

Pressemitteilung

Kunde Hubert Burda Media

Projekt Lisa

Motiv

Datum 08.06.2008

LISA startet neue Imagekampagne „So leben Frauen heute“ Bundesweite Imagekampagne bis Ende 2008 gelauncht

„So leben Frauen heute“ lautet der Claim der neuen Image-Kampagne von LISA, die die 14-tägige Frauenzeitschrift ab April bundesweit startet. Geschaltet werden zunächst zwei Motive, in denen die unterschiedlichen Anforderungen an die moderne Frau sichtbar werden und gleichzeitig das Verständnis und die Nähe zur Leserin darstellt. Die kreative Umsetzung der Kampagne liegt bei Euro RSCG München.

„LISA versteht das heutige Leben von Frauen besonders gut und geht in überlegener Weise auf die Vielfältigkeit des Lebens von Frauen in all ihren unterschiedlichen Facetten ein – in der Familie, aber auch im Job, in der Partnerschaft, im Haushalt und natürlich auch der eigenen Interessen“, so Maria Sandoval, Chefredakteurin. Axel Prey, CEO Euro RSCG München ergänzt: „Der Spirit der Kampagne reflektiert die ganze Vielfalt und Breite im Leben moderner Frauen, die LISA besser versteht als andere Titel. Denn LISA hört zu, ist aktiv an der Meinung der Frauen interessiert und lässt diese zu Wort kommen. Kurz gesagt LISA besitzt eine überdurchschnittliche Nähe zur Leserin, dies bestätigen auch zahlreiche Untersuchungen, die wir im Vorfeld der Kampagne durchgeführt haben.“

Die 1/1 und doppelseitigen Heft-Anzeigen werden unter anderem in BUNTE, meine Familie & ich, Freundin, Frau im Trend, TV Spielfilm Plus, burda Modemagazin, Viel Spaß und neue woche bis Jahresende erscheinen. Zwei weitere Anzeigenmotive ergänzen ab Herbst 2008 die Kampagne.

Weitere Informationen:

Ulrike Stöckle

Pressereferentin

Hubert Burda Media

fon: +49 (0) 781 84 2945

fax: +49 (0) 781 84 2253

Email: ulrike.stoeckle@burda.com