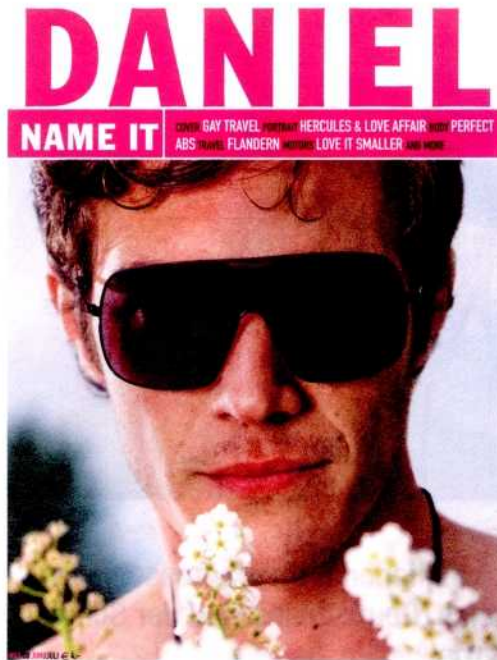


Pink Marketing und Lemongrass setzen auf individualisierten Content- und Anzeigenbereich für die Gay-Community dank Digitaldruck

Personalisiertes Magazin für Schwule: Name it



Das neue Schwulen-Lifestyle-Magazin *Name it* erscheint in jeder Ausgabe mit einem anderen Männernamen als Titel – stellvertretend für den Personalisierungsansatz des ganzen Heftes.

Die Zielgruppe „schwuler Mann“ wird langsam, aber sicher auch bei Österreichs Wirtschaft salonfähig. Immerhin bekommen Schwule in Kürze ein weiteres Medium für ihre Bedürfnisse und Interessen. Denn die Agentur Pink Marketing hat in Kooperation mit der Direktmarketing-Agentur Lemongrass ein neues Lifestyle-Magazin für den schwulen Mann mit dem Namen *Name it* ins Leben gerufen. Inhaltlich widmet sich das Heft den Bedürfnissen, Wünschen und Interessen seiner speziellen Zielgruppe mit Themenstrecken von Reisen, Mode, Beauty über Sport und Kultur bis hin zu Politik und Wirtschaft. Interessant dabei: Jedes Heft hat einen

anderen Titel, nämlich immer einen Männernamen. So heißt die erste Ausgabe zum Beispiel „Daniel“, das Titelblatt ziert dessen Konterfei und auch im Heft taucht er in den verschiedensten Rubriken immer wieder auf. Das nächste Heft hat ein anderes Model als Gallionsfigur. Der Titel ist jedoch nicht die einzige Variable des Heftes. *Name it* steht ganz im Zeichen der Personalisierung. „Jeder Abonnent soll sein eigenes, ganz individuelles und personalisiertes Exemplar erhalten“, meint Pink-Marketing-Geschäftsführer Günther Moser. Dabei schwebt dem Herausgeber sowohl eine Personalisierung im Content als auch im Anzeigenbereich vor. In einem ersten Schritt erfolgt dies nur durch die persönliche Ansprache mit dem eigenen Namen im Editorial. In einem weiteren soll diese Möglichkeit auch den Anzeigenkunden angeboten werden. Und als Zukunftsvision steht am Ende der Entwicklung, dass sich jeder Abonnent sein Heft mit seinen eigenen, für ihn interessanten Inhalten zusammenstellen kann. Doch bis dahin dauert es wohl noch etwas.

Möglich wird diese Personalisierung durch eine spezielle Kombination aus Offset- und Digitaldruck sowie eine spezielle Softwarelösung, die das Eindringen von persönlichen Daten in das Mantelheft erlaubt. „Unsere Abonnenten sollen einfach das Gefühl bekommen, ihr eigenes Magazin in den Händen zu halten“, so Moser. Am 15. Mai erscheint die erste Ausgabe von *Name it* in einer Auflage von 20.000 Stück zum Preis von vier Euro. Dabei kommen erste personalisierte Elemente bei 5.000 Adressen aus dem „Gay-Guide“-Abo-Pool von Pink Marketing zum Einsatz. In Sachen Format hat man sich für die Übergröße 33 mal 23,5 cm entschieden, das entspricht ungefähr den Maßen einer *Gala*.

Übrigens: „*Name it* ist durchaus salonfähig“, versichert Moser, denn trotz erotischer Elemente kommt Hardcore-Erotik „weder im Content noch im Anzeigenbereich vor“. Und: *Name it* hat die Aufnahme in die ÖAK beantragt. **dodo**