

READER'S DIGEST INFOLETTER

Oktober-Digest – für Sie selektiert: „News to use“ aus der Werbewelt

Udo und Marken-Ikonen

Seine *Markenzeichen* sind Hut, Sonnenbrille und grüne Socken. Mehr braucht es nicht, um eine Ikone zu erkennen. Udo Lindenberg beherrscht die Klaviatur der Markenführung wie kein Zweiter und erhielt dafür dieses Jahr den Marken-Award, so absatzwirtschaft.de am 25.07.2018 über diesen besonderen Award. Udo wurde auch gefragt, warum es ihm gelingt, über Jahrzehnte und über mehrere Altersklassen im Geschäft zu bleiben. Seine Antwort darauf: Nicht nur seine authentische Art und sein unverkennbarer Stil über Jahrzehnte. Er meint zudem, weil er ein neugieriger Vogel sei und keine Neigung zur Selbstgefälligkeit und zu Stillstand habe. Und das alles mit über 70 Jahren.

Übrigens: Udo will 100 Jahre alt werden.

Reader's Digest hat als Marken-Ikone auch gute Chancen dazu.

Den 70-igsten Geburtstag konnte das Magazin mit der Septemбераusgabe in diesem Jahr schon feiern.

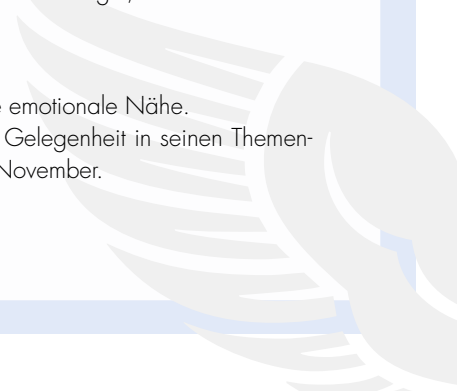
Ikonic ist bei **Reader's Digest** der zeitübergreifende Ansatz, Wesentliches und über den Tag hinaus Wertiges zu erfassen und mit positiver Perspektive an die Leser heranzutragen. Dafür steht auch der Markenname „**Reader's Digest**“ und das handliche Format, ein unverwechselbares Kennzeichen für pointierte Auswahl: Das Beste für den Leser. Die Leser lieben das Format. Und sie vertrauen ihrem Magazin, deshalb kommt es zu 90 Prozent abonniert in den Haushalt – als stetiger, vertrauter Lebensbegleiter, der nicht langweilig wird.

So wie Udo.

Nutzen Sie mit Ihrem Markenauftritt, diese emotionale Nähe.

Das Magazin bietet dazu unter anderem Gelegenheit in seinen Themenspecials wie „Vertrauenswahl Marke“ im November.

Ihr Anzeigenteam von Reader's Digest



READER'S DIGEST THEMEN-SPECIALS

Das übergreifende Thema für alle Marken:

Markenvertrauen im Blick der Konsumenten

NOVEMBER 2018

In der Novemberausgabe 2018 von Reader's Digest gibt es das Special „Vertrauenswahl Marke“

zum Jubiläums-Sonderpreis

von 12.000 Euro

(2/1 Seite als Advertorial)

Anzeigenschlusstermin: 31. August 2018



Oder Sie lassen sich zeiflexibel ein individuelles Advertorial zum Thema Markenvertrauen für Ihre Marke in den dann folgenden Ausgaben erstellen. Wir stehen dafür zur Verfügung.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an unsere Repräsentanz

antje.specht@regiosales-solutions.de
0211 / 55 85 6 (0) - 14

Reader's Digest – das einzigartige Monatsmagazin

- 1,6 Millionen LeserInnen (AWA 2018)
- Zwei von drei Lesern sind Kernleser
- Reader's Digest ist das Vertrauensmedium 45 plus und steht im direkten Dialog mit den Aktiven Gestaltern