

**FACES\***

**INFLUENCER CHECK**





The background of the slide features a woman with long brown hair, wearing a black leather jacket, holding up a smartphone to take a selfie. She is standing in front of a large, light-colored building with prominent arches. The scene is brightly lit, suggesting a sunny day. The text is overlaid on a semi-transparent white rectangular area.

Influencer Check

## BACKGROUND

Als Mit-Initiator des Swiss Influencer Awards verfügen wir über ein starkes Netzwerk und haben ein grosses Know-how im Influencer Marketing. Das Problem der sozialen Medien ist jedoch die Glaubwürdigkeit, dies belegen zahlreiche Studien.

Mit unserem Konzept verbinden wir die Vorteile des Influencer Marketings mit der hohen Glaubwürdigkeit und Lifestyle-Kompetenz der Medienmarke FACES.



Influencer Check

# KONZEPT

Wir suchen einen passenden Influencer aus, der für FACES ein bestimmtes Produkt «checked». Das Resultat dieses «Checks» bringen wir, je nach gewähltem Paket, in einer Story in unserem Printmagazin, auf unserer Webseite, auf Social Media und im Newsletter. Der Influencer wiederum berichtet über den Check auf seinen Social Media Kanälen.

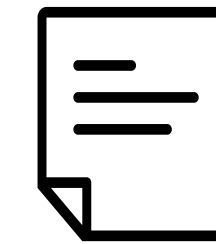
Damit zeigen wir das Produkt in einer zeitgemässen und sympathischen Form einem Lifestyle-affinen Publikum und nutzen dabei die gesamte Reichweite (FACES & Influencer).



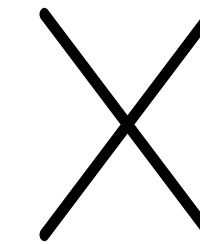


Influencer Check

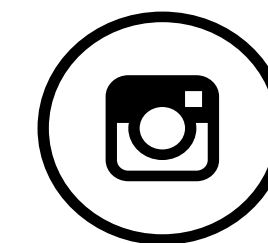
# CHANNELS



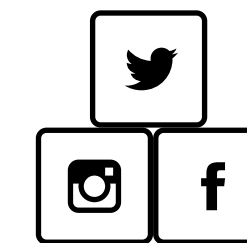
2 – 4 Seiten Advertorial im  
Magazin  
(Schwerpunkte gem. Briefing)



Crossmediale Kommunikation  
FACES (Magazin, Newsletter,  
Online Artikel, Social Media)



Post und Instagram Story  
Influencer/in



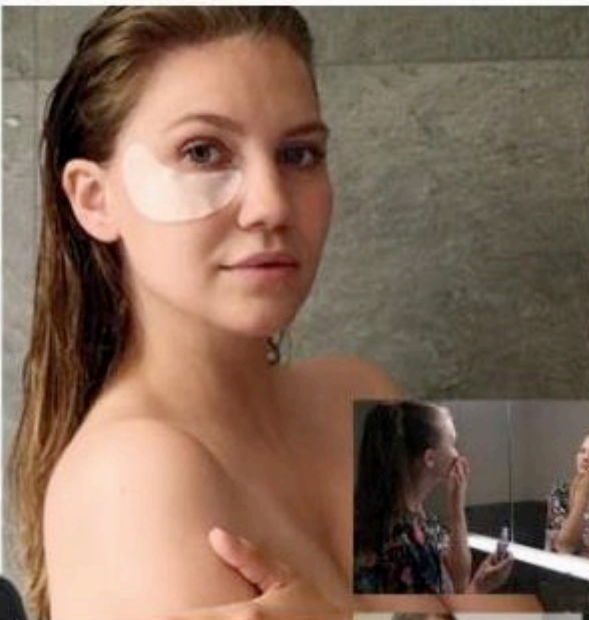
Der produzierte Content wird  
dem Kunden zur Verfügung  
gestellt.



## CASE

## FACES Influencer Check

Liebe auf den ersten Blick? Der trauen wir nicht. Bei Pflege-Produkten lassen wir uns lieber etwas länger Zeit, bevor wir unser Urteil fällen. Influencerin Kerstin Cook hat für uns die Augen-Wirkbehandlungen von Lubex anti-age getestet und verrät uns hier, ob sie tatsächlich ihr Herz verschenken konnte.



**KERSTIN COOK**  
@kerstincook  
Follower: 45k

Damals Miss Schweiz, heute Influencerin: Kerstin Cook begeistert ihre Follower mit authentischen Fotos aus ihrem Alltag und immer diese mit hinter die Follower von Foto-Shootings und Jobs – jetzt nutzt sie für FACES die Wirkbehandlungen von Lubex anti-age.

### Treatments

40 Jahr Dermatologie-Erfahrung sprechen für sich: Die Firma Permanet aus Thwil bei Basel steht hinter den Wirkbehandlungen von Lubex anti-age, deren Wirkung gegen Hautalterung in klinischen Studien wissenschaftlich nachgewiesen wurde: 100 % Success.

**Lubex anti-age eye pads**  
Die Lubex anti-age eye pads polieren die Augenpartie mit Holzkorn auf, lassen Augenschatten verschwinden und mildern vertiefte Fältchen.

**Lubex anti-age eye intensive**  
Die Anti-Age-Wirkbehandlung Lubex anti-age eye intensive füllt die Feuchtigkeitstiefe der Haut wieder auf und wirkt gegen Tränensäcke und dunkle Augenringe.

**Lubex anti-age eye excellence**  
Das neueste Mitglied der Familie von Lubex anti-age steigert dank hochkonzentrierten Wirkstoffen den Kollagenaufbau und wirkt Augenfalten aus extra viel Kraft entgegen.

### Erfahrungen

Ex-Miss-Schweiz und Influencerin Kerstin Cook weiß, dass man mit 30 mit der richtigen Anti-Aging-Pflege starten soll. Deshalb ist sie sofort Feuer und Flamme, als sie die Wirkbehandlungen von Lubex anti-age in den Händen hält. „Mir gefällt vor allem, dass Lubex anti-age ein Schweizer Produkt ist. Lubex anti-age hat keine Konservierungsstoffe, allergene Parfümstoffe oder Farbstoffe – das ist ideal für meine sehr empfindliche Haut. Der Vorsicht auf Tierversuche ist mir zudem sehr wichtig.“

**FACES: Wiehält überzeugt dich die Marke Lubex anti-age?**  
**KERSTIN COOK:** „Ich habe sehr sensible Haut bei der Augenpartie und dadurch sehr oft Augenringe und Rötungen. Lubex anti-age ist leicht aufzutragen, wirkt kühlend und erfrischend und lässt meine Augen in wenigen Minuten strahlen.“

**F: Wie verwendest du die verschiedenen Produkte?**  
**KC:** „Die Lubex anti-age eye pads trage ich drei Mal pro Woche für 15 Minuten unter der Augenpartie auf. Nachdem ich die Pads abgenommen habe, massiere ich die Rückstände der Wirkbehandlung vorsichtig in die Haut ein. Bevor ich ins Bett gehe, verwende ich das Lubex anti-age eye excellence, nach dem Wachen trage ich die Wirkbehandlung innerhalb und oberhalb der Augen von innen nach außen auf. Morgens verwende ich ganz leicht das Lubex anti-age eye intensive unter und über meine Augen und massiere auch dieses von innen nach außen ein.“

**F: Wann verwendest du die Wirkbehandlungen?**  
**KC:** „Die Lubex anti-age eye pads trage ich meistens am Abend auf, um zu entspannen. Bevor ich ins Bett gehe, verwende ich das Lubex anti-age eye excellence, das meine Haut über Nacht intensiv hydratisiert. Morgens trage ich dann das Lubex anti-age eye intensive auf. Diese ist sehr leicht und der perfekte Start in den Tag.“

**F: Wie tut es dir, während du die Lubex anti-age eye pads ihre Wirkung entfalten lässt?**  
**KC:** „In diesen 15 Minuten kann ich so einiges tun. Vor allem entspannen – zum Beispiel vor dem Fernseher. Manchmal mache ich auch gleich meine Nägel oder schäbde die Augen für ein paar Minuten.“

**F: Wie beschreibst du die Texte der einzelnen Wirkbehandlungen?**  
**KC:** „Die Lubex anti-age eye pads sind ganz einfach aufzutragen. Das Produkt ist sehr leicht und die Rückstände sehr angenehm einzumassieren. Sie wirken auch sehr kühlend. Lubex anti-age excellence ist sehr reich an Feuchtigkeit. Diese Wirkbehandlung ist sehr angenehm auf der Haut und lässt diese ganz strahlend werden. Das Lubex anti-age eye intensive fühlt sich ebenfalls sehr leicht an. Sie ist nicht zu ölig und wirkt sehr erfrischend.“

**F: Wie gefällt dir an den Wirkbehandlungen am besten?**  
**KC:** „Die Wirkbehandlungen sind sehr angenehm formuliert und lassen meine Haut erstrahlen. Sie wirken straffend und zaubern meine Augenringe weg.“

**F: Wie verbessern die Treatments deinen Look?**  
**KC:** „Augen sehe ich sehr oft frisch und ausgeschlafen aus. Ich habe keine Augenringe mehr, und die Müdigkeit ist weggeblasen. Die Haut ist strahlend. Ich liebe diesen Look.“

**F: Wiehält passen die Produkte so gut in deine Beauty-Routine?**  
**KC:** „Oh vergessen wir die Augenpartie. Ich mag meine Augen am liebsten. Deshalb ist mir die Augenpflege sehr wichtig.“

### Fazit

„Die Lubex anti-age eye treatments wirken Wunder bei mir. Meine Rötungen verschwinden. Davon sannte ich jeden Tag mit Augenringen kämpfen. Durch die regelmäßige Anwendung ist dieses Problem gelöst. Ich bin sehr happy. Lubex anti-age gehört ab sofort zu meiner täglichen Beauty-Routine dazu.“



## FACES Influencer Check: Kerstin Cook testet Lubex anti-age

22.08.2019, 14:22 Uhr | BEAUTY | VON FACES MAGAZINE


**Liebe auf den ersten Blick? Der trauen wir nicht. Bei Pflege-Produkten lassen wir uns lieber etwas länger Zeit, bevor wir unser Urteil fällen. Influencerin Kerstin Cook hat für uns die Augen-Wirkbehandlungen von Lubex anti-age getestet und verrät uns hier, ob sie tatsächlich ihr Herz verschenken konnte.**



## FACES Influencer Check: Kerstin Cook testet Lubex anti-age


Liebe auf den ersten Blick? Der trauen wir nicht. Bei Pflege-Produkten lassen wir uns lieber etwas länger Zeit, bevor wir unser Urteil fällen. Influencerin Kerstin Cook hat für uns die Augen-Wirkbehandlungen von Lubex anti-age getestet und verrät ... mehr

jeden

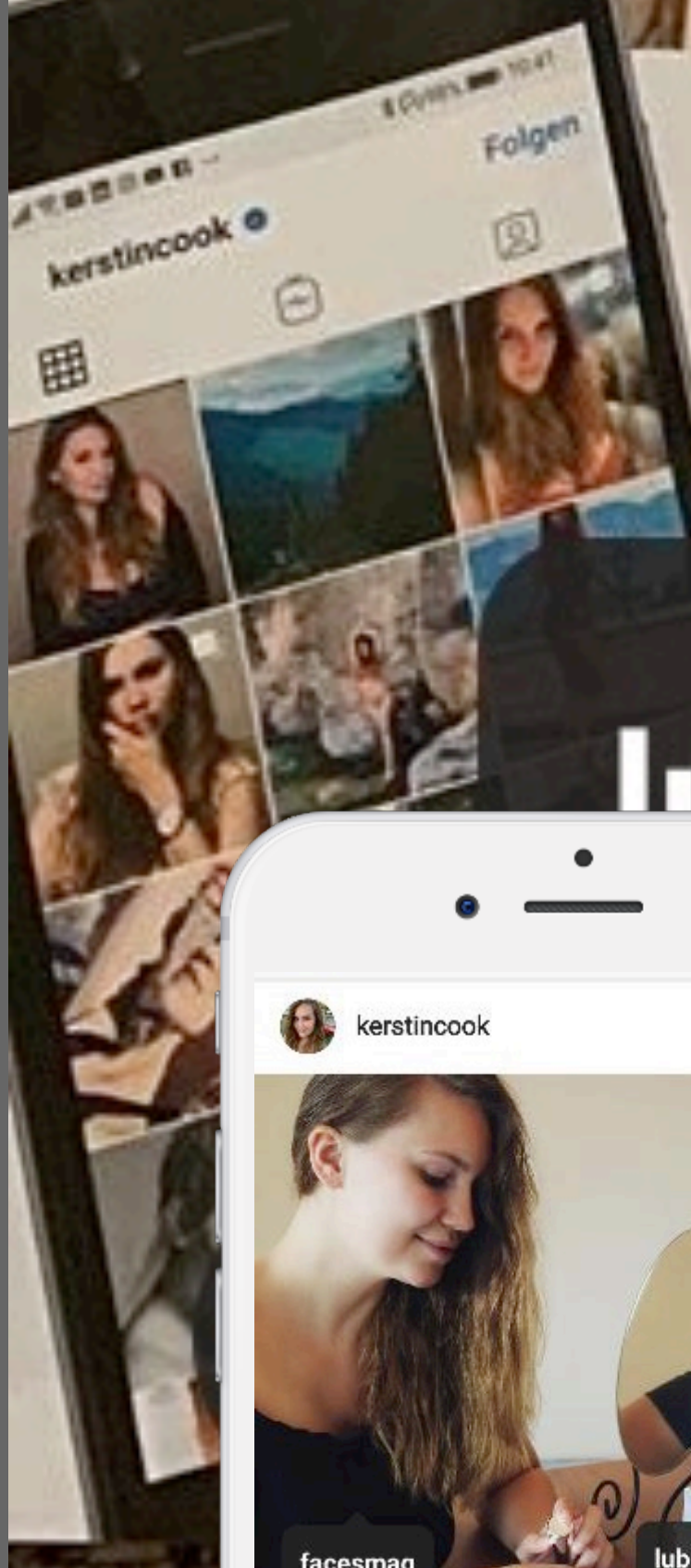


## FACES Influencer Check: Kerstin Cook testet Lubex anti-age

Influencerin Kerstin Cook hat für uns die Augen-Wirkbehandlungen von Lubex anti-age getestet und verrät uns hier, ob sie tatsächlich ihr Herz verschenken konnte.







KERSTIN COOK

@kerstincook  
Follower: 45k

Damals Miss Schweiz, heute Influencerin:  
Kerstin Cook begeistert ihre Follower mit  
authentischen Fotos aus ihrem Alltag und  
nimmt diese mit hinter die Kulissen von  
Foto-Shootings und Jobs – jetzt testet sie

# lubexantiage



in wenigen Minuten strahlen:

**F:** Wie verwendest du die verschiedenen Produkte?

**KC:** „Die Lubex anti-age eye pads trage ich drei Mal pro Woche für 15 Minuten unter der Augenpartie auf. Nachdem ich die Pads abgenommen habe, massiere ich die Rückstände der Wirkbehandlung sanft in die Haut ein. Bevor ich ins Bett gehe, verwende ich das Lubex anti-age eye excellence, nach dem Waschen trage ich die Wirkbehandlung unterhalb und oberhalb der Augen von innen nach außen auf. Morgens verteile ich ganz sanft das Lubex anti-age eye intensive unter und über meine Augen und massiere auch dieses von innen nach außen ein.“

**F:** Wann verwendest du die Wirkbehandlungen?

**KC:** „Die Lubex anti-age eye pads trage ich meistens am Abend auf, um zu entspannen. Bevor ich ins Bett gehe, verwende ich das Lubex anti-age eye excellence, das meine Haut über Nacht intensiv hydratisiert. Morgens verwende ich das Lubex anti-age eye intensive.“

Augenringe weg.

**F:** Wie verbessern die Treatments

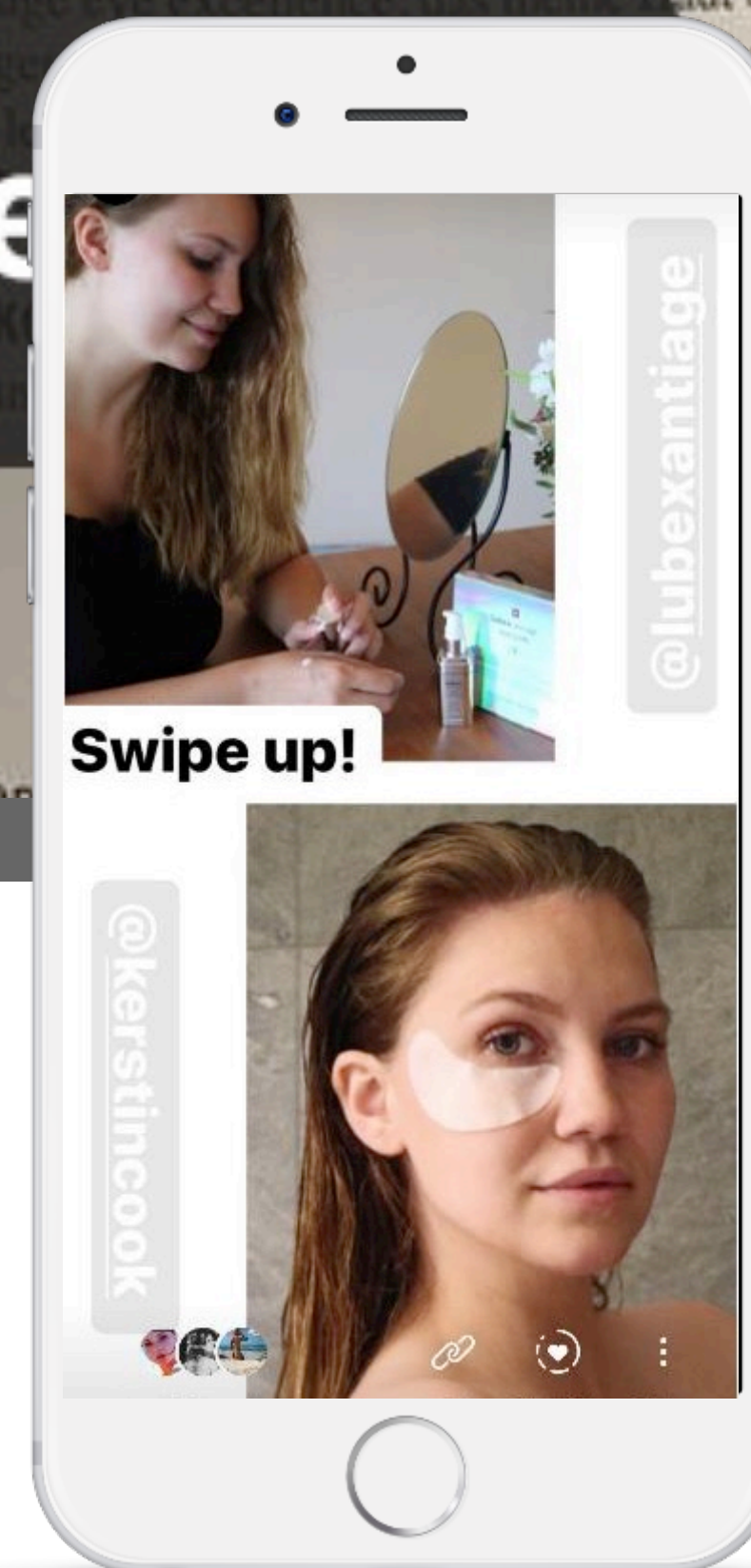
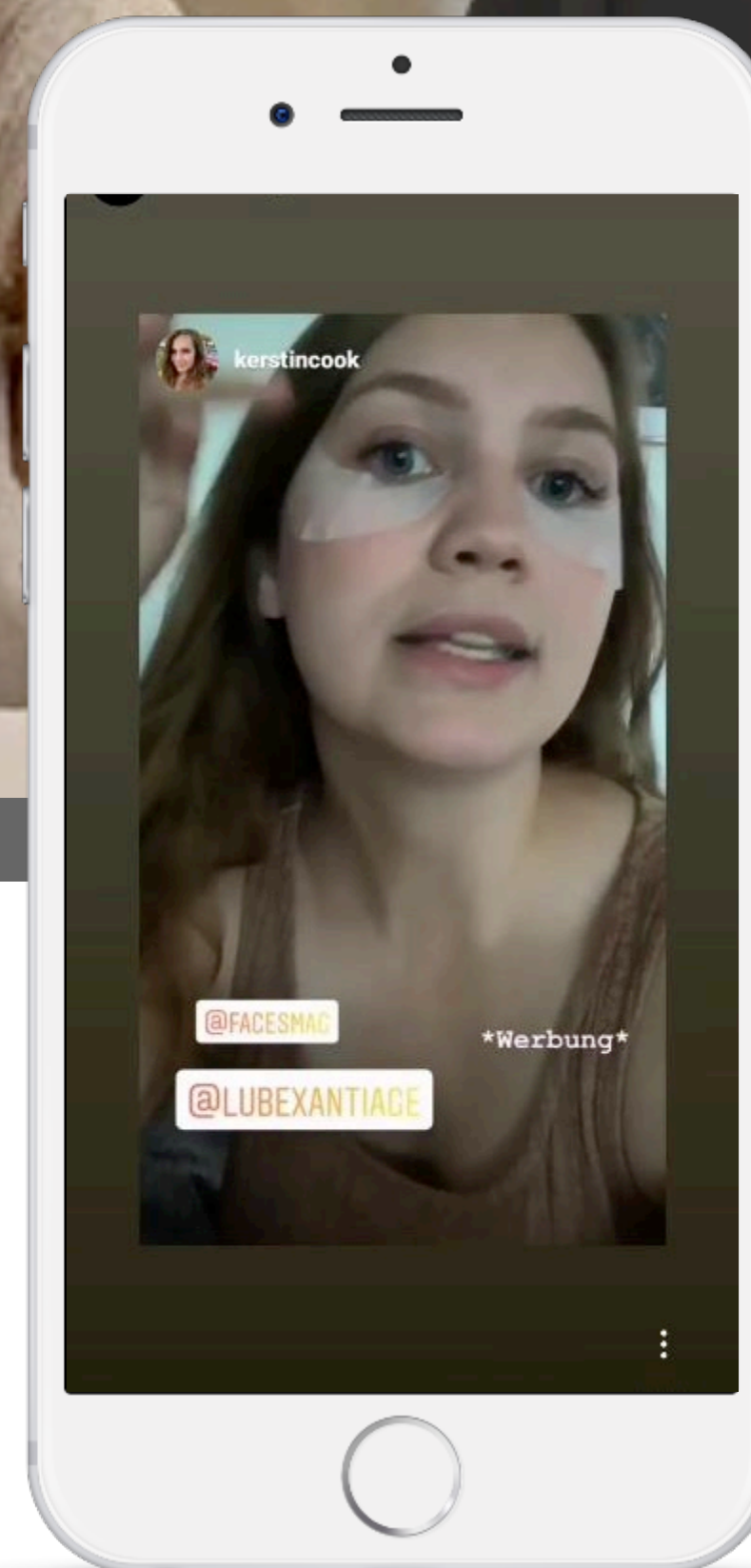
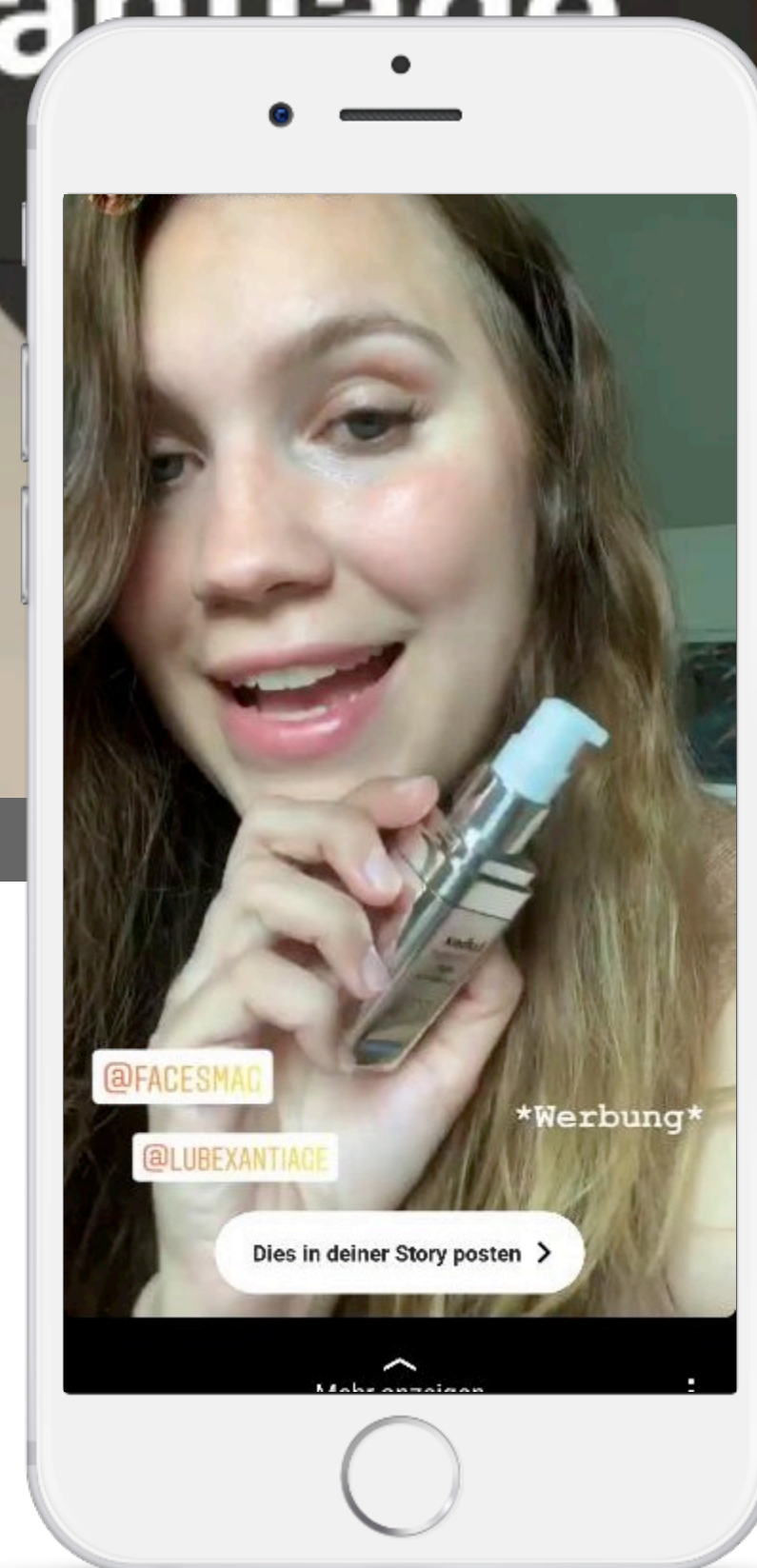
**KC:** „Morgens sehe ich sehr gut aus. Ich habe keine Augenringe mehr, und meine Haut ist straff. Ich liebe diesen Look.“

**F:** Weshalb passen die Produkte zu dir?

**KC:** „Oft vergessen wir die Augenpartie. Deshalb ist mir das Lubex anti-age eye intensive so wichtig.“

## Fazit

anti-age eye trage ich drei Mal pro Woche für 15 Minuten unter der Augenpartie auf. Nachdem ich die Pads abgenommen habe, massiere ich die Rückstände der Wirkbehandlung sanft in die Haut ein. Bevor ich ins Bett gehe, verwende ich das Lubex anti-age eye excellence, nach dem Waschen trage ich die Wirkbehandlung unterhalb und oberhalb der Augen von innen nach außen auf. Morgens verteile ich ganz sanft das Lubex anti-age eye intensive unter und über meine Augen und massiere auch dieses von innen nach außen ein.“





Influencer Check

PACKAGE S – DIGITAL ONLY

★ Online Artikel	200k PI / per Month	EUR 4'100
★ Digital Mailing	7'700 Abonnenten	EUR 2'000
★ Facebook (1 Post)	65'600 Followers	EUR 1'800
★ Instagram (1 Story)	44'700 Followers	EUR 1'350
★ Medienwert Influencer	nach Absprache	EUR 5'000

Medienwert und Produktionskosten total	EUR 14'250
<b>Package Preis (inkl. Gage und Handling Influencer)</b>	<b>EUR 7'500</b>



Influencer Check

PACKAGE M

★ 1/2 Seite Print	Auflage 50'000	EUR 7'100
★ Online Artikel	200k PI / per Month	EUR 4'100
★ Digital Mailing	7'700 Abonnenten	EUR 2'000
★ Facebook (1 Post)	65'600 Followers	EUR 1'800
★ Instagram (1 Story)	44'700 Followers	EUR 1'350
★ Medienwert Influencer	nach Absprache	EUR 5'000

Medienwert und Produktionskosten total	EUR 21'350
<b>Package Preis (inkl. Gage und Handling Influencer)</b>	<b>EUR 10'000</b>



## Influencer Check

# PACKAGE L

★ Advertorial 2/1-Seite	Auflage 50k	EUR 24'000
★ Produktion Advertorial	+10%	EUR 2'400
★ Online Artikel	200k PI / per Month	EUR 4'100
★ Digital Mailing	7'700 Abonnenten	EUR 2'000
★ Facebook (1 Post)	65'600 Followers	EUR 1'800
★ Instagram (1 Story)	44'700 Followers	EUR 1'350
★ Medienwert Influencer	nach Absprache	EUR 5'000
Medienwert und Produktionskosten total		EUR 40'650
<b>Package Preis (inkl. Gage und Handling Influencer)</b>		<b>EUR 25'000</b>



Influencer Check

PACKAGE XL

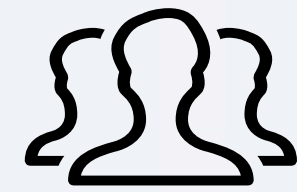
★ Advertorial 4/1-Seite	Auflage 50k	EUR 48'000
★ Produktion Advertorial	+10%	EUR 4'800
★ Online Artikel	200k PI / per Month	EUR 4'100
★ Digital Mailing	7'700 Abonnenten	EUR 2'000
★ Facebook (1 Post)	65'600 Followers	EUR 1'800
★ Instagram (1 Story)	44'700 Followers	EUR 1'350
★ Medienwert Influencer	nach Absprache	EUR 5'000
Medienwert und Produktionskosten total		EUR 67'050
<b>Package Preis (inkl. Gage und Handling Influencer)</b>		<b>EUR 35'000</b>



# FACES Community

## Generation Y

FACES-Leser sind die sog. «Generation Y» - das sind urbane, gut ausgebildete, technologieaffine Frauen und Männer zwischen 25 und 40 Jahren. Sie sind weltoffen und zerbrechen sich nicht den Kopf über traditionelle Rollen oder Herkunft. Sie sind neugierig, optimistisch und sozial gut vernetzt. Sie leben einen bewussten Lebensstil, bewusst der Umwelt und Gesellschaft gegenüber, aber auch bewusst zu sich selber. Beruf und Karriere sind ihnen wichtig, genau wie die persönliche Entwicklung. Sie sind modebewusst und haben ihren eigenen Stil.



**34 Jahre**

**Durchschnittsalter**  
**Young Luxury Buyer der**  
**Generation Y (25 – 40 Jahre)**



**Interesse an**  
**Lifestyle**

**Fashion: 220 Reisen: 127**  
**Beauty: 227 Wohnen: 164**



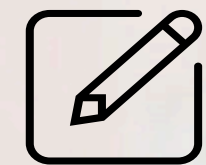
**Hohes**  
**Einkommen**

**53% > CHF 8'000**  
**Haushaltseinkommen**



**Urbaner Wohnort**

**61% leben in der Stadt**  
**27% Agglomeration**  
**13% Land**



**Gute Ausbildung**

**81% haben eine mittlere**  
**bis höhere Ausbildung**



**Geschlecht**

**Print:**  
**80% Frauen / 20% Männer**  
**Alle Kanäle:**  
**55% Frauen / 45% Männer**





**GET IN TOUCH  
WITH US**

#### LOCATION

STRASSBURGER STRASSE 6D  
DE-10405 BERLIN

#### PHONE

+49 (0)30 552 02 383

#### WEB & SOCIAL

FACES.CH / FACESMAG.DE  
@FACESMAG  
FACEBOOK.COM/FACES



#### ADVERTISING CONTACTS

Julia Gelau [julia@faces.ch](mailto:julia@faces.ch)