



REVLON SETZT AUF UM BEI WIEDEREINSTIEG IN DEN DEUTSCHEN MARKT

UM Deutschland begleitet die international renommierte Kosmetikmarke REVLON mit einem integrierten Kommunikationspaket bei ihrem Wiedereintritt in den deutschen Markt. Der Relaunch der traditionsreichen US-Marke startete im Juni 2017 auf den Kanälen Mobile, Print, TV und Online Video.

Der von UM gewonnene Etat umfasst neben Mediaplanung und -einkauf auch die Bereiche Kreation, PR, SEO, Onpage-Optimierung und Community Management. Gemeinsam mit den Netzwerk-Partnern Weber Shandwick (PR und Influencer Relations) und Society (Community Management) konnte die IPG-Tochter mit einem umfassenden Beratungsansatz überzeugen. Damit übernimmt UM Deutschland erneut einen integrierten Kommunikationsetat, der über die klassischen Geschäftsfelder der Mediaplanung hinausgeht. Der gesamte Bereich der Kreation inklusive Werbemittelerstellung sowie Konzeption der Kampagnen-Landingpage wird von UMs Content-Unit UM Studios verantwortet.

„Besonders im letzten Jahr konnten wir unsere Stärken in den Bereichen Marketing Intelligence und Content-Strategie ausbauen. Für REVLON können wir nun unser gesamtes UM-Portfolio abrufen und freuen uns, das Team beim Wiedereinstieg ihrer Marke in den deutschen Markt zu begleiten.“ kommentiert Sven Weisbrich, CEO UM Deutschland den Etatgewinn.

REVLON ist eine der führenden Kosmetik-Marken weltweit. Nach einigen Jahren der Abwesenheit, erfolgt im Juni 2017 der Wiedereinstieg der Marke in den deutschen Markt. Das Sortiment der knapp 200 wiedereingeführten Kosmetikprodukte umfasst ausgewählte Artikel von Make-Up, über Augen- und Lippen-Produkte bis zu Nagellacken. Der stationäre Vertrieb erfolgt exklusiv über die Drogeriemarktkette Rossmann. Online können die Produkte zusätzlich über den Onlineshop von Rossmann sowie der Parfümerie Douglas und über Amazon erworben werden.

PR Kontakt

Rieke Braun

Rieke.Braun@umww.com