

PEOPLE NEWS

Neue Konzeptideen



BAUER ADVANCE

a company of **BAUER MEDIA GROUP**

VOLL IM TREND UND IMMER MIT STIL

Vom Street Style über die neuesten Laufsteg-Looks der Fashion Szene, die Beauty Must-Haves der Woche und die Lieblings-Looks zum Nachstylen: InTouch und CLOSER präsentieren unseren Leserinnen die Insider Tipps der Stars und haben für jeden etwas dabei.

Wie kann Ihre Marke von diesen Umfeldern profitieren? Blättern Sie um!

Wir zeigen Ihnen perfekte Einbindungsmöglichkeiten im Rahmen eines Sponsorings und besonderen Anzeigenformaten.

Index
238

Unsere Leserinnen wissen immer über die neuesten Modetrends Bescheid

Index
271

Für neue Kosmetikprodukte sind sie immer aufgeschlossen

FASHION

BEAUTY





SPONSORING

BAUER ADVANCE

inTouch CLOSER

Klau den LOOK!

Aussehen wie ein VIP? Gar kein Problem! Wir zeigen, wie sich die brandneuen Outfits der Stars ganz easy nachstylen lassen

POWERED BY
Ihr Logo

BLAZER IN ORANGE

SPIEGELN, SPIEGELN
Jasja mit "Kubus" auf "Urban" und bei Apolo, ca. 60 Euro.

KURZ & GUT
Cropped Top, "Rancho", ca. 8 Euro.

LIP-HIT
"Jewels" in "Stay" Lipstick, ca. 21 Euro.

ORANGE COUNTY
Blazer mit aufgesetzten Taschen, "Urban", ca. 58 Euro (je nach Größe).

DENIM-DATE
Shorts im "Kubus" Look, "Urban", ca. 18 Euro (je nach Größe).

GRIFTEREIT
Tasche mit Kunstleder, "Urban", ca. 129 Euro.

ABGESTREPT
Mules in Lederoptik, "Urban", ca. 90 Euro.

GANZER LOOK FÜR: CA. 388 EURO

MIT SCHWUNG
Verzinkt, "Urban", ca. 45 Euro.

NAIL-ART
"Expresso" in "Stay" Lack, ca. 26 Euro.

GOLDEN GIRL
Kette mit Halskette, "Urban", ca. 15 Euro.

IN FEINEN KREISEN
Versandete Creolen, "Urban", ca. 35 Euro.

FASHION SPONSORING

1 Teil – 2 Looks
Die Caprihose
Ciao, bella! Die charmante 7/8-Länge versprüht pure Urlaubsfeeling, ob beim Sightseeing oder City-Trip.

CHIC
Zu strahlendem Gelb wird aus dem süßen Gänseblümchen-Dessin ein Sommer-Hit.

CASUAL
Mit Polo-Stricktop und Sneakern geht's ganz entspannt zum Picknick im Park.

POWERED BY
Ihr Logo

2 **HOSE** Mit Streichantell, Zara, ca. 26 €

3 **TOP** Schluppe zum Binden, Nämpe, ca. 60 €

4 **HANDTASCHE** Quadratisches Format, Tommy Hilfiger, ca. 79 €

5 **SANDALEN** Zum Reinschlüpfen, aus Leder, Colby, ca. 112 €

6 **BRILLE** Retro-Geotell, Fashions, ca. 35 €

7 **SHIRT** Grapio, "Strick, Object", ca. 35 €

8 **KORBASCHE** Verleiden, mit Band, Phil & Bear, ca. 26 €

9 **SNEAKER** aus Textil, Vans, ca. 75 €

FRAUKE LUDWIG (52)
Style in the City: Die Moderatorin zeigt, wie's geht, in einem Midi-Dress von Sem Per Lee, Heels von Steve Madden und einer Tasche von Aigner.

DER SCHLÜSSEL ZUM PERFEKTEN LOOK

Sie wollen im Rampenlicht stehen und Ihr Produkt im perfekten Umfeld platzieren? Dann werden Sie exklusiver Sponsoring Partner in CLOSER und InTouch!

In den beliebten Fashion Rubriken **1 Teil – 2 Looks** und **Klau den Look** wird Ihr Produkt zum **Key Piece** für unsere Leserinnen.

Ihr Key Piece wird zum echten Hingucker und mit dem dazu passenden Styling zeigen wir das perfekte Outfit für jeden Anlass.

Mit einem Powered by Button und Ihrem Kundenlogo als Absender schaffen wir die perfekte Kombination aus Awareness und Markennähe

BAUER ADVANCE

BEAUTY SPONSORING

SCHÖN wie...

OLIVIA WILDE

Go wild! Die Schauspielerin macht mit Löwenbräun Nuancen ihrem Make-up.

POWERED BY
Ihr Logo

LIEBLINGS-LOOK DER WOCHE

SOMMER-BRONZE

POWERED BY
Ihr Logo

LENA GERCKE (33)

DAMIT GEHT'S

1. FOUNDATION Deckt perfekt und ohne Maskeneffekt. „Your Skin But Better CC+ Cream“, It Cosmetics, ca. 40 Euro.
2. PUDER Schmilzt in Roségold. „Dolce Diva Baked Highlighter“ in „Ele-gant Rose“, Kiko, ca. 17 Euro.
3. LIPPENSTIFT Samtig. „Rouge Signature Flamingo“, L'Oréal Paris in „Dud Provocant“, ca. 12 Euro.
4. WIMPERTUSCHE Wisch- und wasserfest. „High Impact Waterproof Mascara“, Clinique, ca. 18 Euro.
5. LIDSCHATTEN Satte Farben. „Desert Nudes Eyeshadow Palette“, Douglas, ca. 20 Euro.

DAS PASST DAZU

PARFUM Der holzige würzige Unisex-Duft „Savane di Seta“ for uns mit Iris, Karotte und Sandelholz. In der Parfüm-Savane di Seta, 100 ml, ca. 9 Euro.

DAS BRAUCHEN SIE DAZU

1. LIDSCHATTEN „Brown Obsessions Eye Palette“ in „Caramel“, Huda Beauty, ca. 30 €. 2. MASCARA „Full Loading Mascara“, Sephora, ca. 10 €. 3. LIPSTICK „Smooth Color Hydrating Lip Balm“ in „Soft Caramel“, Isadora, ca. 12 €. 4. FOUNDATION „Dolce Diva Fresh Fee Foundation“, Kiko Milano, ca. 16 €. 5. ROUGE „Blusher Reloaded“ in „Coral Dream“, Makeup Revolution, ca. 4 €.

WIR WERDEN NACHHALTIGER!
79%
der Deutschen stellen während des Zähneputzens das Wasser ab.
Quelle: IKW 2021

IHRE BEAUTY BÜHNE

Präsentieren Sie Ihre Marke als Sponsoring Partner in unseren beliebten Beauty Rubriken **Lieblingslook der Woche** und **Schön wie...**

Ob für den Alltag oder die Party am Abend: Kreieren Sie mit Ihren Produkten den perfekten Look

Mit einem Powered by Button und Ihrem Kundenlogo als Absender schaffen wir die perfekte Kombination aus Awareness und Markennähe

inTouch Closer



BESONDERE ANZEIGEN FORMATE

BAUER ADVANCE

UM DIE ECKE GEDACHT

Neues Anzeigenformat

Ein echter Hingucker:
Platzieren Sie Ihre Anzeige
als **Page Turner Ad***
in der rechten unteren Ecke
- aufmerksamkeitsstark und
nicht zu übersehen.

BEAUTY

ELLA ENDLICH (36)
KRAFTORT
Sängerin und Natur-
kosmetik-Fan Ella
tankt im Grünen
gern neue Energie.

Wir wählen GRÜN

50 CLOSER 16 | 2021

Worauf sollte man bei der Umstellung auf natürliche Hautpflege achten?

Man braucht vor allem Geduld. Die Haut benötigt 28 Tage, um sich zu erneuern, und so viel Zeit sollte man ihr auch geben, sich mit den natürlichen Inhaltsstoffen vertraut zu machen. Wer empfindliche Haut hat, sollte dabei etwas vorsichtiger sein, da die pflanzlichen Inhaltsstoffe – zum Beispiel ätherische Öle als Konservierungsstoffe – zum Teil allergische Reaktionen hervorrufen können. Hier empfiehlt es sich, den Umstieg hautärztlich abklären zu lassen. Eine Hautanalyse kann helfen, die passenden Produkte zu finden.

Sollte man alles auf einmal auswechseln?

Die Umstellung lieber Schritt für Schritt angehen und beispielsweise mit Haar- oder Körperpflege anfangen. Dabei sollte man vermeiden, pro Körperregion Naturkosmetik und konventionelle Kosmetik zu mischen, da diese unterschiedliche Ansatzpunkte und Wirkweisen haben.

Worauf sollte man bei der Umstellung auf natürliche Hautpflege achten?

Man braucht vor allem Geduld. Die Haut benötigt 28 Tage, um sich zu erneuern, und so viel Zeit sollte man ihr auch geben, sich mit den natürlichen Inhaltsstoffen vertraut zu machen. Wer empfindliche Haut hat, sollte dabei etwas vorsichtiger sein, da die pflanzlichen Inhaltsstoffe – zum Beispiel ätherische Öle als Konservierungsstoffe – zum Teil allergische Reaktionen hervorrufen können. Hier empfiehlt es sich, den Umstieg hautärztlich abklären zu lassen. Eine Hautanalyse kann helfen, die passenden Produkte zu finden.

Sollte man alles auf einmal auswechseln?

Die Umstellung lieber Schritt für Schritt angehen und beispielsweise mit Haar- oder Körperpflege anfangen. Dabei sollte man vermeiden, pro Körperregion Naturkosmetik und konventionelle Kosmetik zu mischen, da diese unterschiedliche Ansatzpunkte und Wirkweisen haben.

Welche Zertifizierungen und Siegel sind wichtig?

Der Begriff „Naturkosmetik“ ist nicht geschützt. Grundsätzlich kann jeder Hersteller eigene Richtlinien und Gütezeichen entwickeln. Daher am besten auf zertifizierte Naturkosmetik setzen, mit vertrauenswürdigen, unabhängigen Siegeln. Eines der bekanntesten in Deutschland ist das Naturland-Siegel.

Woran erkennt man Greenwashing?

Wenn Hersteller mit Begriffen wie „Pflanzenkosmetik“, „Grüne Kosmetik“ oder „Natural“ werben, handelt es sich selten um zertifizierte Naturkosmetik. In den Produkten stecken dann oft Mineralölbestandteile, Parabene oder Silikone. Die sogenannte INCI (International Nomenclature of Cosmetic Ingredients) ist hier eine gute Orientierungshilfe.

Sind die natürlichen Produkte lange haltbar wie andere?

Echte Naturkosmetik verzichtet auf Konservierungsstoffe. Trotzdem sind die Produkte dank natürlicher Konservierungsstoffe in geschlossenen Zuständen nach dem Öffnen lange haltbar.

ANZEIGE

Ihre Bühne

Unverbindliches Scribble

BEI UNS SIND SIE DER STAR

Neues Anzeigenformat

Die **Star Ad*** verleiht Ihnen den perfekten Starauftritt im Wunschumfeld.



Der passende Tan-Experte

Bevor Sie mit dem Strand und Sonne losgehen, haben wir die wichtigsten Beauty-Tipps für Sie zusammengestellt. Wie Sie Ihre Haut im Sommer optimal pflegen, was Sie vermeiden sollten und welche Produkte Sie unbedingt brauchen, um Ihre Haut im Sommer zu schützen, erfahren Sie hier.

1. CATRICE: Weichheit ohne „Cush ID“ (nicht kleben).
2. PAI: „The Impassable“ (nicht kleben).
3. ELA MER: „The Impassable“ (nicht kleben).
4. ELA MER: „The Impassable“ (nicht kleben).

Die beste Textur

Ob Sie am Strand sind, in der Sonne, in der Stadt oder in der Natur, Sie wollen, dass Ihre Haut im Sommer die beste Textur hat. Sie wollen, dass Ihre Haut im Sommer die beste Textur hat. Sie wollen, dass Ihre Haut im Sommer die beste Textur hat.

1. ELA MER: „The Impassable“ (nicht kleben).
2. ELA MER: „The Impassable“ (nicht kleben).
3. ELA MER: „The Impassable“ (nicht kleben).

Der perfekte Ton

Vor dem Kauf ist es wichtig, dass Sie den perfekten Ton für Ihre Haut finden. Sie wollen, dass Ihre Haut im Sommer den perfekten Ton hat. Sie wollen, dass Ihre Haut im Sommer den perfekten Ton hat.

1. ELA MER: „The Impassable“ (nicht kleben).
2. ELA MER: „The Impassable“ (nicht kleben).
3. ELA MER: „The Impassable“ (nicht kleben).

Die richtige Pflege

Ob Sie am Strand sind, in der Sonne, in der Stadt oder in der Natur, Sie wollen, dass Ihre Haut im Sommer die richtige Pflege hat. Sie wollen, dass Ihre Haut im Sommer die richtige Pflege hat.

1. ELA MER: „The Impassable“ (nicht kleben).
2. ELA MER: „The Impassable“ (nicht kleben).
3. ELA MER: „The Impassable“ (nicht kleben).

Hier könnte Ihre Anzeige stehen

Beauty News

Oh, wie das duftet! Tropische Früchte sind genau das, was wir im Bad jetzt brauchen!

Fresh & FRUITY

Das ist die perfekte Mischung aus Frischheit und Frucht. Sie wollen, dass Ihre Haut im Sommer die perfekte Mischung aus Frischheit und Frucht hat. Sie wollen, dass Ihre Haut im Sommer die perfekte Mischung aus Frischheit und Frucht hat.

1. ELA MER: „The Impassable“ (nicht kleben).
2. ELA MER: „The Impassable“ (nicht kleben).
3. ELA MER: „The Impassable“ (nicht kleben).

PAPAYA

Das ist die perfekte Mischung aus Frischheit und Frucht. Sie wollen, dass Ihre Haut im Sommer die perfekte Mischung aus Frischheit und Frucht hat. Sie wollen, dass Ihre Haut im Sommer die perfekte Mischung aus Frischheit und Frucht hat.

1. ELA MER: „The Impassable“ (nicht kleben).
2. ELA MER: „The Impassable“ (nicht kleben).
3. ELA MER: „The Impassable“ (nicht kleben).

MELONE

Das ist die perfekte Mischung aus Frischheit und Frucht. Sie wollen, dass Ihre Haut im Sommer die perfekte Mischung aus Frischheit und Frucht hat. Sie wollen, dass Ihre Haut im Sommer die perfekte Mischung aus Frischheit und Frucht hat.

1. ELA MER: „The Impassable“ (nicht kleben).
2. ELA MER: „The Impassable“ (nicht kleben).
3. ELA MER: „The Impassable“ (nicht kleben).

LA VIVAS

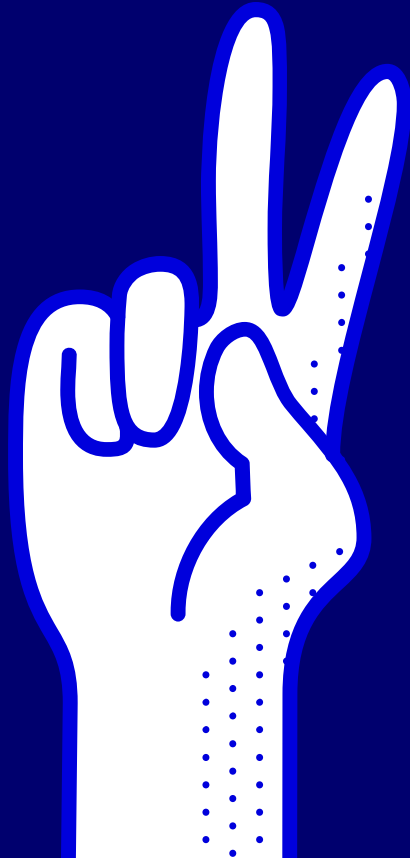
Das ist die perfekte Mischung aus Frischheit und Frucht. Sie wollen, dass Ihre Haut im Sommer die perfekte Mischung aus Frischheit und Frucht hat. Sie wollen, dass Ihre Haut im Sommer die perfekte Mischung aus Frischheit und Frucht hat.

1. ELA MER: „The Impassable“ (nicht kleben).
2. ELA MER: „The Impassable“ (nicht kleben).
3. ELA MER: „The Impassable“ (nicht kleben).

Hier könnte Ihre Anzeige stehen

*Größe ca. 1/6 S.

***COME CLOSER
AND GET INTOUCH
WITH US***



BAUER ADVANCE

A company of **BAUER MEDIA GROUP**

SIE MÖCHTEN MEHR ERFAHREN?

WIR FREUEN UNS AUF SIE!



Natalie Schwarz

Head of Marketing Beauty & Fashion
Women | Premium | Lifestyle | Teenage



natalie.schwarz@baueradvance.com



T +49 40 3019 3086

M +49 175 9546142



Kristin Kettler

Team Lead Brand Solutions Lifestyle



kristin.kettler@baueradvance.com



T +49 40 30193225



Sophie Saffe

Junior Brand Solutions Manager Lifestyle



sophie.saffe@baueradvance.com



T+ 49 40 3019 3095

BAUER ADVANCE

COPYRIGHT

Alle in dieser Präsentation dargestellten Konzepte, einschließlich einzelner Elemente, sind rechtlich geschützt.

Die Weitergabe an Dritte, auch nur auszugsweise, Vervielfältigungen jeglicher Art oder die Veröffentlichung sind ohne schriftliche Zustimmung der Bauer Advance KG nicht zulässig.

Bei Zustimmung zur Weitergabe oder Veröffentlichung des Konzeptes, auch auszugsweise, ist eine namentliche Nennung der Bauer Advance KG erforderlich.

Jegliche Nutzung außerhalb der Zusammenarbeit mit der Bauer Advance KG ist untersagt.

Die enthaltenen Angebote sind freibleibend. Änderungen vorbehalten.