

PRESSEMITTEILUNG

Mit Podcasts zum Marketingerfolg GLAMOUR vertreibt erfolgreichen Podcast #twentysomething von Lina Mallon

München, 21.02.2019. Obwohl Podcasts schon seit der Jahrtausendwende existieren, erleben sie seit kurzem einen regelrechten Boom. Verschiedenen Studien zufolge hört jeder fünfte Deutsche regelmäßig Podcasts. Die überwiegend kostenlosen Audio-Angebote sprechen vor allem junge Nutzer zwischen 21 und 35 Jahren an, wie das Vermarktungsnetzwerk Podstars ermittelt hat.

Mit einem solchen Audio-Format erweitert jetzt auch Condé Nast sein Angebot. Den Anfang macht das Fashion- und Lifestylemagazin GLAMOUR: Statt bei Null anzufangen, setzt die Marke dabei auf den bereits bestehenden [Podcast #twentysomething](#) von Bloggerin Lina Mallon. Ihre wöchentlichen Beiträge über Mode, Liebe und das Leben als Mittzwanzigerin, ergänzen die redaktionelle Ausrichtung von GLAMOUR und sind bereits seit zwei Jahren erfolgreich.

Hohe Werbeakzeptanz bei Podcasts

„Mit #twentysomething haben wir uns für einen Podcast entschieden, der sich bereits etabliert hat, Reichweite besitzt und dessen Inhalte zum redaktionellen Kern von GLAMOUR passen. Damit schaffen wir für unsere Zielgruppe einen weiteren Touchpoint zu unserer Themenwelt und bieten Werbekunden eine ideale Vermarktungsplattform im auditiven Bereich“, sagt Jan Sobota, Digital Director bei Condé Nast Deutschland. „Studien zeigen, dass die Loyalität und Aufmerksamkeit der User ebenso wie die Akzeptanz für Werbung sehr hoch ist. Unsere Kunden können zwischen zwei Werbeformen wählen, einer klassischen Produktplatzierung oder einem für ihr Produkt individuell angepassten *Sponsored-Podcast*.“

Der Podcast #twentysomething powered by Glamour ist auf [Spotify](#) und [iTunes](#) zu finden.

Über GLAMOUR

GLAMOUR Deutschland hat das handliche Pocket-Format begründet und inszeniert hochwertig und in opulenter Optik die aktuellen Mode- und Beauty-Trends. Als multimediale Medienmarke zeigt GLAMOUR auch auf GLAMOUR.de, über Social Media und in der GLAMOUR Shopping-App aktuelle Themen und Trends aus Mode, Beauty und Lifestyle. Einmal jährlich vergibt GLAMOUR den GLAMMY, den größten deutschen Publikumspreis der Beauty-Branche. Zudem findet jährlich das GLAMOUR Beauty Festival statt, bei dem LeserInnen die Möglichkeit haben, ein Wochenende lang aktuelle Kosmetik-, Pflege- und Styling-Trends zu entdecken und in den direkten Austausch mit der Redaktion und Branchenexperten zu gehen. Im Rahmen des GLAMOUR Beauty Festivals startet die GLAMOUR Beauty-Week, bei der es Rabatte und Angebote bei

ausgewählten Beauty-Partnern gibt. Genau wie die zweimal im Jahr stattfindende GLAMOUR Shopping-Week, der größten Einzelhandelskooperation in der deutschsprachigen Medienlandschaft, gehört die Beauty-Week zu GLAMOUR Shopping – der Dachmarke und Marketingplattform für alle Shopping-Events und -Aktionen von GLAMOUR. Unter www.glamourshopping.de und in der GLAMOUR Shopping-App gibt es ganzjährig exklusive Angebote und Expertentipps.

Links:

<http://www.glamour.de>

<http://www.glamour.de/digital>

http://twitter.com/glamour_de

<http://www.facebook.com/glamour.de>

<https://www.instagram.com/glamourgermany/>

<https://www.youtube.com/user/GLAMOURde>

Condé Nast Verlag

Pia Landgrebe

PR Manager

Tel.: 089-38104-404

Email: Pia.Landgrebe@condenast.de

<http://www.condenast.de>

<http://www.facebook.com/condenastverlag>

http://twitter.com/CondeNast_DE

<https://www.linkedin.com/company/conde-nast-international>

<https://www.xing.com/companies/condenastverlaggbh>