

lavera // Barrier Balance

DANCING STAR

10 Punkte für die Hautbarriere!

Best Case der crossmedialen Sendergesicht-
Kampagne mit First Mover-Umsetzung

lavera

NATURKOSMETIK



ONE PAGER

lavera: DANCING STAR mit Renata Lusin

 Challenge

Awareness für eine neue Produktlinie mit maximaler Erklärungsbedürftigkeit steigern, sowie den Abverkauf ankurbeln.

Ausweitung der aktuellen lavera Käuferschaft mit Fokus auf die jüngere ZG.

 Solution

Crossmediales Vermarktungskonzept in 3 Schritten: Education, Awareness-Boost & Intensivierung. Profitänzerin Renata Lusin als offizielles Testimonial der Barrier Balance Linie.

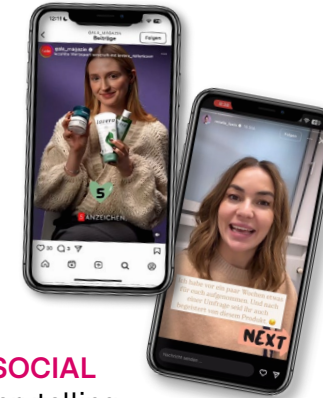
 Success

Mehr als jede 4. Frau in Deutschland konnte erreicht werden!

- Netto RW von 26,7% (3,9 Mio) in der ZG F20-49.
- 46,8 Mio Bruttokontakte
- Erfolgreiche First Mover-Umsetzung des Signature Moves
- Crossmediale Strategie besser als monomediale Kampagne



ATV
Switch-In-XXL



SOCIAL
Storytelling

TV
Signature-Move

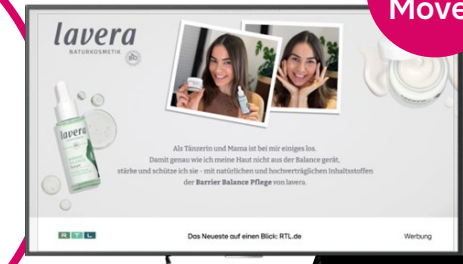
First
Mover



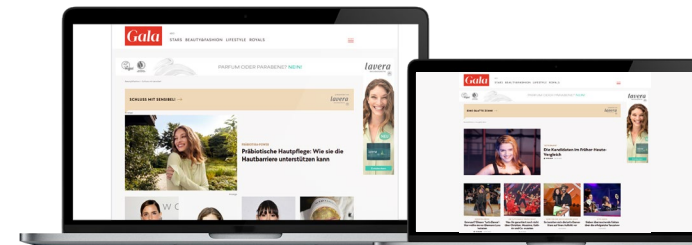
PRINT
Advertorial &
Zip Door Beihefter



DIGITAL
Content-Special &
Content Sponsoring



TESTIMONIAL
Renata Lusin





01

Challenge

Launch einer neuen Pflegeserie mit maximaler Erklärungsbedürftigkeit und Ausweitung der aktuellen lavera Käuferschaft mit Fokus auf die jüngere Zielgruppe

02

Solution

Crossmediales Vermarktungskonzept in 3 Schritten: Education, Awareness-Boost & Intensivierung. Profitänzerin Renata Lusin als offizielles Testimonial der Barrier Balance Linie

03

Success

Steigerung der Awareness und Etablierung der Marke Lavera in einer jüngeren Zielgruppe. Erfolgreiche First Mover-Umsetzung mit dem Signature Move & starke Präsenz von Renata Lusin als Testimonial

/ Agenda



01

Challenge

Launch einer neuen Pflegeserie mit maximaler Erklärungsbedürftigkeit und Ausweitung der aktuellen lavera Käuferschaft mit Fokus auf die jüngere Zielgruppe

02

Solution

Crossmediales Vermarktungskonzept in 3 Schritten: Education, Awareness-Boost & Intensivierung. Profitänzerin Renata Lusin als offizielles Testimonial der Barrier Balance Linie

03

Success

Steigerung der Awareness und Etablierung der Marke lavera in einer jüngeren Zielgruppe. Erfolgreiche First Mover-Umsetzung mit dem Signature Move & starke Präsenz von Renata Lusin als Testimonial

/ Agenda



01

Challenge

Launch neuer Produktserie „Barrier Balance“

- Etablierung einer neuen lavera Produktlinie, die zertifizierte Naturkosmetik mit einer hohen Wirksamkeit vereint.

Erklärungsbedürftigkeit

- Mikrobiom, Hautbarriere, Präbiotika:
Die Kommunikation der neuen Produktlinie greift auf eine Vielzahl erklärungsbedürftiger Begriffe zurück.

Verjüngung der Marke „lavera“

- Um neue Zielgruppen zu erschließen und lavera weiterhin konkurrenzfähig zu halten, soll zusätzlich eine jüngere Käuferschaft angesprochen werden

Awareness

- Awareness-Boost, um die neue Produktserie effizient und langlebig auf dem Markt zu platzieren.
- Bestehende und auch eine jüngere ZG ansprechen.

Challenge



02

Solution



01

Challenge

Launch einer neuen Pflegeserie mit maximaler Erklärungsbedürftigkeit und Ausweitung der aktuellen lavera Käuferschaft mit Fokus auf die jüngere Zielgruppe

02

Solution

Crossmediales Vermarktungskonzept in 3 Schritten: Education, Awareness-Boost & Intensivierung. Profitänzerin Renata Lusin als offizielles Testimonial der Barrier Balance Linie

03

Success

Steigerung der Awareness und Etablierung der Marke lavera in einer jüngeren Zielgruppe. Erfolgreiche First Mover-Umsetzung mit dem Signature Move & starke Präsenz von Renata Lusin als Testimonial

/ Agenda

Positive Abstrahleffekte nutzen

Let's Dance

Auch nach 19 Jahren Erfolgsgeschichte hat Let's Dance nichts von dem Feuer und der Leidenschaft verloren.

Das Tanzspektakel der Extraklasse bietet für lavera das perfekte Umfeld für den ultimativen Awareness-Boost!



Renata Lusin

Als Influencerin und Let's Dance Profitänzerin bietet Renata Lusin die perfekte Bühne, für eine authentische, sympathische und zielgruppennahe Markenkommunikation.

Durch ihr Mitwirken bei Let's Dance ist ihre Haut zahlreichen Einflussfaktoren, wie Make-Up, Gesichtereinigern etc., ausgesetzt – Dank lavera und einer gestärkten Hautbarriere bleibt ihr Teint trotzdem strahlend schön!



Education

Aufklärende Inhalte zur tiefen inhaltlichen Auseinandersetzung mit der neuen Produktline & Einführung des Testimonials sowie Verknüpfung mit dem Format „Let's Dance“ (Digital & Print)

Awareness

Enge Verknüpfung mit dem Reichweitengarant „Let's Dance“ sowie der Profi-Tänzerin Renata Lusin als Kampagnengesicht (TV, Digital, Social)

Intensivierung

Gezielte Platzierung von Produktproben (Print) und smarte Wiederansprache der Let's Dance Zuschauer mit explizitem Produktkontakt über ATV

Solution



Crossmediale Power für die Hautbarriere

EDUCATION

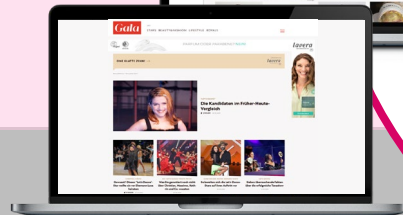
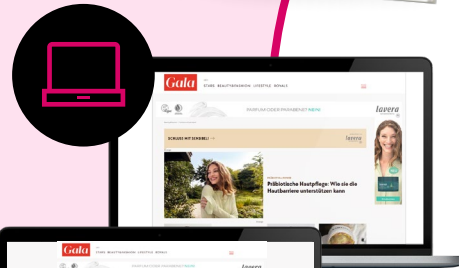
Durch die Einbindung eines Advertorials in GALA findet ein thematischer Deep Dive statt. Ein Beauty-Tipp von Renata Lusin schafft die Brücke hin zu Let's Dance und sorgt für zusätzliche Aufmerksamkeit.

Das Content Special gibt Barrier Balance auf GALA.de ein starkes digitales Zuhause.

Mit dem Content Sponsoring schaffen wir die perfekte Verbindung zu Let's Dance.

INTENSIVIERUNG

Produktproben in affinen Printtiteln ermöglichen den direkten Produktkontakt.



Gala
COUCH
Let's Dance



AWARENESS

Der Signature Move sorgt in zielgruppenaffinen Umfeldern für eine authentische Produktempfehlung.

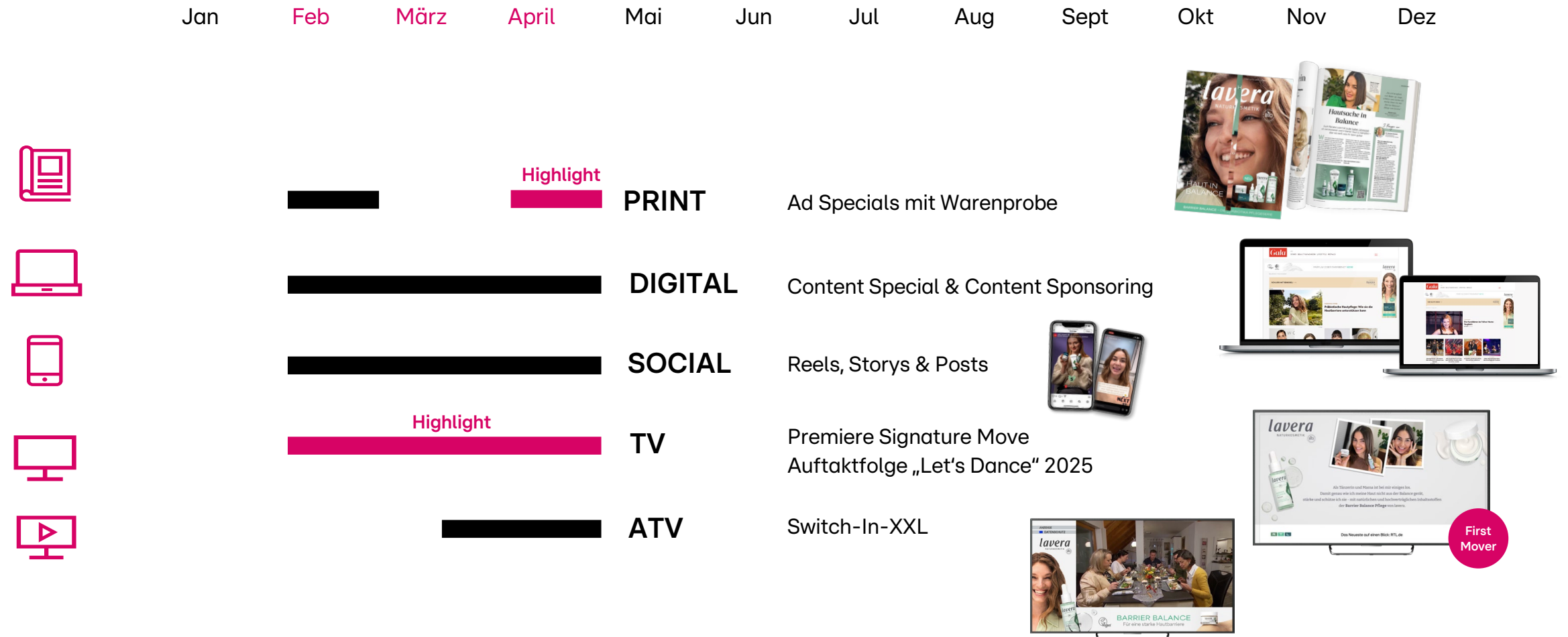
Ein zielgruppenaffines Storytelling auf Instagram und TikTok ermöglicht eine involvierende Kommunikation auf Augenhöhe.

Als Influencerin bietet Renata auf ihren eigenen Kanälen zusätzlich die perfekte Bühne, für eine authentische, sympathische und zielgruppennahe Markenkommunikation.



Smartes Cross Device Targeting ermöglicht die Wiederansprache der Let's Dance Seher:innen sowie derjenigen, die Kontakt mit dem Signature Move hatten, via ATV.

Timeline 2025



Highlight der Kampagne: First Mover Werbemittel im TV



First
Mover

Das Herzstück der Kampagne ist das neu kreierte TV Ad Special "**Signature Move**", in dem das Sendergesicht das Produkt auf authentische Weise empfiehlt.

Benefits:

- Kein Dreh notwendig
- Authentischer Empfehlungscharakter
- Enge Verknüpfung mit den Werten der Marke durch Unterschrift

Highlight der Kampagne: Produktproben



Oversized-Beilage in GALA



Zip Door Beihefter in COUCH

Durch individuelle Print-Ad Specials mit angefügter Warenprobe setzen wir eine besonders niedrige Hemmschwelle, um nun selbst das neue Produkt auszuprobieren und es lieben zu lernen!

Benefits:

- „Überraschungseffekt“
- Interaktion mit der Marke und dem Produkt
- Direkter Produktkontakt



01

Challenge

Launch einer neuen Pflegeserie mit maximaler Erklärungsbedürftigkeit und Ausweitung der aktuellen lavera Käuferschaft mit Fokus auf die jüngere Zielgruppe

02

Solution

Crossmediales Vermarktungskonzept in 3 Schritten: Education, Awareness-Boost & Intensivierung. Profitänzerin Renata Lusin als offizielles Testimonial der Barrier Balance Linie

03

Success

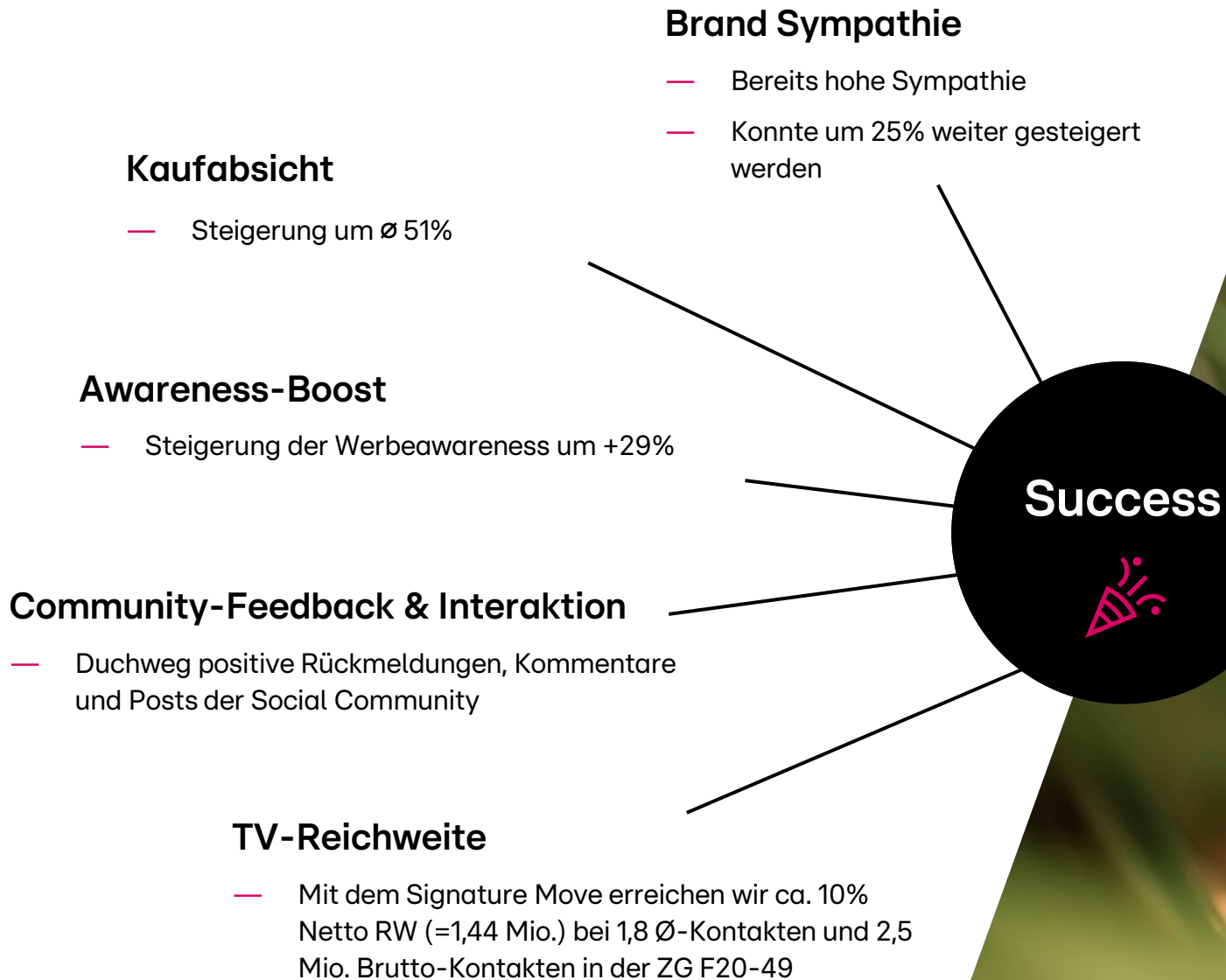
Steigerung der Awareness und Etablierung der Marke lavera in einer jüngeren Zielgruppe. Erfolgreiche First Mover-Umsetzung mit dem Signature Move & starke Präsenz von Renata Lusin als Testimonial

/ Agenda



03

Success





Kampagnen-Testimonial: RENATA LUSIN



Awareness

Durch die inspirierenden Videos von @renata_lusin werden insgesamt beeindruckende Sichtkontakte über alle Reels und Story-Sequenzen hinweg generiert.

773.282

Impressions

Interaktion

Der hochwertige Content überzeugt mit starker Interaktion – insbesondere durch zahlreiche Likes und positives Feedback aus der Community

4.802

Likes

Erreichte Konten

Besonders hervorzuheben ist die Anzahl der Konten, die Renata sowohl mit ihren Reels als auch den ersten Story Sequenzen erreichte.

318.153

Erreichte Konten

Nutzer sind von den lavera Produkten begeistert!

Die Content Pieces von Renata zeigen deutlich, dass die lavera Barrier Balance Produkte perfekt in den Alltag integriert werden können.

Gerade in Renatas Community sind viele Menschen offen für authentische Empfehlungen und neue Ideen.

Durch die hochwertigen Inhalte, in denen Renata als Profitänzerin ihre persönliche Routine mit den Produkten teilte, konnten wir eine starke Reaktion und durchweg positive Interaktion erzielen.



anna.jsf_ Oh wow! Die Produkte muss ich testen 🍷
7 Min. Antworten



stars_sdl_musical Ich war sowieso auf der Suche nach einer neuen Pflegeserie. Vielen Dank für den Tipp. Ich werde das ausprobieren. 🍷

2 Wo. Gefällt 3 Mal Antworten



luetjenspatricia ❤️ ❤️ ❤️ ❤️ ❤️ 🍷

2 Wo. Gefällt 1 Mal Antworten



stars_sdl_musical Heute ist das Paket mit den Produkten angekommen und ich freu mich jetzt aufs Ausprobieren. 🍷

2 Wo. Gefällt 1 Mal Antworten

Key Insights zur Kampagne von lavera

01

Die Kampagne erhöht die Sichtbarkeit von lavera:
Die Werbeawareness steigt kräftig – besonders stark durch xMedia (+29%)

02

Die Kampagne bringt einen Boost für das Image von lavera:
Das Markenbild verbessert sich deutlich – nach xmedialer Ansprache durchschnittlich um 25%

03

Die Kampagne schafft es die Befragten zu aktivieren:
Interesse, Austauschbedürfnis und Kaufabsicht steigen sichtbar –
insbesondere nach crossmedialen Kontakten (Ø 51%)

KeyInsights



Fazit: Voller Kampagnenerfolg!

01

Crossmedia ist mehr als nur Imagepflege. Crossmedia ist auch Performer. lavera Naturkosmetik, Let's Dance und Profi-Tänzerin Renata Lusin liefern für die Pflegelinie „Barrier Balance“ emotionales Storytelling und herausragende KPIs.

02

Wir erhalten hohe bis überdurchschnittliche Likeability und durchweg positives Feedback aus der Community. Zudem zählt lavera zu den erinnerungsstärksten Naturkosmetikmarken Deutschlands!

03

Was die Verzahnung von TV, Digital, Testimonial und Print gebracht hat? Crossmedia wirkt sichtbar im Markenbild und spürbar im Mindset der Community!





/ Kontakt



Laura Heymann

Sales Agency & Client

+49 151 52670006

Laura.Heymann@ad-alliance.de



Ansprechpartner:innen intern



Tobias Schulze

Conception Manager

Creative Consultancy

Tobias.Schulze@ad-alliance.de



Viktoria Richter

Conception Managerin

Creative Consultancy

Viktoria.Richter@ad-alliance.de





Wichtige Hinweise

Die vorgestellten Ideenansätze sind nicht im Detail abgestimmt und verstehen sich vorbehaltlich aller Zustimmungen der jeweiligen Sender, Titel bzw. Plattformbetreiber der einzelnen Vermarkter.

Nutzungsrechte

Das in dieser Präsentation gezeigte Material und sein gesamter Inhalt sind gemäß den geltenden Urheberrechtsgesetzen geistiges Eigentum des Vermarkters Ad Alliance GmbH.

Jede teilweise oder vollständige Nutzung, Nachahmung oder Weitergabe von geschützten Inhalten bedarf der vorherigen schriftlichen Genehmigung des Rechteinhabers.

Sofern Teile des durch Ad Alliance geschuldeten Leistungsumfanges auch die technische Veranstaltung eines Gewinnspiels oder die Durchführung eines Events ist, ist der Vertragspartner dazu berechtigt, diesen Teil der Leistung unter Beachtung der Vertragsbedingungen Gewinnspiele der Ad Alliance GmbH (abrufbar unter www.ad-alliance.de/agb) an Dritte weiterzuverkaufen.

Es gelten die Vertragsbedingungen Gewinnspiele und die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH (abrufbar unter www.ad-alliance.de/agb).

Der Vermarkter Ad Alliance GmbH behält sich vor, die Verletzung von Urheberrechten zivil- und strafrechtlich zu verfolgen.



AdAlliance

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH, abrufbar unter www.ad-alliance.de/agb.

Für die Vermarkter Media Impact GmbH & Co. KG sowie BAUER ADVANCE KG handelt die Ad Alliance GmbH als Dienstleister: Für Media Impact agiert die Ad Alliance GmbH im Namen und für Rechnung der Media Impact GmbH & Co. KG, für BAUER ADVANCE im Namen und für Rechnung der BAUER ADVANCE KG.

Es gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen der betreffenden Gesellschaft, abrufbar unter: www.mediaimpact.de/de/agb respektive www.baueradvance.com/agb/, es sei denn es ist anders gekennzeichnet.