

BAZAAR^{Harper's}

Information

Harper's Bazaar ab 15. Januar monatlich – gleichzeitig startet neues Online-Portal

Ab dem 15. Januar erscheint die traditionsreichste Modezeitschrift der Welt auch in Deutschland monatlich. Mit einer Launch-Ausgabe war die deutsche Harper's Bazaar im September 2013 sehr erfolgreich gestartet. Nun ist sie bereit für den Rhythmus, dem auch ihre 28 internationalen Schwesternmagazine folgen. Chefredakteurin Margit J. Mayer: „Diese Zeitschrift richtet sich an junge Frauen und an Frauen, die sich die besten Charakteristika der Jugend bewahrt haben: Neugierde, Toleranz und Tempo, Lernbereitschaft und Liebe zur Schönheit.“

Geschäftsführerin Manuela Kampff-Wirtz: „Wir sind stolz, diese legendäre Marke nun regelmäßig an den Kiosk zu bringen. Nach dem gelungenen Start sind wir überzeugt, dass sich der Titel bei Leserinnen und Anzeigenkunden etablieren wird.“

Die Februar-Ausgabe des Modemagazins aus Berlin zeigt Stacy Martin, die 23-jährige Entdeckung aus Lars von Triers neuem Film „Nymphomaniac“, sowohl auf dem Titel als auch in einer Modestrecke samt Textporträt von Rebecca Casati im Innenteil. Auf mehr als 200 Seiten findet die Leserin außerdem international produzierte Mode- und Beauty-Themen, inspirierende Kulturfeatures und überraschende Einblicke in die Fashionwelt.

Pünktlich zur neuen Ausgabe startet auch *harpersbazaar.de*. Das im Herbst gelaunchte Redaktionsblog bleibt dabei fester Bestandteil der neuen Seite. Die Leserin finden neben spannenden Meldungen, professionellen Einblicken in die Welt der Mode und Insidertipps auch Geschichten aus der *Bazaar*-Redaktion. Die neue Website besteht aus den vier Hauptrubriken Beauty, Fashion, Living sowie Zeitgeist und zeichnet sich durch opulente Gestaltung aus. Werbekunden erzielen mit der sogenannten „Fullscreen Ad“ eine einzigartige Platzierung mit hoher Werbewirkung. Und natürlich ist *harpersbazaar.de* auch mobil-optimiert auf Tablets und Smartphones verfügbar.

Ab 14. Januar wird das neue Kampagnenmotiv mit dem Cover von *Harper's Bazaar* an 800 hochwertigen Außenwerbeflächen sowie in Tageszeitungen, Printmagazinen und an wichtigen Verkaufsstellen geschaltet. Das Bruttowerbevolumen beträgt zwei Millionen Euro.

Die Vermarktung von Harper's Bazaar und *harpersbazaar.de* übernimmt BCN (Burda Community Network). Harper's Bazaar erscheint im Joint Venture des US-Medienkonzerns Hearst und Hubert Burda Media.

BAZAAR^{Harper's}

Weitere Informationen:

Regine von Kameke

Corporate Communications

Hubert Burda Media

Fon: 0 89 / 9250 -2782

regine.vonkameke@burda.com

www.hubert-burda-media.de

www.burda-news.de

München, den 13. Januar 2014