

Presse Information

„Jetzt 'ne Zeitschrift.“ – BBDO Düsseldorf macht Lust auf Lesen

Integrierter Auftritt für den Verband der Deutschen Zeitschriftenverleger (VDZ) inszeniert den emotionalen Stellenwert des Mediums Zeitschrift

Düsseldorf, den 21. Juni 2007 – „Jetzt 'ne Zeitschrift.“ lautet das zentrale Motto der VDZ Gattungskampagne, die BBDO Düsseldorf und Interone Worldwide entwickelt haben. Die Kampagne wendet sich direkt an die Leser und zeigt die verschiedenen Rollen von Zeitschriften. Ob als Ratgeber, „Entspannungsspender“ oder Lifestyle-Guide – Zeitschriften bieten Orientierung und begleiten in vielen Lebenssituationen. Im Pitch um den Prestige-Etat setzten sich die BBDO-Agenturen gegen namhafte Konkurrenz durch.

Die Anzeigenmotive zeigen Menschen in Alltagssituationen, die aus unterschiedlichen Gründen gut eine Zeitschrift gebrauchen könnten. So ist eines der Motive, das einen hilflos wirkenden jungen Mann im Autohaus zeigt, überschrieben mit: „Ist das Leasingmodell gut für mich – oder für den Verkäufer?“ Ein weiteres Motiv zeigt ein Paar, das ratlos vor einer Wand aus Fernsehern steht: „Irgendwo hier steht unser neuer Fernseher. Schade, dass uns keiner sagen kann, wo.“ Die humorvollen Headlines weisen auf das fehlende Element in den einzelnen Motiven hin, das durch die eigens kreierte Wort-Bildmarke „Jetzt 'ne Zeitschrift.“ aufgelöst wird. Die 2/1- und 1/1-Printanzeigen sind ab Ende Juni in allen großen deutschen Publikumszeitschriften zu sehen.

Poster, Deckenhänger und Floorgraphics machen in Zeitschriftenhandlungen, Kiosken und Bahnhofsbuchhandlungen auf die Kampagne aufmerksam. Darüber hinaus laden Coffee-To-Go-Becher und Brötchentüten mit Aufdrucken wie „Eine Hand haben Sie noch frei...“ und „Einmal mit Sesam. Einmal mit Mohn. Einmal mit Klatsch.“ zur Zeitschriftenlektüre ein.

Begleitend zu diesen Maßnahmen hat Interone Worldwide eine Website entwickelt. Unter www.jetzt-ne-zeitschrift.de kann der User die gesamte Kampagne auch online erleben sowie im Rahmen eines Gewinnspiels sein eigenes Anzeigenmotiv kreieren und von anderen Usern bewerten lassen. Das beste Motiv wird vom VDZ prämiert und als Anzeige geschaltet. Neben dem Hinweis auf allen Anzeigenmotiven machen Onlinewerbemittel auf die Kampagnen-Site aufmerksam.

„Zeitschriften sind ein sehr persönliches Medium, das von der engen Bindung zu seinen Lesern lebt. Mit der Kampagne erinnern wir die Leser zum richtigen

Zeitpunkt an Zeitschriften und betonen ihren emotionalen Stellenwert im Alltag“, so Ralf Zilligen, Kreativchef von BBDO Düsseldorf.

Hinweis: Kampagnenmotive zum Download finden Sie unter www.bbdo.de (Presse/Pressebilder).

VDZ

Der VDZ ist der Dachverband der Deutschen Zeitschriftenverleger. Erstmals 1929 gegründet, wird er heute von 7 Landesverbänden getragen. Im VDZ sind rund 400 Verlage organisiert, die zusammen mehr als 3.000 Zeitschriften verlegen.

BBDO Germany

BBDO Germany ist Deutschlands führende Unternehmensgruppe für marktorientierte Kommunikationslösungen. Die Agentur wurde 1956 in Düsseldorf gegründet und wird von Klaus-Peter Schulz, CEO, geführt. Das Leistungsportfolio basiert dabei auf drei Säulen: innovativ, integrativ und international. BBDO Germany vernetzt das gesamte Kommunikations-Know-how: Consul-ting, Content und Creation, Branded Entertainment, Multichannel und New Media, Public Relations, Absatzförderung und Channel-Marketing, Media, Power-Sales, Sponsoring, Events und Corporate Identity. BBDO Germany betreut seit vielen Jahren renommierte Kunden wie Allianz, Deutsche Post, Dr. Oetker, Henkel, LBS, Masterfoods, Mercedes-Benz und Wrigley national und international. Für weit mehr als die Hälfte der Kunden realisiert die Kommunikationsgruppe integrierte Marketing- und Werbekonzepte. Durch zahlreiche Kooperationen mit Universitäten liefert BBDO Germany kontinuierlich innovative Impulse für Themen wie Strategische Markenführung, Markensteuerungsprozesse, integrierte Kommunikation und Konsumentenwissen. Das Unternehmen gehört mit zahlreichen nationalen und internationalen Auszeichnungen zu den am häufigsten ausgezeichneten Agenturgruppen.

Verantwortlich beim VDZ

Holger Busch, Geschäftsführer Marketing und Anzeigen
Ludwig von Jagow, Leiter Fachbereich Vertrieb

Verantwortlich bei BBDO Düsseldorf

Beratung: Meike Schmitz, Stefan Adams

Kreation: Ralf Zilligen, Stefan Vonderstein, Sonja Wahjudi, Dietmar Neumann

Planung: Nicola Brown

Art Buying: Birgit Paulat, Eva à Wengen

POS-Produktion: Schaufler GmbH Düsseldorf

Fotograf: Julia Fullerton-Batten, repräsentiert durch Christa Klubert
International Photographers

Post-Production: Stefan Kranefeld, Düsseldorf

Ansprechpartner bei BBDO Düsseldorf

Stefan Vonderstein

T. +49.211.1379- 8810

Ansprechpartner bei Interone Worldwide

Stefan Wolters

T +49.221.54 960 – 228

Ansprechpartner bei BBDO Germany

BBDO Germany GmbH

Ingeborg Trampe

Director Marketing & Communications

T. +49.211.1379-8103

F. +49.211.1379-918103

M. +49.173.311 3675

presse@bbdo.de

www.bbdo.de