

## PRESSEINFORMATION

Wien, am 7. Dezember 2018

### **Erstmals seit 1848: „Die Presse“ dressed in RED**

**Chanel N°5, das berühmteste Parfum der Welt, wird zum ersten Mal seit seiner Kreation im Jahr 1921 in ROT gehüllt. In edlem Rubinrot, wie das Kristallglas von N°5, präsentierte sich am 7.12.2018 auch „Die Presse“ in Print und Online – ein maßgeschneiderter Kampagnenauftritt mit auffälligem Design wurde elegant und stilsicher umgesetzt.**

Für den hochkarätigen Kunden Chanel erschien „Die Presse“ am Freitag den 7. Dezember 2018 im auffälligen Rot. Die Titelseite und die erste Innenseite der Printausgabe wurden aufwendig eingefärbt und auch die gesamte Website zeigte sich in eindeutigen Chanel-Branding.

Der Vorsitzende der „Presse“-Geschäftsführung Herwig Langanger: „Mit dieser Ausgabe zeigen wir, wie einzigartig Werbung auf unseren Plattformen aussehen kann. Anspruchsvolle Werbung für unsere anspruchsvollen Leser.“

#### **Perfekte Zielgruppenansprache**

„Die Presse“ zeichnet sich als Qualitätszeitung besonders durch eine Zielgruppe im hochkarätigen Segment aus und ist damit der perfekte Werbeträger für Marken, die diese ansprechen wollen.

Mit dieser Ausgabe zeigte „Die Presse“ die vielseitigen Möglichkeiten einer Multichannel-Ansprache für Werbekunden. Herwig Langanger: „Dieses tolle Projekt mit einem Kunden wie Chanel umsetzen zu können, war uns eine große Ehre. Wir freuen uns auf weitere großartige Werbeprojekte mit unseren Kunden, denn nichts ist unmöglich.“

#### **Rückfragehinweis:**

Franziska Keck  
Leitung Marketing  
01/514 14-184  
[franziska.keck@diepresse.com](mailto:franziska.keck@diepresse.com)