

Frauen lieben Geheimnisse: L'ORÉAL und GLAM lüften die Geheimnisse der Stars

München 12. März 2009 - GLAM Media Deutschland, (www.glam.de) ist exklusiver Vermarktungs-Partner für die neue Online-Kampagne von L'ORÉAL PARiS rund um www.lorealsecrets.de.

Start der sich aufbauenden Kampagne ist ein „geheimnisvolles“ Gewinnspiel - ganz nach dem Motto „Alle großen Stars haben ein Geheimnis - ihren Visagisten“. L'ORÉAL PARiS hat eine neue Produktlinie entwickelt, die Frauen zum Star machen soll und veranstaltet vorab ein Gewinnspiel, bei dem u.a. virtuelle Stylings zu gewinnen sind. Nach und nach werden dann die weiteren Geheimnisse gelüftet...

„Wir erstellen das virtuelle Styling nicht mit einer Software, sondern setzen echte Profis daran, die Frauen individuell zu schminken. Das Ergebnis ist beeindruckend. Man bekommt sein eigenes Bild zurückgeschickt - perfekt geschminkt - und merkt, wie viel man durch Styling aus sich herausholen kann. Die Gewinnerinnen werden begeistert sein“, freut sich Isabel Schneeweiß, Group Manager Internet & CRM bei L'Oréal Paris.

GLAM entwickelte für L'ORÉAL PARiS eine Kampagne bestehend aus einem maßgeschneiderten Mix aus den unterschiedlichsten Sonderwerbformen wie ein dediziertes Spokesblogger-Programm, Newsletter- und Mail-Integrationen, Gewinnspiel und Advertorial Platzierungen sowie den klassischen Online-Werbformen (Skyscraper, Content Ad und Leaderboard).

„GLAM ist der Spezialist für Frauen und Sonderwerbformen. Wir entwickelten für L'ORÉAL PARiS ein dramaturgisch aufgebautes Kommunikations-Konzept“, so Katja Dalhöfer, Director Sales Glam Deutschland. „Neben den kommunikativen Aspekten bieten insbesondere die Sonderwerbformen einen inhaltlichen Mehrwert für die Nutzer.“

„Wir freuen uns mit GLAM Media Deutschland einen optimalen Partner gefunden zu haben, mit dem die Produkt-Lancierung einer neuen Maquillage-Linie von L'ORÉAL PARiS zielgruppengerecht mit integrativen Maßnahmen realisiert werden kann. Mit besonders innovativen Ansätzen, wie z.B. Spokesblogger-Programm, können neue Anwenderinnen über das Medium Online gewonnen und der Erfolg der Kampagne gewährleistet werden“, ergänzt Dagmara Greve Media Group Head, Zed Digital.

Mit ein bisschen Glück wird man so in den nächsten Wochen dank des GLAM Netzwerks und L'ORÉAL PARiS zum Star.

GLAM bietet ein einzigartiges vertikales Netzwerk von fast 60 Partnern darunter Bequeen, Paradisi, Gault Millau, Beautynet, Womensnet und spezialisierte Meinungsträger im Fashion- und Lifestyle-Bereich wie f&art, deluxe-label.de, modabot und LesMads.de. Zusammen mit den eigens produzierten redaktionellen Inhalten bietet GLAM eine qualitativ hochwertige Ansprache insbesondere von weiblichen Zielgruppen im Internet. Darüber hinaus vermarktet GLAM in Deutschland auch Top-Verlagstitel wie Cosmopolitan, Für Sie und Joy.

Glam ist die Nummer Eins bei der Zielgruppe Frauen im deutschsprachigen Internet. Laut comScore erreicht GLAM über 3 Millionen Unique Visitors in dieser Zielgruppe. Das komplette GLAM Netzwerk wird mit dem ersten Quartal 2009 ebenso bei der AGOF ausgewiesen werden.

L'Oréal Paris

Die internationale Konsumgütermarke L'Oréal Paris steht für ein breit gefächertes Sortiment von Pflege- und Konsumgüterprodukten. Hautpflege, Make-up, Colorationen, Haarpflege und Haarstyling - die Produktpalette von L'Oréal Paris umfasst viele ganz unterschiedliche Produkte und Marken wie Dermo Expertise, Elvital oder Studio Line. Seit vielen Jahren präsentiert das Unternehmen diese Vielfalt konsequent unter dem gemeinsamen, starken Markendach "L'Oréal Paris" mit dem Claim: "L'Oréal Paris - weil Sie es sich wert sind".

Die Marke steht mit ihren Produkten für Forschungskompetenz auf höchstem Niveau. Gleichzeitig verkörpern die international bekannten Botschafter der Marke eine Welt voller Glanz und Glamour: Persönlichkeiten wie Penélope Cruz, Andie MacDowell, Jane Fonda oder Pierce Brosnan agieren als internationale Markenbotschafter und sprechen unterschiedliche Zielgruppen an. Sie präsentieren auf ideale Weise die Werte von L'Oréal Paris, die auch die Werte der Frauen von heute sind - selbstbewusst, engagiert und feminin zugleich zu sein.

L'Oréal Paris ist ein eigenständiger Geschäftsbereich und Kernmarke innerhalb der L'Oréal Gruppe, dem weltweit größten Kosmetik-Anbieter.

Über Glam Media

Glam Media ist ein Technologie- und Medien-Unternehmen für die qualitativ hochwertige Ansprache von Zielgruppen rund um die Themen Mode, Gesund Leben, Schönheit, Unterhaltung und Aktuelles. Die Reichweite seines Content-Netzwerks liegt bei 54 Millionen Unique Visitors im Monat in den USA (comScore Media Metrix) über 100 Millionen Unique Visitors weltweit. Sie geht zurück auf eigenständig produzierte redaktionelle Inhalte sowie das sorgsam selektierte Glam-Publisher-Netzwerk. Es umfasst mehr als 1000 meinungsbildende Premium-Webseiten, Blogs und Online-Magazine für Frauen, erschlossen nach Themen auf länderspezifischen Webseiten wie www.glam.com und www.glam.de. Ziel von Co-Gründer und Geschäftsführer Samir Arora war es, Unternehmen aus dem Premium-Marken-Segment einen neuen Zugang zu Online-Reichweite und Zielgruppen-Targeting zu bieten. Glam Medias Stammsitz ist in New York City und Brisbane/San Francisco, Kalifornien, die deutsche Niederlassung hat ihren Sitz in München mit Büros in Hamburg, Berlin und Düsseldorf.