

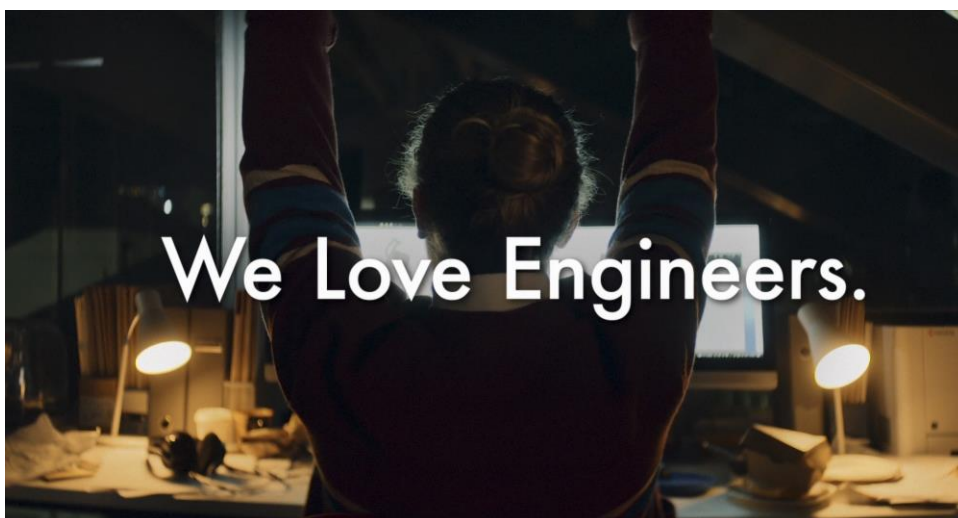
Presseinformation

Kyocera startet neue Markenkampagne „We Love Engineers“

Ein neues Video ehrt die Ingenieure dieser Welt, die in ihrem ganz eigenen Stil Innovationen entwickeln.

Kyoto/Neuss, 26. Januar 2023. Die Kyocera Corporation hat ihre neue Markenkampagne „We Love Engineers“ vorgestellt. Die Unternehmensgruppe beginnt das neue Jahr, indem sie den Ingenieursberuf und die unendliche Bandbreite an Innovationen ehrt, die die Ingenieure im Laufe der Jahre in unser Leben gebracht haben. Das [60-Sekunden-Video](#) wird zuerst auf den Online-Plattformen YouTube, LinkedIn und Googles Display & Video 360 Google gezeigt.

Video: [Hier klicken](#) oder unsere Website besuchen: <https://youtu.be/WaOdvxrfIs>



Kyoceras neue Markenkampagne: „We Love Engineers“

Die täglichen Bemühungen der Ingenieure, um unser aller Leben zu bereichern

Kyocera wurde 1959 von einem Ingenieur gegründet — dem mittlerweile verstorbenen Dr. Kazuo Inamori, der im Jahre 2000 in die U.S. National Academy of Engineering aufgenommen wurde — ihm folgten bald einige Kollegen, die seine neue Keramiktechnologie weltweit zugänglich machen wollten. In den letzten sechs Jahrzehnten haben die ca. 83.000 Mitarbeiter des Unternehmens eng mit kreativen Ingenieuren auf der ganzen Welt zusammengearbeitet, um Innovationen in High-Tech-Sektoren zu entwickeln, unter anderem in den Bereichen Halbleiter, Elektronik, Dokumentenlösungen, medizinische Produkte, Energie, Automotive und Raumfahrt. Ingenieure widmen ihre Zeit und Energie tagtäglich der Entwicklung und Herstellung von

Produkten, die unser Leben bereichern und für eine bessere Zukunft sorgen. Kyocera schätzt die unermüdlichen täglichen Bemühungen der Ingenieure sehr und hat die aktuelle Kampagne in Anerkennung ihrer Beiträge zur Gesellschaft entwickelt.

Kampagnenübersicht

Titel	„We Love Engineers“
Spezielle Website	„We Love Engineers“ https://global.kyocera.com/we_love_engineers/
Werbepattformen	LinkedIn, YouTube, Display & Video 360, usw.



Kyoceras Kampagnen-Website

Ingenieure sorgen für Fortschritt

Die Kampagne beruht auf dem Konzept, dass „Ingenieure für Fortschritt sorgen“. Ohne sie hätten wir keine Elektrofahrzeuge, Smartphones, medizinische Implantate oder erneuerbare Energien. Kyocera schätzt und unterstützt alle Ingenieure und wird weiterhin mit Ingenieuren aller Fachbereiche zusammenarbeiten, um die großen Herausforderungen unserer Zeit zu meistern.

Analyse des Kampagnenvideos

Das Video beginnt mit der Hypothese, dass „Ingenieure interessante Wesen“ sind. Menschen aus anderen Berufssparten verstehen manchmal nicht wirklich die Leidenschaft und „einzigartige“ Arbeitsethik eines Ingenieurs. Daher zeigt das Video auf lockere Weise ihre unersättliche Wissbegierde, außerordentliche Konzentration und Hartnäckigkeit gegenüber den Schwierigkeiten, denen sie begegnen. Um ihren unbezähmbaren Eifer bei der Lösung von Problemen zu unterstreichen, trägt ein erfrischender Soundtrack zum positiven und unbekümmerten Ton bei. Außerdem wurde das Video fast ausschließlich mit echten Ingenieuren



oder Ingenieurstudenten gedreht, um die Leidenschaft der Ingenieure für ihre Arbeit realistisch und empathisch darzustellen.

Eine spezielle Website zu Ehren der Ingenieure

Ein besonderes, mit dem Video verlinktes [Web-Feature](https://global.kyocera.com/we_love_engineers/) (https://global.kyocera.com/we_love_engineers/) wird auch auf Kyoceras globaler Website eingerichtet. Es umfasst Gespräche mit Ingenieuren von Kyoceras Partnern und Stakeholdern, die ihre Meinung über die Produktentwicklung und ihre Arbeit mit Kyocera darlegen.

In Zusammenarbeit mit Ingenieuren auf der ganzen Welt verpflichtet sich Kyocera auch weiterhin zur Entwicklung von Innovationen, um dringende gesellschaftliche Probleme zu lösen und eine bessere Zukunft für die Menschheit zu schaffen.



Für weitere Informationen zu Kyocera: www.kyocera.de

Über Kyocera

Die KYOCERA Corporation mit Hauptsitz in Kyoto ist einer der weltweit führenden Anbieter feinkeramischer Komponenten für die Technologieindustrie. Strategisch wichtige Geschäftsfelder der aus 298 Tochtergesellschaften (31. März 2022) bestehenden KYOCERA-Gruppe bilden Informations- und Kommunikationstechnologie, Produkte zur Steigerung der Lebensqualität sowie umweltverträgliche Produkte. Der Technologiekonzern ist weltweit einer der erfahrensten Produzenten von smarten Energiesystemen, mit mehr als 45 Jahren Branchenfachwissen. 2022 belegte Kyocera Platz 665 in der „Global 2000“-Liste des Forbes Magazins, die die größten börsennotierten Unternehmen weltweit beinhaltet.

Mit etwa 83.000 Mitarbeitern erwirtschaftete Kyocera im Geschäftsjahr 2021/2022 einen Netto-Jahresumsatz von rund 13,42 Milliarden Euro. In Europa vertreibt das Unternehmen u. a. Drucker und digitale Kopiersysteme, Halbleiter-, Feinkeramik-, Automobil- und elektronische Komponenten sowie Druckköpfe und keramische Küchenprodukte. Kyocera ist in Deutschland mit vier eigenständigen Gesellschaften vertreten: der KYOCERA Europe GmbH in Neuss und Esslingen, der KYOCERA Fineceramics Europe GmbH in Selb und Mannheim, der KYOCERA Automotive and Industrial Solutions GmbH in Dietzenbach sowie der KYOCERA Document Solutions GmbH in Meerbusch.

Das Unternehmen engagiert sich auch kulturell: Über die vom Firmengründer ins Leben gerufene und nach ihm benannte Inamori-Stiftung wird der imageträchtige Kyoto-Preis als eine der weltweit höchstdotierten Auszeichnungen für das Lebenswerk hochrangiger Wissenschaftler und Künstler verliehen (umgerechnet ca. 710.000 Euro* pro Preiskategorie).

*Erhebungszeitpunkt: 15.06.2022

Medienkontakt

KYOCERA Europe GmbH

Daniela Faust

Manager Corporate

Hammfelddamm 6

41460 Neuss / Deutschland

Tel.: 02131/16 37 – 188

Fax: 02131/16 37 – 150

Mobil: +49 175 72 75 70 6

E-Mail: daniela.faust@kyocera.de

www.kyocera.de

Serviceplan Public Relations & Content

Hannah Lösch

Communications Haus der Kommunikation

Friedenstraße 24

81671 München

Tel.: 089/2050 – 4116

E-Mail: h.loesch@house-of-communication.com