



Pressekontakt:

Nicole Karepin [nicole.karepin@vivaki.de](mailto:nicole.karepin@vivaki.de) Tel. 0211/52 80 999-249 Mobil 0175/72 43189 Twitter @NixeKa

### **Newcast lässt für Marc Jacob's Duft Daisy Eau so fresh Blüten regnen**

**Düsseldorf, 1. April 2011**

Blauer Himmel. Sonnenschein. Der leichte Wind weht weiße Blüten in die Frühlingsluft. Die kreative Idee des Marc Jacob Duftes Daisy Eau so Fresh aus dem Hause Coty Prestige findet jetzt auch eine eigene Umsetzung für das iPad.

Im Rahmen der von Zenithmedia entwickelten Mediastrategie, erweiterte Newcast, Entwicklungsagentur für Sonderwerbformen aus dem VivaKi-Netzwerk, die Idee des Blütenregens aus der Print-Anzeige. Im Gegensatz zur statischen Anzeige schweben die Blüten in der iPad-Werbeform vom Himmel. Die Animation lehnt sich an die Optik der US-amerikanischen Microsite an, bleibt also in der gelernten Anmutung der internationalen Marke.

Gänzlich neu dagegen ist das interaktive Feature, das Newcast exklusiv entwickelte: Mit leichten Wischbewegungen des Fingers können Nutzer selbst einen Blütenregen auslösen und die Zahl der Blüten auf dem Screen vervielfachen.

Der Klick auf die Anzeige führt auf <http://www.marcjacobs.com>.

Die Werbeform wird im April in den elektronischen Ausgaben von „Cosmopolitan“ und „Vogue“ zu sehen sein. Im Rahmen der von Zenithmedia ausgearbeiteten Mediastrategie werden zeitgleich auch Anzeigen in zielgruppenspezifischen Printtiteln platziert.

„Das Beispiel Blütenregen zeigt, wie Werbeformen kanalspezifisch weiterentwickelt werden können, wenn Media und Kreation ineinander greifen“, erläutert Olaf Lassalle, Managing Director Newcast. „Dadurch wird die Aufmerksamkeit der Zielgruppe erhöht. Wer selbst ein paar Blüten regnen lässt, erinnert sich später besser an die Marke und ihre Duftbotschaft.“

**Video:**

<http://www.youtube.com/watch?v=UPtgrikw64g>

**Bilder:**

Olaf Lassalle:

[http://www.zenithmedia.de/fileadmin/img/presse/ MG\\_059112x18.JPG](http://www.zenithmedia.de/fileadmin/img/presse/ MG_059112x18.JPG)

**Links:**

<http://www.daisymarcjacobs.com/us/main.php>

<http://www.marcjacobs.com>

<http://www.marcjacobsfragrances.de>

**iPad:**

[http://www.vogue.de/manual/ipad/marc\\_jacobs/index.htm](http://www.vogue.de/manual/ipad/marc_jacobs/index.htm)



## Pressemitteilung

---

Pressekontakt:

Nicole Karepin [nicole.karepin@vivaki.de](mailto:nicole.karepin@vivaki.de) Tel. 0211/52 80 999-249 Mobil 0175/72 43189 Twitter @NixeKa

### **Über NEWCAST:**

NEWCAST GmbH ist die Innovationsagentur im VivaKi- und ZenithOptimedia-Network und Teil des drittgrößten Kommunikationsnetzwerks weltweit, der Publicis Groupe S.A.. Sie bündelt die Synergien der drei Units NEWCAST, TouchWorks sowie Sparklinx, um die Wünsche nach innovativen Werbeformen, digitaler Kompetenz und kommunikationsstarker Social Media zu erfüllen. Die Unit NEWCAST als Spezialist für die Entwicklung und Umsetzung innovativer, maßgeschneiderter Kommunikationslösungen bietet einzigartige Veredelungen und individuelle Platzierungsmöglichkeiten. Schwerpunkte sind Crossmedia, Product Placement und spezielle TV-Sonderwerbformen. TouchWorks kreiert zukunftsweisende technische Lösungen innerhalb digitaler Markenführung - Online und Mobile - sowie trendgenaue Konzepte für individuelle iPhone- und iPad-Apps, Augmented Reality und Bewegtbilder. Sparklinx betreut Werbuntreibende bei allen Social Media-Aktivitäten. Die NEWCAST GmbH mit Hauptsitz Düsseldorf wurde 2004 gegründet.

### **Über VivaKi:**

VivaKi ist Teil der Publicis Groupe (Euronext Paris: FR0000130577), dem drittgrößten Kommunikationsdienstleister weltweit, der in 104 Ländern aller Kontinente vertreten ist und mehr als 44.000 Angestellte beschäftigt. VivaKi bündelt die Stärken der global operierenden Media-Netzwerke ZenithOptimedia und Starcom MediaVestGroup, der beiden führenden Agenturen für digitale Kommunikation Digitas und Razorfish sowie der innovativen Kreativagentur Denuo. Für die Kunden dieser Agenturen entwickelt das VivaKi Nerve Center Services und Technologien zur Bündelung von Zielgruppen und Verbreitung von Werbebotschaften, die Werbungtreibende in einer zunehmend digitalisierten Welt mit ihren Konsumenten verbinden.