

WELEDA SETZT MIT BCN AUF VÖLLIG NEUE WERBEINSZENIERUNG

In der aktuellen DONNA schiebt sich die revitalisierende Pflegelotion „Nachtkerze“ von selbst in das Blickfeld der Leserin

München, 08. Oktober 2014 – Jetzt kommt die Pflegelotion per Zeitschrift: Für den Naturkosmetikhersteller Weleda entwickelte BCN ein völlig neues Ad Special. Dabei ist die Warenprobe in einen vierseitigen Beihefter integriert. Das Besondere daran: Die Produktbeilage schiebt sich beim Aufschlagen dieser Sonderwerbeform automatisch über den oberen Heftrand und damit ein Stück weit aus der Zeitschrift heraus.

Generell ermöglicht der Beihefter dem Werbetreibenden auf vier Seiten ausreichend Platz, Produktneuheiten oder Informationen aus dem Unternehmen vorzustellen. In diesem Fall präsentiert Weleda die „Nachtkerze-Pflegeserie“, etwa mit revitalisierender Pflegelotion oder Tages- und Nachtpflege.

Zu sehen ist der außergewöhnliche Werbeauftritt in der Aboausgabe der aktuellen DONNA (Ausgabe 11, EVT: 08.10.2014). „Individuelle, aufmerksamkeitsstarke und perfekt zur Marke passende Inszenierungen werden ein immer wichtigerer Erfolgsfaktor: Damit wächst insgesamt die Bedeutung von Ad Specials im Bereich der Printwerbung. Fast keine Idee ist dabei so ausgefallen, dass wir sie bei BCN nicht realisieren könnten“, so Ute Veyhl, Project Manager bei BCN. „Das hier realisierte Ad Special ist aufmerksamkeitsstark und verzichtet dabei trotzdem auf vordergründige Effekthascherei. Es spiegelt unseren natürlichen Charakter für zeitlose Schönheit perfekt wider und vereint Tradition mit Innovation“, erläutert Susanne Toth, Product Manager Körperpflege D/A/CH von Weleda.

Das Ad Special entwickelte BCN gemeinsam mit der Weleda-Media-Agentur PHD Germany. Das Traditionsunternehmen Weleda vertraut seit vielen Jahren auf den Werbeträger Zeitschrift.

ÜBER BCN

BCN (Burda Community Network GmbH) ist ein internationales Sales Netzwerk, das sich weltweit über 20 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 19 Prozent und einen Umsatz von über 511 Millionen Euro (Quelle: Nielsen Media Research 2013). Damit ist BCN Deutschlands größter sowie führend unter den europäischen Zeitschriftenvermarktern. Erfahren Sie mehr über uns auf: bcn.burda.de.

BCN.
a Burda company

Burda Community Network GmbH
Arabellastraße 23
81925 München
T +49.(0)89.92.50.0
F +49.(0)89.92.50.2769
bcn.burda.de

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

ANSPRECHPARTNER

CHRISTIANE BLANA

Senior PR-Manager

Corporate Communications

Hubert Burda Media

Arabellastraße 23

81925 München

Deutschland

Fon: +49 (0) 89/92 50-2954

E-Mail: christiane.blana@burda.com