

Ace & Tate: Me, Myself and I-Kampagne

Geschrieben von: Anna Proctor

Dienstag, den 03. April 2018 um 00:00 Uhr - Aktualisiert Dienstag, den 03. April 2018 um 13:31 Uhr



Lena Willikens und Juno Dijkshoorn, 'Me, Myself and I' ist nicht nur der Song, der den US-amerikanischen Rapper G-Eazy berühmt machte, sondern auch der Titel der neuen Kampagne des Amsterdamer Brillenlabels

[Ace & Tate](#).

Damit schlägt die Marke eine neue kreative Richtung ein, die den Fokus auf die Gesichter hinter der Brille lenkt.

Die Kampagne beleuchtet sechs vielseitige sowie einzigartige Charaktere, die ermuntern sollen, unsere eigene facettenreiche Persönlichkeit auszuleben. Ace & Tate will damit zeigen, dass sich Menschen nicht mit einem speziellen Brillenmodell über längere Zeit identifizieren sollen. Die Kampagne feiert somit eine universelle Wahrheit: Der Mensch ist ein komplexes Wesen, das aus verschiedenen Gedanken, kontinuierlich wechselnden Gefühlen, Bedürfnissen, Neigungen und Abneigungen besteht.

Um diese Komplexität zu verdeutlichen, soll das Konzept im Laufe des Jahres weiter ausgebaut werden – mit neuen Partnern, inspirierenden Namen und Kollektiven. Im Fokus stehen dabei Individualität und die Freiheit der Selbstdarstellung.

„Ace & Tate hat immer an die Individualität und die Freiheit des Selbstaudrucks geglaubt. Mit 'Me, Myself and I' setzen wir diesen Ansatz an die vorderste Stelle unserer Marke – eine klare Herausforderung die Menschen zu ermutigen, die verschiedenen Aspekte ihrer Identität zu erforschen“, so Kristofer Crockett, Head of Brand Marketing, Ace & Tate.

Die Kampagne ist ab sofort online unter

www.aceandtate.de

zu sehen.

Zimon Drake und Yinka Ilori



Ace & Tate: Me, Myself and I-Kampagne

Geschrieben von: Anna Proctor

Dienstag, den 03. April 2018 um 00:00 Uhr - Aktualisiert Dienstag, den 03. April 2018 um 13:31 Uhr

Mona Morrissey und Fatima Bramme Sey