

## Ein Video für die Freundschaft

Was denken eigentlich Männer über Frauenfreundschaften? Anlässlich des Internationalen Tags der Freundschaft haben *Freundin* und Autohersteller „Opel“ gemeinsam ein Video zum Thema Frauenfreundschaften gedreht – und zwar aus der Sicht von Männern. Folgendes Video spielt humorvoll mit Klischees und wird auf der optisch und technisch runderneuertem Website von *Freundin* präsentiert.

Videos sind künftig eines der Kernelemente bei [freundin.de](http://freundin.de). Mit einem aufgeräumten und bildstarken Layout sowie klar strukturierten Menüs wirkt der neue Digitalauftritt moderner und sorgt für eine verbesserte Nutzerfreundlichkeit.

---

*„Freundin unterhält und ist mit ihrer großen Themenvielfalt ständiger Begleiter der Leserinnen, sowohl analog als auch digital. Da viele User inzwischen mobil auf unser Angebot zugreifen, haben wir die Website optisch und technisch auf dieses Nutzungsverhalten ausgerichtet.“*

**Chefredakteur Nikolaus Albrecht**

---

„Freundin ist Ratgeberin von rund zwei Millionen Frauen und hat nachweislich aktivierenden Einfluss auf deren Konsumententscheidungen. Das kommt Werbungtreibenden zugute. Unsere Vermarktungseinheiten bieten maßgeschneiderte Kommunikationslösungen, die nun digital um attraktive Varianten erweitert werden können.“

**Managing Director Jonas Grashey**

**Hier geht es zur Pressemitteilung zum neuen Online-Auftritt der Freundin-Webseite:**

**Bildstark, frisch, mobil-optimiert: Freundin.de präsentiert neuen Online-Auftritt**  
Videokampagne zum Tag der Freundschaft erreicht über eine Million Nutzer

Die Medienmarke Freundin präsentiert ihre Website Freundin.de optisch und technisch neuemessert. Das aufgeräumte und bildstarke Layout sowie klar strukturierte Menüs des neuen Online-Auftritts sorgen für eine verbesserte Nutzerfreundlichkeit und neues Vermarktungspotenzial. Eine größere Bedeutung kommt Bewegtbildinhalten zu, gleich zum Start wurde am Tag der Freundschaft mit einem Video der zentrale Teil einer Native-Advertising-Kampagne für „Döner“ veröffentlicht.

Chefredakteur Nikolaus Albrecht: „Freundin unterhält und ist mit ihrer großen Themenvielfalt ständiger Begleiter der Leserinnen, sowohl analog als auch digital. Da viele User inzwischen mobil auf unser Angebot zugreifen, haben wir die Website optisch und technisch auf dieses Nutzungsverhalten ausgerichtet.“

Die Homepage und Rubriken wurden neu strukturiert und die Darstellung für die mobile Nutzung optimiert. So sorgt das responsive Design für eine bestmögliche Darstellung der journalistischen Inhalte auf allen mobilen Endgeräten. Videos können mithilfe eines neuen Videoplays, der vom Münchener Video-Technologie-Dienstleister „zoox“ entwickelt wurde, optimal auf allen Endgeräten ausgespielt werden. Eine gute Video-Performance und kurze Ladezeiten stehen hierbei im Vordergrund.

Managing Director Jonas Grashey: „Freundin ist Ratgeberin von rund zwei Millionen Frauen und hat nachweislich aktivierenden Einfluss auf deren Konsumententscheidungen. Das kommt Werbungtreibenden zugute. Unsere Vermarktungseinheiten bieten maßgeschneiderte Kommunikationslösungen, die nun digital um attraktive Varianten erweitert werden können.“

Für die Vermarktung und insbesondere für Native-Advertising-Kampagnen bietet die neue Website vielfältiges Inventar. Es werden laufend neue kreative Formate für Werbepartner entwickelt - in das Video zum Tag der Freundschaft zum Beispiel wurde „Döner“ nativ integriert. Der Clip hat nach dem ersten Wochenende bereits über eine Million Menschen erreicht. Technologisch basiert Freundin.de nun auf dem von Burda im März 2016 lancierten Content Management System Thunder. Freundin.de erreicht aktuell 1,08 Millionen Unique User (Quelle: April 2018-04).

von **Regine von Kameke**  
Senior PR Manager - BurdaStyle  
regine.vonkameke@burda.com



Kategorie **Marken**

Schlagwörter **BurdaStyle, Freundin, Nikolaus Albrecht, Video, Website**

Adresse (URL) **<https://www.burda.com/de/news/ein-video-fur-die-freundschaft/>**