

L'ORÉAL

FIRST MOVER: L'ORÉAL GRUPPE STARTET ALS EINER DER ERSTEN ADVERTISER WERBEKAMPAGNEN AUF DEM STREAMING-SERVICE DISNEY+

Düsseldorf, 1. November 2023 – Zum Launch des neuen Disney+ Abo-Modells „Standard mit Werbung“ startet die L'Oréal Gruppe am 1. November als einer der ersten Advertiser in Deutschland und in der Schweiz Werbekampagnen auf dem Streaming-Service. L'Oréal begegnet damit dem sich verschiebenden Mediaverhalten insbesondere der jüngeren Zielgruppe und wählt pioniert erneut einen innovativen Media-Ansatz. Durch die Priorisierung am Launchtag ist L'Oréal einer der ersten Werbetreibenden auf allen Kanälen der Disney+ Plattform. Zudem ist die Zusammenarbeit ein sogenannter vollprogrammativischer Direct Deal: Es wird keine Mediaagentur dazwischengeschaltet, sondern beide Häuser arbeiten direkt inhouse miteinander. Der strategische „Programmatic First“-Ansatz der L'Oréal Gruppe wird so auch direkt auf Disney+ umgesetzt und ermöglicht, die Zielgruppen optimal zu erreichen.



„Wir möchten unsere Konsument:innen mit relevanten Botschaften da erreichen, wo sie sind“, erklärt dazu **Anna Weste, Chief Digital and Marketing Officer (CDMO) für die Märkte in Deutschland, Österreich und der Schweiz (DACH)**. „Dies gilt für alle Kontaktpunkte vom Store über klassische Medien hin zu neueren Plattformen. Wir bei L'Oréal wollen die Konsument:innen zu den Trends und den Produkten, die sie interessieren, auf den Plattformen und in der Sprache der jeweiligen Plattform ansprechen. Das macht uns authentisch und unsere Botschaft individuell wertvoll. Das nennen wir Relevanz, die unsere Marken stark macht.“

Erklärtes Ziel des innovativen Media-Projektes ist es, Konsument:innen so anzusprechen, dass sie Lust bekommen, die Kosmetikprodukte der Marken auszuprobieren. Der neue Streaming-Touchpoint ist ein weiterer Meilenstein der digitalen Transformation zu Innovationen auf Plattformen – dem ‚Pioneering of Platforms‘.

Im Rahmen von Bewegtbildplatzierungen in Deutschland und der Schweiz werden die Drogeriemarken Mixa (nur in Deutschland) und Garnier Wahre Schätze, die Dermatological Beauty Marken La Roche Posay und CeraVe sowie die Luxusmarken Armani und YSL Beauté zielgruppengerecht auf Disney+ in Szene gesetzt.

„Wir denken TV neu, wir denken TV digital!“, führt **L'Oréal DACH Media-Direktorin Nadine Kamski** aus. „In einem komplexer werdenden Markt wollen wir Bewegtbild-Kanäle effizient und effektiv miteinander verzahnen und gleichzeitig unsere Produkte wirkungsvoll positionieren. Disney+ eröffnet uns einen neuen Touchpoint und schafft mit hochwertigem, positivem Content ein Umfeld, in dem wir unsere Marken optimal präsentieren können“



>> Links zu Spots & Bildmaterial auf Anfrage



YSL Beauté präsentiert den neuen Duft MYSLF



La Roche Posay bewirbt die Körperpflegelinie Lipikar



CeraVe stellt die Gesichtspflege mit LSF 50+ vor.

Über L'Oréal

Seit über 110 Jahren fühlt sich L'Oréal, der weltweit führende Anbieter von Schönheitsprodukten, einer Sache verpflichtet: der Erfüllung der Schönheitswünsche von Verbraucher:innen. Unser Ziel, Schönheit zu kreieren, die die Welt bewegt, definiert unseren Ansatz für Schönheit als inklusiv, ethisch, großzügig und der sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit verpflichtet. Mit unserem breiten Portfolio von 37 internationalen Marken und den ehrgeizigen Nachhaltigkeitsverpflichtungen unseres Programms ‚L'Oréal for the Future‘ bieten wir jedem Menschen auf der ganzen Welt das Beste in Bezug auf Qualität, Wirksamkeit, Sicherheit, Aufrichtigkeit und Verantwortung, während wir die Schönheit in ihrer unendlichen Vielfalt feiern. Mit 85.400 engagierten Mitarbeiter:innen, einer ausgewogenen geografischen Präsenz sowie Verkäufen über alle Vertriebsnetze (E-Commerce, Massenmarkt, Kaufhäuser, Apotheken, Friseursalons, Marken- und Reiseeinzelhandel) hinweg, erwirtschaftete die Gruppe im Jahr 2021 einen Umsatz in Höhe von 32,28 Milliarden Euro. Mit 20 Forschungszentren in weltweit 11 Ländern und einem Forschungs- und Innovationsteam von über 4.000 Wissenschaftler:innen und 3.000 Technologieexpert:innen konzentriert sich L'Oréal darauf, die Zukunft der Schönheit aktiv mitzugestalten und ein Beauty Tech Powerhouse zu werden.

Auch in Deutschland ist L'Oréal Kosmetikmarktführer. Die Gruppe ist hierzulande an vier Standorten vertreten, darunter mit einer Fabrik in Karlsruhe. In Deutschland, Österreich und der Schweiz beschäftigt L'Oréal rund 3.000 Mitarbeiter:innen. Weitere Informationen: <https://mediaroom.loreal.com/>

Ihr Kontakt

Head of Corporate Brand & Engagement
Anne-Kathrin Bedoy
Tel: +49 176 1885 1215
Anne-Kathrin.Bedoy@loreal.com

