

"ALLES, WAS MÄNNER LIEBEN"

Burda launcht neuen "Playboy" mit ordentlich Werbedruck

von Ingo Rentz

Dienstag, 06. Dezember 2016



Themenseiten zu diesem Artikel:

Playboy Burda Hubert Burda Media Werbekampagne
For Sale

Anzeigen-Motiv für das "Playboy"-Mini-Abo

Am 8. Dezember liegt der überarbeitete "Playboy" erstmals am Kiosk. Um für die Neuerungen des Hefts zu werben, hat Hubert Burda Media eine Werbekampagne mit einem Brutto-Media-Volumen von 1,5 Millionen Euro spendiert.

Playboy TV-Spot

Neuer Claim, überarbeitetes Design, andere Gewichtung der Formate: Burda hat in den vergangenen Monaten fleißig am "Playboy" geschraubt. Das Männer-Flaggschiff des Verlages hat künftig den Claim "Alles, was Männer lieben" (Früher: "Alles, was Männern Spaß macht") und will bei der Darstellung von nackter Haut "weniger klassische Inszenierung", sondern "mehr Natürlichkeit in der (erotischen) Bildsprache" bieten. Dafür wird nun im TV, mit Print-Anzeigen sowie Online-Werbemitteln ordentlich getrommelt - sowohl für das neue Heft als auch für ein Mini-Abo des "Playboy" (siehe Bildergalerie unten). Zudem werden ab dem Erscheinungstag der neuen Ausgabe 500.000 Leseproben verteilt. Das Mediavolumen der Kampagne beträgt einer Burda-Sprecherin zufolge rund 1,5 Millionen Euro. Den TV Spot hat die Münchner Agentur **For Sale** realisiert, die auch schon den neuen "Playboy"-Claim entwickelt hatte. ire

"Playboy": So wirbt Burda für das Mini-Abo der Männerzeitschrift



(Bild: Hubert Burda Media)



FACEBOOK



TWITTER

