



Happinez schöpft Potenzial der Marke weiter aus

Happinez schöpft Potenzial der Marke weiter aus - Koch-Sonderheft und Online-Shop tragen dem wachsenden Erfolg Rechnung - Erscheinungsweise des Magazins wird 2013 von sechs- auf achtmal pro Jahr erhöht - Hamburg, 26. Oktober 2012 - Happinez macht den reinen und positiven Lifestyle des Magazins jetzt über das Heft hinaus sichtbar und erlebbar: Die erfolgreiche Marke im Segment der Frauenzeitschriften wird mit einem hochwertig ausgestatteten Kochheft und einem Online-Shop ergänzt. Das Koch-Sonderheft - ein aufwändig gestaltetes Bookazine - kommt parallel zur Ausgabe 6 in den Handel. Der Web-Shop ist ebenfalls online. Sowohl das Bookazine - eine neuartige Kombination von Kochbuch und Bildband, als auch der Online-Shop verkörpern das besondere Happinez-Lebensgefühl. "Unsere anspruchsvolle Zielgruppe ist immer auf der Suche nach neuen Inspirationen, um das Leben intensiv zu spüren und positiv zu gestalten. Mit den neuen Angeboten schöpfen wir das Potenzial des Titels nun weiter aus", so Jörg Hausendorf, Geschäftsführer Bauer Women GmbH. "Gleichzeitig wollen wir den Vertriebs Erfolg des Magazins weiter steigern." Das 148-seitige Kochspecial bietet 58 vegetarische Rezepte, unter anderem sinnliche Pastaträume, vegane Asia-Küche oder göttliche Desserts. Die Foodstrecken sind ganz im Look-and-Feel von Happinez gehalten. Hinzu kommen Infos und Tipps über gesundes und leckeres Essen. Bei einem Copypreis von 9,95 Euro richtet sich das Special an eine Zielgruppe, die viel Wert auf eine bewusste Ernährung legt. Der Happinez-Webshop (www.happinez.de) präsentiert ausgesuchte Accessoires und klassische Geschenkideen. Auf den so genannten "House of Happinez"-Seiten im Magazin kann man bereits seit längerem schöne Dinge aus aller Welt bestellen. Im Internet wartet das Magazin nun mit einer größeren Auswahl außergewöhnlicher Produkte - vom keltischen Glücksanhänger bis zur nepalesischen Klangschale - auf. Bei allen Artikeln handelt es sich um Qualitätsprodukte mit Tradition und Charakter. Im Webshop kann auch der neue Happinez-Kalender 2013 bestellt werden, den das Magazin erstmals auflegt. Der Timer mit einem hochwertigen Einband und einer reichen Bebilderung wird bereits im Magazin beworben, die Resonanz der Leserinnen ist überaus positiv. Gut zwei Jahre nach dem Start gewinnt auch die Auflage von Happinez mehr denn je an Fahrt: Entschieden sich laut IVW-Meldung aus dem 2. Quartal 104.888 Leserinnen für das moderne feminine Magazin, sind es im 3. Quartal schon 119.612 - ein Zuwachs von 14 Prozent. "Die außerordentlich positive Entwicklung zeigt, dass hier viel Luft nach oben ist", sagt Jörg Hausendorf. "Deshalb haben wir uns entschlossen, die Erscheinungsweise des Magazins zu erhöhen." 2013 erscheint Happinez erstmals acht- statt sechsmal. Der Markt für Happinez wird auch deshalb größer, weil die so genannten Mindstyle-Themen in der Mitte der Gesellschaft angekommen sind. "Karriere und Erfolg sind für unsere Leserinnen nicht alles: Sie besinnen sich in unserer hektischen Zeit vielmehr auf den Luxus der inneren Einkehr. Happinez lebt diesen Trend", stellt Norbert Wysokowski, Gesamtanzeigenleiter Women Lifestyle, fest. "Das Magazin ist einzigartig, eigenständig und exklusiv. Rubriken wie Reise, Gesundheit, Food, Psychologie und Yoga bieten außergewöhnliche Reportagen und Fotostrecken auf höchstem redaktionellen Niveau und stellen ein perfektes Umfeld für unsere Marktpartner dar." Jede Ausgabe von Happinez steht unter einem besonderen redaktionellen Motto, das auf dem Cover angekündigt wird. Das aktuelle Heft (EVT: 25.10.) widmet sich dem Thema "Weisheit". Das Cover des Kochspecials kann unter katrin.hienzsch@bauermedia.com angefordert werden.

Pressekontakt

Bauer Media Group

20077 Hamburg

katrin.hienzsch@bauermedia.com

Firmenkontakt

Bauer Media Group

20077 Hamburg

katrin.hienzsch@bauermedia.com

Weitere Informationen finden sich auf unserer Homepage