



BEWORBENES PRODUKT:
Color Riche Star Secrets



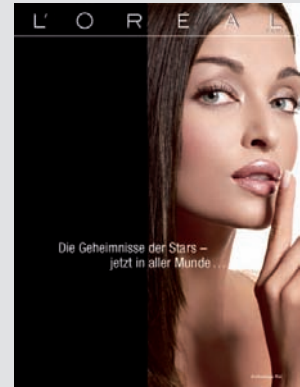
CREDITS

- Auftraggeber:** L'Oréal Österreich
- Kommunikationsleitung:**
Dipl.-Kfm. Burkhard Anders
- Agentur:** McCann Erickson
- Kontakt:** Vivien Fuchs-Doering (Bild)
- Kreation:** Andrea Böhm,
Michael Kogler
- Mediaagentur:** Optimedia
- Kontakt:** Susanne Kirschner

FACTS

- Kommunikationsbudget:**
0,27 Millionen Euro
- Schaltzeitraum:**
April bis Dezember 2006
- Zielgruppe:** Frauen ab 25 Jahren
- Mediamix:** Print
- Marktanteil:** 7,4 % (+ 60,8 %)
- Umsatzsteigerung:** 66,8 %

Drei Printanzeigen



Sich fühlen wie ein Star

McCann Erickson entwickelte eine Lippenstift-Kampagne, die die Herzen der heimischen Frauen höher schlagen ließ und so einen EFFIE in Silber gewann.

Das Geheimnis der Stars will jeder kennen. Warum sehen die immer so gut aus und warum kann ich nicht auch so aussehen? Kein Problem! Mit Color Riche Star Secrets von L'Oréal ist das Geheimnis gelüftet. Egal ob man aussehen will wie Laetitia Casta, Penélope Cruz oder Claudia Schiffer – alles ist möglich. Für jeden Star wurde eigens ein spezieller Lippenstift kreiert, der perfekt zum jeweiligen Typ passt. Auch die Frauen dieses Landes erfreuen sich am bunten Sortiment und fühlen sich endlich wie ein Star im Scheinwerferlicht.

Starqualitäten

Dass die Kampagne ein voller Erfolg war, zeigen unter anderem die Umsatzzahlen von 2006. Über eine Million Mal ging der Color Riche Star Secrets über die heimischen Laden-

tische. Das ergab eine Umsatzsteigerung von über 66 % im Vergleich zu 2005. Aber auch der Marktanteil des Kosmetikartikels legte kräftig zu. Eine Erhöhung um über 60 % auf 7,4 % spricht eine klare Sprache.

Born to be a Star

Ziel der Kampagne war es, am Markt etwas zu bewegen und zu verändern. Darum kreierte L'Oréal den Color Riche Star Secrets. Hierbei steht jeder Star für einen Lippenstift und einen Typ Frau. Damit war es für die Käuferinnen einfacher, den für sie passenden Lippenstift zu finden. Die Frauen identifizierten sich mit dem Produkt und der glamourösen Welt der Stars, da sie sich durch den Color Riche Star Secrets selbst wie einer fühlten. ■

