

TAKE A LOOK

VOGUE präsentiert neue Augmented Reality-App

VON SANDY STRASSER

Die Welt der VOGUE, sie steht sinnbildlich für Mode, Luxus und Lifestyle. Jeden Monat inszenieren die Macher des Hochglanzmagazins in einzigartiger journalistischer und ästhetischer Qualität das Beste aus der internationalen Modewelt. Regelmäßig werden hier Trends geboren und neue Talente entdeckt. Für Modeschöpfer, Models und Fotografen gleicht es einem Ritterschlag, sich hier veröffentlicht zu sehen. Kein Wunder, denn kaum ein anderes Magazin auf dem internationalen Markt strahlt eine solche Anziehungskraft aus. Der Condé Nast Verlag, Herausgeber der VOGUE, setzt nun erstmals eine App ein, mit der man ab sofort noch tiefer in die Welt der Schönheit und des Glamours eintauchen kann.

Exklusiv, faszinierend und hochkarätig: Der Name VOGUE gilt fast schon als Mythos. Seit Jahren nimmt das Magazin eine führende Rolle in der globalen Fashionwelt ein. Es erzählt Geschichten aus und über Mode, über Trends und deren Hintergründe, über Models und Stilikonen – klar, streng und mit kühler Eleganz. Es ist Synonym für pure Lebensfreude und edlen Genuss. Regelmäßig besetzt das Magazin daher im Top-Segment der monatlich erscheinenden Hochglanz-Frauenmagazine den Spitzenplatz vor ELLE und MADAME. Außerdem kann kein zweites Fashion-Magazin auf eine derart erfolgreiche Vergangenheit zurückblicken. Bereits 1892 erscheint die erste Ausgabe in den USA. Zu dieser Zeit noch herausgegeben von Arthur Baldwin Turnure, geht sie nach dessen Tod im Jahr 1909 auf den amerikanischen Journalisten Condé Montrose Nast über, dessen Verlag das Magazin bis heute publiziert. Aus der VOGUE, damals noch ein kleines New

Yorker Gesellschaftsblatt für die Elite der Stadt, wird binnen weniger Jahre Amerikas führendes Modemagazin. Nicht nur inhaltlich spiegelt es einen neuen und pulsierenden Reichtum an Ideen wider. Condé Nast setzt außerdem auf innovative Typografien und zukunftsweisende Gestaltung – und beschreitet damit völlig neue Wege. Eine deutsche Ausgabe der VOGUE wird erstmals 1928 veröffentlicht, allerdings nur für ein Jahr. Seit 1979 erscheint sie aber auch hierzulande in regelmäßigem Turnus und begeistert ihre Leserinnen mit Interviews und Porträts, Reportagen aus der Welt der Kunst und Kultur und Berichten über neue Reiseziele und Hideaways. Zudem treffen die Redakteure Experten der Beautybranche und berichten über neueste Forschungsergebnisse und Produktentwicklungen.

Konkurrenzmagazine wie Harper's BAZAAR oder ELLE bieten ebenfalls eine sehr hohe journalistische und gestalterische Qualität, doch in Sachen Markenwert ist die VOGUE nur schwer zu toppen. Wesentlich beteiligt

am weltweiten Erfolg in den vergangenen 50 Jahren waren vor allem der künstlerische Direktor Alexander Liberman sowie die Chefredakteurinnen Diana Vreeland und Anna Wintour. Aktuell werden in 19 Ländern eigene Ausgaben des Magazins herausgegeben.

VOGUE ist aber nicht nur im Printbereich einer der führenden Global Player. Den zunehmend wachsenden Anforderungen hinsichtlich Digital Content sowie Augmented Reality begegnet der Condé Nast Verlag ebenso vorausschauend wie professionell und verbindet auch hier den Markenanspruch mit digitaler Innovation. So wurde in den vergangenen Monaten in Zusammenarbeit mit dem Augmented-Reality-Anbieter Blippar eine App entwickelt, mit der das Lesen ab sofort zum multimedialen Erlebnis wird: Ob Making-ofs von Cover-Shootings, Interviews oder Events – künftig kann man unmittelbar in die Welt des Fashion- und Lifestyle-Magazins eintauchen. „Augmented Reality ist ein Zukunftsthema, das insbesondere »

Augmented-Reality ist ein Zukunftsthema, das insbesondere für Medienmarken interessante Möglichkeiten birgt.

*Christiane Arp,
Chefredakteurin VOGUE Deutschland*

Christiane Arp,
Chefredakteurin VOGUE Deutschland
Foto: © Alexi Lubomirski

für Medienmarken interessante Möglichkeiten birgt. Wir wollen frühzeitig ausloten, welche Ansätze dabei für VOGUE interessant sind“, so Christiane Arp, Chefredakteurin der deutschen Ausgabe. „Im ersten Schritt haben wir uns auf Video-Inhalte konzentriert, die unseren Lesern einen persönlicheren Zugang zur Redaktion und den Heftthemen eröffnen, und werden das Angebot sukzessive weiter ausbauen.“ Vergangenen September wurden die redaktionellen Inhalte erstmals durch eigens dafür produzierte Videos ergänzt, die über die App zugänglich werden. Um sämtliche Zusatzinhalte abrufen zu können, benötigt man lediglich die Blippar-App, die man sich unter anderem kostenfrei im App-Store, bei iTunes und Google Play herunterladen kann. Die jeweiligen Seiten, die Zusatzmaterial in Form von Videos beinhalten, sind dabei mit einem speziellen Icon gekennzeichnet. Um den Inhalt vollständig sehen zu

können, öffnet man die App und hält das Smartphone oder das Tablet ganz einfach über die Seite, während diese von der App gescannt wird. Beim Identifizieren der markierten Heftseiten werden die interaktiven Elemente anschließend automatisch angezeigt. Hinter welchen Geschichten man Videocontent findet, verrät außerdem das Inhaltsverzeichnis. Für die kommenden Ausgaben sind bereits weitere Multimedia-Inhalte wie Fotogalerien, Shopping-Integrationen oder Audio-Content geplant. Auch Anzeigenmotive können in Kürze auf diese Weise multimedial angereichert werden. Damit hat die VOGUE nicht nur für ihre Leserinnen ihre Attraktivität ein weiteres Mal gesteigert. Es ist auch damit zu rechnen, dass die Nachfrage der Anzeigenkunden nach einem Platz im Magazin einen weiteren Höhepunkt erreichen wird.

CHRISTIANE ARP

Christiane Arp wurde 1961 in Niedersachsen geboren. Nach dem Studium begann die Diplom-Modedesignerin ihre Karriere bei den Zeitschriften Brigitte und Viva. Darüber hinaus war sie unter anderem Ressortleiterin für Mode und Lifestyle beim Stern und arbeitete als Modechefin für die Zeitschrift Für Sie. Als Fashion Director der Amica war sie maßgeblich an der Entwicklung des Titels beteiligt und prägte über viele Jahre das Profil der Zeitschrift mit. Im Jahr 2002 kam Christiane Arp als stellvertretende Chefredakteurin und Fashion Director zur deutschen VOGUE. Seit März 2003 ist sie dort Chefredakteurin und zeitgleich weiterhin Fashion Director.

WEITERFÜHRENDE LINKS

www.vogue.de
www.condenast.de
www.blippar.com

*Before it's
in fashion -
it's in VOGUE*

ISCM bedeutet für Unternehmen: Der Kunde kommt zurück, nicht die Ware.

Unternehmensdaten: migriert + synchronisiert
 Optimale Prozesse und vernetztes Informationsmanagement: aktiviert
 Redundante Daten, Zeit- und Budgetprobleme: eliminiert
 Produktgehirn des Unternehmens: vernetzt + optimiert

Xtention
xtention.com