

DAS IST NICHT NORMAL: BCN ENTWICKELT INNOVATIVEN BEIHEFTER MIT NOPPENFOLIE FÜR PLAYBOY

Deutschlands größter Zeitschriftenvermarkter realisiert Ad Special mit Suchtfaktor

München, 5. Dezember 2013 – Automobil-Anzeigen in Männermagazinen, typisch. Ganz so typisch ist das neue Ad Special der BMW AG, das ab heute im PLAYBOY (1/14) zu sehen ist, allerdings nicht. Es handelt sich um einen Beihefter mit Noppenfolie für MINI, entwickelt von BCN (Burda Community Network). Durch ihre spezielle Aufmachung sorgt die Anzeige für einen zusätzlichen Eye-Catcher im Heft und ein haptisches Vergnügen, das es in einer deutschen Zeitschrift so noch nie gab.

Das Motiv des Beihefters zeigt die Umriss eines MINI, weiß auf schwarzem Hintergrund, mit der Überschrift: „Macht sofort süchtig“. Gemeint sind damit das Auto und die über dem Beihefter liegende Noppenfolie, die den Leser intuitiv auffordert selbige zu zerdrücken.

Das doppeldeutige Ad Special bringt zwei Dinge auf den Punkt: Spiel und Spaß. Und von beidem kann man bekanntlich nicht genug bekommen. Das unerwartete, branchenfremde Material des Ad Specials spricht den Leser sofort an und bringt ihn vor allem dazu, sich spielerisch mit dem Produkt auseinander zu setzen. Wer ein Stück der mit Luft gefüllten Bläschen-Folie in die Hände bekommt, weiß sofort was zu tun ist.

„Das Zerdrücken einer Noppenfolie macht genauso „süchtig“ wie MINI fahren. Durch das Verwenden des branchenfremden Materials hat die Anzeige einen deutlichen Erlebnis-Charakter und bleibt somit auch länger im Gedächtnis“, sagt Petra Hill, Head of Production Management BCN.

Eine Herausforderung im Herstellungsprozess war vor allem die Suche nach dem richtigen Klebstoff und der passenden Folie. Aufgrund der Empfindlichkeit der einzelnen Noppen und der passgenauen Form über dem Rahmen des Beihefters musste die Folie per Hand aufgeklebt werden. Gemeinsam mit der Mediaagentur Mediaplus Media 1 und der Kreativagentur Sassenbach Advertising meisterte BCN diese Hürde dennoch erfolgreich. Hill: „Der Aufwand bei der Realisation war zwar entsprechend höher, das Ergebnis zeigt aber auch, dass BCN für jeden Kunden eine individuelle Lösung findet“.

BCN

■ Burda Community Network

Burda Community Network GmbH
Arabellastraße 23
81925 München
T +49.(0)89.92 50.0
F +49.(0)89.92 50.2769
info@burda.com
www.burda-community-network.com

Geschäftsführer:
Andreas Schilling
Handelsregister:
Amtsgericht Freiburg i. Br.
HRB 471582

a hubert burda media company

ÜBER BCN

BCN (Burda Community Network GmbH) ist ein internationales Sales Netzwerk, das sich weltweit über 17 Länder erstreckt. Als zentraler Werbevermarkter des Medienkonzerns Hubert Burda Media verbindet BCN die Markenwelten von Wirtschaftsunternehmen mit den Themenwelten von Hubert Burda Media und externen Mandanten. Die innovative Organisationsstruktur von BCN besteht aus drei Marktschnittstellen: zu werbungstreibenden Unternehmen, Mediaagenturen und Medien. Dadurch entstehen medien- und technologieübergreifende Kommunikationslösungen schnell, effizient und kreativ. Mit seinem nationalen Vermarktungsportfolio erzielt BCN einen Anteil am Werbemarkt von 18,5 Prozent und einen Umsatz von über 670 Millionen Euro (Quelle: Nielsen Media Research 2012). Damit ist BCN führend unter den europäischen Zeitschriftenvermarktern.

Für Rückfragen:

Christiane Blana
Senior PR-Manager
Corporate Communications
Hubert Burda Media
Arabellastraße 23
D-81925 München
Fon: +49 (0) 89/92 50-2954
E-Mail: christiane.blana@burda.com

BCN

■ Burda Community Network