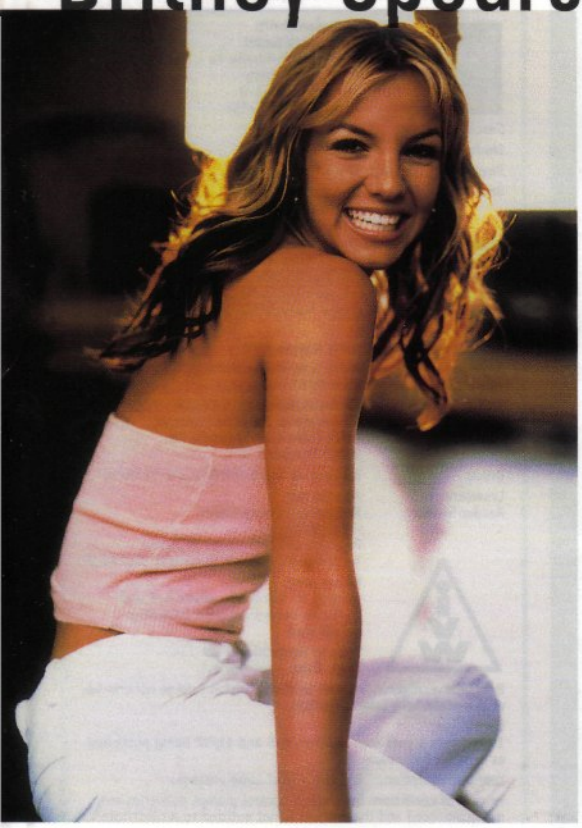
Baby & Junior

Die Branche im Blickpunkt

Ausgabe 10/2000

Britney Spears-Lizenzen



Wow! So möchten junge Mädchen in ihren heimlichen Träumen gern sein: jung, gut aussehend, toll und erfolgreich wie Britney Spears. Ein Dauerhit eben, fast zu schön, um wahr zu sein, aber mit allem, was zu einem Idol gehört: Platin für sieben Millionen verkaufte Platten von »Oops! ... I did it again«, eine Affäre mit Justin Timberlake, Lead Sänger von N-Zync«, und dazu noch von People Magazine zum bestangezogenen Mädchen 2000 gekürt. Und das alles so schnell, dass die PR-Büros der Vermarkter mit dem Schreiben gar nicht mehr nachkommen. Aber jetzt hat die V.I.P. Entertainment & Merchandising AG, Hamburg, von Signatures Network, San Francisco, den Auftrag bekommen, anlässlich der bevorstehenden Europa-Tournee des Stars Lizenznehmer zu finden. Wie schön für ihre Fans: Können sie sich doch bald zu allen Lebensgelegenheiten mit Britney versehen.

Coole Hits für coole Girls

Ganz klar: Zu coolen Girls gehört auch coole Musik. Und die kommt bei den Teenies von Oli P., Britney Spears, Blümchen den Lollipops u.v.a. Eine Zusammenstellung der Lieblingshits in einer herzigen CD kann demnach nur »Girls« heißen. Und die gibt's von der Edel Media & Entertainment GmbH, Hamburg, mit einem pferdenärrischen Poster, einer Konsumentenbefragung und einem Preisausschreiben, bei dem als erster Preis eine Woche Ferienwoche auf dem Reiterhof winkt, natürlich mit der besten Freundin, weil es zu zweit eben so viel mehr Spaß macht. »Die musst du haben!« lockt das Poster.

XX by Mexx für European Girls

Alle Mädchen lieben Tagebücher und Fotoalben. Auch die großen mögen solche, wo sie selbst mit ihren Träumen und Sehnsüchten drin sind und natürlich ganz global die anderen mit so ähnlichen oder ganz anderen Wünschen. Ein solches hat Mexx zusammengestellt und sich dabei ein ausgefallenes Marketing-Konzept für die junge Linie »XX by Mexx« einfallen lassen. 50 Mädchen aus 21 europäischen Großstädten waren dabei. Also Samantha aus Rom auf dem Rummelplatz, ahorngrün und veilchenblau Ashley aus Belfast, cool, die blonde Kristina aus Kopenhagen mit ihren Ölfarben, die Kampfsport treibende Jantra aus Hamburg. Kurzum, alle haben ihre Lieblingskombinationen von Mexx angezogen, um an ihren Lieblingsplätzen den Mexx-Fotografen Modell zu stehen. Damit das Ganze aber nicht gar zu mexxig leicht wurde, mussten sie Hausaufgaben machen, aber nicht so einfache wie zum Beispiel, warum sie Mexx cool finden und so. Nein, sie durften sich Gedanken über die Begriffe »trendy«, »unabhängig«, »energisch«, »positiv« und »offen« machen, also in höhere Sphären entschweben. Fürs Irdisch-Sinnliche hieß es außerdem noch »XX« designen. »XX« steht im Englischen für »zwei Küsse« und ist damit eine zentrale Herausforderung für junge Mädchen. Herausgekommen ist ein Album mit lauter netten, klugen Mädchen in wunderbaren Kleidern und voller Lebenshunger, Power und Kreativität. Da wurde geixxt, was es das Zeug hielt. Zum X und X gelegte Paprikaschnitten auf Brettchen; zwei Ixxen aus Streichhölzern auf blauem Grund, Karotten, Gras, Zigaretten, Autoschilder oder Strumpfhosen mussten herhalten; aber nicht eine Wiederholung ist dabei. Denn wie die 16-jährige Débora aus Porto meint: »Trendig bezeichnet den ständigen Wechsel«. Genauso selbstbewusst erklärt sie den Begriff »unabhängig«: »Ich denke, dass es bedeutet, dass wir das benützen können, was wir wollen, und auf eine Art und Weise, in der wir uns bequem fühlen.« Bravo: Bei der Jugend muss sich Europa keine Sorgen um seine Zukunft machen. *Dieter Volgnandt*