



PRESSEMITTEILUNG MAKERIST

**#meinDIYundich - Makerist feiert größtes internationales Online-Angebot mit
gefühlvoller Community-Kampagne**

- Neu: Makerist bietet jetzt größtes Online-Angebot rund um DIY
- Alles aus einer Hand: Von der Inspiration, zur Anleitung bis hin zu den Materialien
- Kampagne **#meinDIYundich** ruft dazu auf, die eigene DIY-Story zu teilen

Berlin, 23. November 2020. DIY liegt im Trend. Über 18 Millionen Deutsche nähen, stricken und häkeln regelmäßig, der Weltmarkt für Handarbeiten beträgt sogar knapp 100 Milliarden Euro. Dabei ist für viele das kreative Hobby mehr als nur ein reiner Zeitvertreib. Denn jedes selbst geschaffene Projekt ist für immer mit Erinnerungen verbunden und hat einen besonderen emotionalen Stellenwert. Egal, ob das selbst genähte Hochzeitskleid oder die gestrickten Babysöckchen - jedes DIY erzählt eine persönliche Geschichte.

Makerist, europäischer Marktführer für digitale Anleitungen und E-Learning-Produkte im Handarbeitsbereich, möchte solche Geschichten sichtbar machen und ruft mit der Kampagne **#meinDIYundich** dazu auf, diese mit der Community zu teilen.

Mittelpunkt der Kampagne bildet hierbei die Website, auf der Influencer*innen, Makerist-Mitarbeiter*innen und Designer*innen ihre eigenen DIY-Projekte und die dazugehörige Story präsentieren und die passenden Schritt-für-Schritt-Anleitungen zur Verfügung stellen. Auch Axel Heinz, Makerist-Gründer und CEO, stellt seine ganz persönliche Geschichte rund um das Makerist-Gründungs-Maskottchen vor.

Gleichzeitig fordern namhafte Influencer*innen aus der Handarbeitsbranche wie "Herrletter" und "susistrickliesel" auf Social Media zu einer Online-Challenge auf, bei der die Community ebenfalls ihre liebsten Kreativprojekte und ihre eigene DIY-Story teilen soll.

Anlass der Kampagne ist der Launch des größten internationalen DIY-Sortiments bei Makerist.

Getreu dem Motto "Alles aus einer Hand" bietet Makerist durch die perfekte Verbindung von Anleitung und Material ab sofort ein einzigartiges Kund*innenerlebnis, bei der sie von der Inspiration, über die Anleitung und den Materialien bis hin zum Austausch mit der

Community alles auf einer Plattform finden. Hierbei kommen einerseits Methoden der Künstlichen Intelligenz, aber auch die Community und deren Erfahrungen selbst ins Spiel, um einen noch größeren Mehrwert zu schaffen, der mit der persönlichen Beratung im Fachhandel vergleichbar ist.

“Ich freue mich sehr, dass wir nun jeden DIY-Wunsch erfüllen können und alles anbieten, was ein erfolgreiches Handarbeitsprojekt braucht. Und wir sind noch lange nicht fertig: Wir haben noch viele wirklich tolle Überraschungen auf dem Tisch, die es bald zu sehen gibt! ” , so Axel Heinz, Gründer und CEO von Makerist.

Am 24. November startet die rund zweiwöchige Kampagne mit Social-Media-Assets, Youtube-Video und Landingpage sowie umfangreichem Bildmaterial in Deutschland und Frankreich.

ÜBER MAKERIST GMBH:

Die digitale Kreativplattform für Handarbeit im Internet bietet kreative Anleitungen, Materialien und ausführliche Lernvideos rund ums Nähen, Stricken, Häkeln, Plotten und andere kreative Bereiche in Deutschland, Frankreich und in Großbritannien an. Über 1.200 internationale, selbstständige Designer*innen verkaufen über ein Provisionsmodell ihre Anleitungen, Schnittmuster und Video-Tutorials. Seit März 2020 ist Makerist eine Tochterfirma der fabfab GmbH, zu der auch stoffe.de gehört.

CREDENTIALS KAMPAGNE:

Verantwortlich bei Makerist: Luisa Beck: Head of Content, Julia Martin: Communications Manager, Laura Maciuca: Social Media Manager, Maike Gehling: Trainee Online Marketing, Bettina Kroner: Content Creator

PRESSEKONTAKT:

Julia Martin

Am Treptower Park 28-30 | 12435 Berlin

presse@makerist.de