

# DIE HERO-STORY Meins

10  
Jahre  
Meins

VOM MAGAZIN ZUR ERFOLGREICHEN  
360-GRAD COMMUNITY-MARKE

## MEINS – FIRST MOVER & COMMUNITY BUILDER

Meins ist die erste crossmediale Community-Marke 50plus, die Print, Digital, Social Media und Live Communications vereint. Die Brand hat die größte Fan-Gemeinde 50plus im Zeitschriftenmarkt mit einer beispiellosen Vernetzung untereinander. Das redaktionelle Konzept basiert auf den Säulen People und Real Life, Service und Community.

Meins spricht die Zielgruppe authentisch und auf Augenhöhe an, das Einbeziehen der Community auf allen Kanälen und unique Marken-Events erzeugen emotionale Momente und eine starke, einzigartige Markenbindung.



PRINT



DIGITAL



SOCIAL MEDIA



LIVE  
COMMUNICATION

## EINE ZIELGRUPPE MIT GROSSEM POTENZIAL...

Gen. WOW – eine neue Generation Frauen 50plus! Sie sind gesellig, konsumfreudig, aktiv, breit interessiert – und weit entfernt von gesellschaftlichen Klischees. Sie haben ein großes Interesse daran, sich miteinander zu vernetzen, wollen inspiriert und unterhalten werden.

## MILESTONES DER MARKE

2012

### Der Titel Meins kommt auf den Markt und begründet das Segment „Frauen 50plus“

Das Heftkonzept revolutioniert den Zeitschriftenmarkt, spricht eine bis dato unterschätzte Zielgruppe an und entwickelt sich zur Leadmarke. Später erscheinen diverse Me-too-Produkte.



### Die Facebook-Seite Café Meins (heute Generation Wow by MEINS) sowie der Online-Auftritt cafemeins.de werden gelauncht.

### Mit der Event-Reihe Café Meins startet die erste Real-Life-Plattform für die Zielgruppe

Meins-Leserinnen vernetzen sich bei Get-togethers und werden zur starken Community und zu Markenbotschaftern. Die ersten beiden Brunch-Events finden im Herbst 2012 in Potsdam und Köln statt. Zuletzt fanden etwa 50 Live-Events, darunter über 30 Brunch-Events, statt.

2018

### Relaunch von cafemeins.de in eine interaktive Community-Website mit exklusivem Club-Gedanken

Die Plattform bietet nach kostenloser Registrierung kuratierten Content für die Zielgruppe und exklusive Inhalte wie eine Vorteilswelt mit Special Deals und Events. Eine weitere Besonderheit: Jede Userin hat ein eigenes Profil, kann kommentieren, Nachrichten schreiben und sich mit anderen Profilen virtuell connecten.



2019

### Monetarisierung aller Events mit Eventim als Ticketsales-Partner

2020

### Mit dem Instagram-Account @generation\_wow entsteht das erste Social- und Influencer Netzwerk für die Gen. WOW

Instagram und Facebook gewinnen immer mehr an Relevanz und Reichweite. Social Media ist ein zentraler Bestandteil der Lebenswelt der Gen. WOW Community. Das Engagement ist mit  $\varnothing$  5 % überdurchschnittlich hoch und zeigt eine hohe Aktivität der WOW-Zielgruppe auf den Plattformen.



### Launch von neuer digitale Event-Reihe (Lesungen, Workshops)

2021

### Rebranding der Website in generationwow.de

### Gemeinsam mit Partner Visual Statements (VS) wird die Social Strategie, das Brand und Community Building von Generation WOW weiter ausgebaut

### Mit der Digitalen Hausparty wird das erste Generation WOW Lifestyle Festival by MEINS mit Partner SHINE Conventions gehosted

Die Zielgruppe Gen. WOW ist bisher mit Veranstaltungen und dezidierten Unterhaltungsformaten unterversorgt. Hier setzen das erste Livestreaming-Event für Frauen 50plus sowie weitere digitale Events und Workshops by Generation WOW an.

#### DIE DIGITALE HAUSPARTY ERZIELT:

- Mehr als **10.000 AUFRUFE**
- eine **GESAMTREICHWEITE** von **12,5 MILLIONEN** Kontakten
- in hohes Engagement von über **3.600 KOMMENTAREN IN 8 H STREAM**

2022

### Happy Birthday, Meins!

Die Marke Meins wird 10 und feiert in Heftfolge #16, #17, #18 und über alle Kanäle mit redaktionellen Specials und tollen Gewinnspielen mit exklusiven Produktionen.

