

BCN UND BULGARI: Ad Special sorgt für Perspektivwechsel auf dem Cover der *Elle*

Hamburg, 15.10.2015 – Cover-Clou: Für seine neue Schmuckkollektion hat Bulgari mit BCN (Burda Community Network) ein besonders aufmerksamkeitsstarkes Ad Special umgesetzt. Das „Lentikularcover“ in der Aboauflage der *Elle* 11/2015 zeigt je nach Blickwinkel die Anzeige von Bulgari für Schmuck oder das Titelbild der *Elle*. Der Übergang zwischen beiden Titelvarianten ist fließend. Das Lentikularcover wurde von BCN mit der Mediaagentur Carat Hamburg realisiert.

Bulgari Marketingleiterin Andrea Pogany: „Ich freue mich über die gelungene Darstellung unserer neuen Schmuckkollektion und die gute Zusammenarbeit mit Carat Hamburg und BCN. Im Umfeld der *Elle* präsentieren wir uns als Marke mit dem überraschenden Cover sehr aufmerksamkeitsstark und edel.“

Das Verfahren hat dem Ad Special-Team des BCN, das für seine Leistungen bereits mehrfach ausgezeichnet worden ist, besondere Präzision abverlangt: Bei der Lentikulartechnik wird nicht auf Papier, sondern auf Folie gedruckt, die durch eine Reihe von stabförmigen Linsen je nach Blickwinkel völlig unterschiedliche Bildinformationen bietet. Die Folie wird anschließend auf den Umschlag geleimt. „Die Produktion war aufgrund der Arbeitsschritte eine kleine Herausforderung, die uns hervorragend gelungen ist. Für die Leserin ist die plastische Darstellung des Motivs und die sensorische Wahrnehmung besonders schön“, sagt Otto Kiefer, Head of Production Management BCN.

Sabine Adleff, Head of Brand Management BurdaStyle Luxury: „Als High End-Titel ist *Elle* für eine außergewöhnliche Form der Markeninszenierung von Bulgari prädestiniert und diese ist hier besonders schön gelungen.“