

Cosmopolitan-DVD unterstreicht Beauty-Kompetenz

Wer Kompetenzfelder durch spannende Zusatzangebote vertieft, steigert die Aufmerksamkeit der Zielgruppe. Cosmopolitan realisiert daher immer wieder neue Specials, welche die Themen-Schwerpunkte des Heftes – Karriere, Partnerschaft, Sex, Beauty und Mode – erfolgreich unterstreichen.





PETER MACHALETT,
Produktmanagement MVG Medien
Verlagsgesellschaft München.



Die anhaltende Begeisterung der Leserinnen für neuartige Angebote wie beispielsweise Sex-Booklet, Hairspecial und Horoskop-Booklet bestätigt uns in unserer Strategie, als Ergänzung zum klassischen Magazin weitere Informationswege zu erschließen – auch unter Einbindung zusätzlicher Medienformen. Je innovativer die Umsetzung, je kreativer die Präsentation und je eingängiger die Inhalte, desto attraktiver erlebt die Leserin das jeweilige Special.

Mit der September-Ausgabe bietet *Cosmopolitan* eine einzigartige Beauty-DVD mit dem perfekten Make-up für jeden Typ und jede Gelegenheit. Vorausgegangen sind dem Projekt zahlreiche Gespräche und Marktforschungen. Ziel war es, die Leserinnen das Entstehen und Nachkreieren professioneller Beauty-Looks hautnah mitverfolgen zu lassen.

Die DVD erwies sich als das ideale Medium, da sie komplexe Darstellungsoptionen vereint – aus dem Magazin direkt auf den Bildschirm der Zielgruppe. Die Leserinnen können, wann immer sie wollen, auf die DVD zurückgreifen und die Beauty-Tipps nach Lust und Laune anwenden. Die Kernkompetenz der Marke *Cosmopolitan* kann so ebenfalls auf dem Trägermedium DVD erlebt werden.

Da die *Cosmopolitan*-Leserin generell sehr anspruchsvoll ist, bestand die Herausforderung vor allem darin, die Umsetzung genau auf ihre Bedürfnisse anzupassen: hochwertig, erwachsen, kreativ und informativ. Die kosmopolitische, moderne und visionäre Leserin schätzt und liebt *Cosmopolitan* bekanntlich dafür, dass das Magazin so ist wie sie: stark, smart, sexy.

Eine entscheidende Grundlage, um das Projekt zu realisieren, war die Kooperation mit einem hochkarätigen Partner aus der Beauty-Branche, der die Ansprüche der Leserin erfüllen kann. Erfreulicherweise ist dies gelungen. So konnten wir den Kosmetik Konzern Shiseido, einen der führenden Spezialisten für Beauty



BEAUTY-DVD Mit ihrer Kooperation schufen „Cosmopolitan“ und Shiseido echten Mehrwert.

und Wellness, mit unserem Konzept national und international überzeugen.

Nach mehr als 100 Jahren Erfahrung im Bereich der Kosmetik zeichnet sich Shiseido durch eine einzigartige Fachkompetenz in der Entwicklung von Produkten mit fortschrittlichster Technologie aus. Durch die DVD profitiert Shiseido von der einmaligen Möglichkeit, seine hochwertigen Produkte den *Cosmopolitan*-Leserinnen in einer ergänzten Form zu präsentieren.

Ganz besonders haben wir uns über die Zusage von Shiseido Artistic Director Make-up Dick Page gefreut. Dick Page ist verantwortlich für Kreation und Produktentwicklung „The Makeup“, der dekorativen Linie des japanischen Konzerns. Er ist ein weltweit gefragter Make-up-Artist, der sich in der Welt der Schönheit einen Namen gemacht hat und hauptverantwortlich für die Schauen von Stardesignern wie Michael Kors, Narciso Rodriguez und Marc Jacobs kreiert. Zu seinen prominenten Kundinnen gehören unter anderem Catherine Zeta-Jones, Iman und Julianne Moore.

Unter seiner Anleitung werden die Looks BASICS, BUSINESS-Look, TAGES-Look, TREND-Look und GLAMOUR-Look step by step zum einfachen Nachkreatieren vorgeführt. Die Kompetenzen unserer Beauty-Redaktion in Kombination mit dem Fachwissen von Shiseido und Dick Page haben sich bei der Erstellung der Traum-Looks hervorragend komplettiert.

Die Leserinnen erhalten durch die DVD nicht nur einen Einblick in die Umsetzung attraktiver Looks, sondern erfahren von Dick Page auch zahlreiche Insider-Infos. Er beantwortet Fragen wie: Auf welche Weise sind die neuen Farbkombinationen der Make-up-Linien entstanden? Was sind überhaupt Trends? Und muss man wirklich jede Mode mitmachen? Wie bewerten Stars gewisse Looks? ...

Ausschlaggebender Faktor für das hohe Qualitätsniveau der DVD ist, dass sie in äußerst enger Abstimmung zwischen *Cosmopolitan* und Shiseido entstand – von der Entwicklung inhaltlicher Ideen über die Veranschaulichung bis hin zur Herstellung und Realisation. Alle zentralen Punkte wurden gemeinsam besprochen und entschieden. So nahmen wir beispielsweise das Model-Casting, die Auswahl

der Location, die optische Gestaltung der DVD und die Zusammenstellung der Looks gemeinsam vor. Bei der Produktion der DVD in Berlin wurde die intensive Zusammenarbeit weiter fortgesetzt – von der ersten Drehminute bis zur letzten Einstellung.

Auch für den persönlichen Erfahrungshorizont war diese Art von Projekt spannend und inspirierend – insbesondere, weil die Möglichkeit bestand, über einen längeren Zeitraum eng mit einem Kooperationspartner zusammenzuarbeiten und sich dabei kreativ zu ergänzen. Kurz: *Cosmopolitan* – Shiseido – Dick Page waren für die Umsetzung eine wunderbare Kombination. Der beste Beweis dafür ist das Ergebnis der professionellen DVD. Wir sind sicher, dass sich die positive Stimmung vom Set auf die *Cosmopolitan*-Leserin übertragen wird.

Zu der entsprechenden *Cosmopolitan*-Ausgabe mit der DVD starten wir eine groß angelegte Werbekampagne, die unter anderem 20-Sekunden-TV-Spots auf RTL, ProSieben, Sat.1 und Vox, Anzeigen in der Publikums- und Tagespresse, PoS-Aktionen sowie Infoscreen-Spots umfasst. Die DVD wird prominent in das Kampagnenkonzept eingebunden.

Fazit: Sowohl das DVD-Special als auch die begleitende Kampagne lassen die Beauty-Kompetenz von *Cosmopolitan* über die Printausgabe hinaus glänzen – und das auf außergewöhnliche, erfrischend andere Weise.

von Peter Machalet