor
Sirkka Köster	Senior Account Manager
Jutta Caballero	Junior Account Manager
Christian Kroll	Creative Director Art
Peter Gocht	Creative Director Copy
Javier Suarez Argueta	Art Director
Björn Ingenleuf	Copy Writer
Fabian Sax	Creative Director Digital
Barbara Scholtysik	Social Media Manager
Nikolina Micic	Senior Account Manager
Mareike Geisker	Head of Design



Press Release

Änderungen und Irrtümer vorbehalten. März 2010

Alle weiteren genannten Produkte und Markennamen sind Marken oder eingetragene Marken der entsprechenden Rechtsinhaber.

©2010 Nikon Corporation

Pressekontakt:

Nikon AG

Andrea Camen

Public Relations

Tel: 043 277 2700

Fax 043 277 2781

eMail: press@nikon.ch

Weitere Informationen zu Nikon Produkten finden Sie auf: www.nikon.ch