

Presseinformation

17. März 2016

WOMAN launcht neuen Markenauftritt

Österreichs unangefochtene Nr. 1 der Frauen- und Lifestyle-Magazine launcht im Geburtstagsjahr (15 Jahre WOMAN) eine reichweitenstarke Empowerment-Kampagne.

Gestartet als 14-tägiges österreichisches Frauenmagazin vor 15 Jahren, ist WOMAN inzwischen weit mehr als nur Lesestoff. Seit Gründung des Magazins wurde das Produkt- und Markenportfolio kontinuierlich erweitert, insbesondere das Angebot im digitalen Bereich rund um woman.at oder auch mit dem WOMAN DAY, inzwischen größter nationaler Shopping-Erlebnistag und DER Frequenztreiber für den österreichischen Handel.

WOMAN begleitet die Frauen Österreichs durch alle individuellen Phasen und Bereiche ihres Lebens, bietet über alle Kanäle und Touchpoints Anlaufstelle, Inspirationsquelle sowie Austauschmöglichkeit und aktiviert und bestärkt sie in ihrem Tun.

Gemeinsam mit der Agentur MarkenStern und einem hochkarätigen Team an Kreativen wurde der neue Markenauftritt entwickelt.

WOMAN möchte sich klar von einer Magazin-Marke zur unverzichtbaren Frauen-Marke weiterentwickeln und soll als Plattform und Community verstanden, spürbar und erlebbar werden. Im Mittelpunkt stehen Österreichs Frauen in all ihrer Individualität, mit ihren konkreten Zielen, Wünschen und Sehnsüchten, ihren Persönlichkeiten und Lebensphasen. Heldin ist nicht die Marke, sondern die Frau.

Daher wurde anstelle eines bloßen Claims ein größerer Gedanke entwickelt, der die Marke entsprechend untermauert und das Potenzial hat, ein selbstbewusstes Statement aller Frauen zu werden: **Können wir. WOMAN.**

Dieses Statement trägt die neue Kampagne sowie die gesamte Markenkommunikation.

News

profil

woman

tv media

e media

trend.

GUSTO

Lust aufs **LEBEN**

auto
revue

golfrevue

yacht
revue

BÜHNE

VGN DIGITAL

Es ist die Antwort auf alle Herausforderungen, denen Frauen im Alltag begegnen. Es bestärkt sie in ihre unterschiedlichen Facetten und definiert ihr Selbstverständnis allein sowie als Teil einer Community.

„Können wir.“ ist mehr als ein Werbeclaim, es ist eine Botschaft, die zur Bewegung wird.

Der neue Auftritt startet mit einer breit angelegten crossmedialen Kampagne in allen Medien – Print, TV, Kino, Hörfunk, OOH, Digital. Das Herzstück des neuen Auftritts ist Bewegtbild – ein Spot, der als 60-, 30- sowie in verschiedenen Cutdowns als 20-, 10- und 5-Sekunden-Version über alle Kanäle gespielt wird. Für alle digitalen Kanäle gibt es einen eigenen „Director’s Cut“.

Die Spots wie auch die Outdoor- und Printsujets arbeiten mit starken, emotionalen Bildern und dazugehörigen Botschaften und Herausforderungen – kleine, große, alltägliche und einzigartige - ernsthaft, aber auch immer mit einem Augenzwinkern. Statements von Frauen, die mit einem charmanten, selbstbewussten und engagierten „Können wir.“ signiert sind.

Unterstützt und abgerundet wird die neue Markenkommunikation durch eine Hashtag-Kampagne #könnenwir über Social Media.

In WOMAN sowie auf woman.at/koennenwir präsentiert sich die Kampagne vor und hinter den Kulissen. Das ganze Jahr über werden im Heft und auf der Homepage Storys von unseren Protagonistinnen und Österreichs Frauen präsentiert.

Euke Frank, Herausgeberin und Chefredakteurin: „WOMAN ist längst viel mehr als ein erfolgreiches Printprodukt. WOMAN zählt zu den stärksten und beliebtesten Frauenmarken in ganz Österreich. Mit der neuen Kampagne wollen wir ein Mal mehr zeigen: Wir sind Wegbegleiter für alle Frauen in diesem Land, egal in welchem Alter, egal in welcher Lebenssituation sie sich befinden, egal wie klein oder groß ihre Anliegen sind. Und deshalb spielen in unseren neuen Spots auch ganz authentische Frauen die Hauptrolle.“

Maria Gruber, Head of Marketing & Business Development: „Wir haben einen sehr intensiven Strategieprozess durchlaufen, um die Marke WOMAN weiter aufzuladen. Von Anfang an sollte es mehr als eine klassische Kampagne sein. Wir wollen eine Bewegung starten, die auf viel Identifikation in der Zielgruppe trifft. Unsere DarstellerInnen kommen aus dem Leben – authentisch, emotional, facettenreich – und sind das, was uns Frauen ausmacht, unterscheidet, aber auch miteinander verbindet.“

Credits:

Kunde: Verlagsgruppe News GmbH; Agentur: Markenstern / Alice Nilsson

Kreation: Julia Zemann / Elli Hummer; Regie: Marieli Fröhlich

Produktion: mel p; Fotograf: Per Kasch

Ton: Innenhofstudios; Post-Produktion: Apollon Pictures

Fotocredits:

Kampagnen-Sujets: Per Kasch / VGN

Euke Frank, Chefredakteurin & Herausgeberin WOMAN: Oliver Topf / VGN

Maria Gruber, Head of Marketing & Business Development WOMAN: Michael Appelt / VGN

Über WOMAN

WOMAN ist Österreichs Frauenmedienmarke Nr. 1. Seit dem Launch 2001 ist das 14-tägig erscheinende Frauen- und Lifestyle-Magazin Marktführer (Druckauflage 180.608, Quelle ÖAK 2. Hj. 2015 / Reichweite Frauen 14 bis 49 Jahre + ABC1 15%, Quelle MA 2014/15). WOMAN bietet alles, was Frauen lieben: die aktuellsten Trends aus Mode und Beauty, spannende Reportagen sowie ganz viele Tipps und Inspiration für Gesundheit, Ernährung, Fitness & Freizeit. Zahlreiche Kaufmagazine zu Top-Interest-Themen ergänzen das Printportfolio. WOMAN.at ist mit 1,6 Millionen Visits eines der großen Online-Portale für Frauen in Österreich (ÖWA Februar 2016, Wert gerundet), zählt mehr als 46.000 Newsletter-AbonentInnen und erreicht über 144.000 UserInnen via Social Media.

Das Marken-Ecosystem wird kontinuierlich erweitert, um Österreichs Frauen über alle relevanten Kanäle zu erreichen und zu begeistern, u. a. mit dem WOMAN DAY – Österreichs größtem Shopping-Erlebnistag.

Pressekontakt

Assistentin des Vorsitzenden der
Geschäftsführung

Mag. Melanie Stank
Tel.: +43 1 213 12 – 6801
E-Mail: stank.melanie@vgn.at

Verlagsgruppe News Gesellschaft m.b.H., Wien

