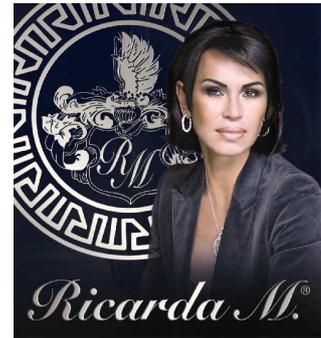


Pressemitteilung
Ricarda M. Designer World
21. April 2008



Titelverdächtiges Präsent :
„Ladyslounge“ widmet Ricarda M. anlässlich ihres 10-jährigen
Telegeburtstags die Coverstory

München. Wie selbstverständlich reiht sich Ricarda M. in der aktuellen Ausgabe der „Ladyslounge“ in die Riege internationaler Designer wie Tom Ford und Sean Combs sowie Stars wie Madonna und George Clooney ein. Neben dem Titelbild widmet das anspruchsvolle Hochglanz-Magazin aus dem Hause Kern & Kern Media Verlag der First Lady des Teleshoppings auf vier aufwendig illustrierten Seiten auch die begehrte Titelstory. Grund für dieses eindrucksvolle Porträt der Fashion- und Lifestyle Designerin Ricarda M. ist der in diesem Jahr stattfindende 10th Anniversary Day, das zehnjährige Jubiläum der Marke Ricarda M. im Teleshopping.

Bereits vor wenigen Wochen fand die ausdrucksstarke Story über das Medienphänomen Ricarda M. in der bei Jetsettern, Managern und Golfspielern gleichermaßen anerkannten Zeitschrift „Business-Lounge“, ebenfalls aus dem Kern & Kern Media Verlag, ihren Einzug. Mit einer Auflage von je 110.000 Exemplaren liegen diese beiden Edel-Journale in Flugzeugen der Air Berlin, wie unter anderem der LTU, der DBA und auch der Air Mauritius aus. Erhältlich sind die Magazine zudem an Kiosken, in Buchhandlungen, in ausgewählten Golfclubs und First Class Hotels in Deutschland, Österreich, der Schweiz und auf Mallorca sowie überall dort, wo es viele Reisende gibt. Zunehmend setzt sich der große Kreis der Leser auch aus Abonnenten zusammen.

In einem fesselnden Artikel gelingt es der Journalistin Christiane Marks den beispiellosen Karriereweg der erfolgreichen Unternehmerin Ricarda M. mit vielen Details und Emotionen zu schildern. Und so erfahren die Leser neben den herausragenden Erfolgen der Quotenqueen, wie zum Beispiel bis zu 20.000 Bestellungen pro Sendestunde (HSE24-Statistik), auch sehr Persönliches über Ricarda M. „Ich bin nicht reich geboren. Ich musste mir meinen Erfolg erarbeiten“, so die Lifestyle-Ikone.

Mit dem Exposé in der „Ladyslounge“ gelang Ricarda M. in ihrem Festjahr erneut ein besonderer Medien-Coup. Den Auftakt zu den Jubiläums-Überraschungen machte am 6. März die Vorstellung der neuen Ausgabe „WE WOMEN AND ECONOMY“, EDITION FRAUEN DER DEUTSCHEN WIRTSCHAFT, Band II „Motivation“ mit einem vierseitigen Porträt der Designerin. Nur wenige Tage später erfolgte die erstmalige Präsentation ihrer Dessous-Kollektion „Sexy Secrets“ bei dem Teleshopping-Sender QVC und fast zeitgleich eroberte Ricarda M. die Herzen der Leser durch die Berichterstattung in der „Business-Lounge“ praktisch im Flug. „In jedem Fall“, so Ricarda M., „dürfen meine Fans auch weiterhin gespannt sein, denn wir feiern mein Zehnjähriges das ganze Jahr über.“ Der offizielle Ricarda M. Geburtstags-Event ist für den 4. und 5. Mai 2008 geplant.

Unternehmen:

Über Ricarda M. Designer World

Ricarda M. Designer World wurde 1998 als Vertriebs GmbH von der Designerin Ricarda Manuela Hofmann gegründet. Noch im selben Jahr setzte die Newcomerin mit der Einführung ihrer ersten eigenen Nagelpflegeserie neue Vertriebs-Maßstäbe: Bis heute wurde Ruby Crystal millionenfach verkauft. Es folgten weitere Produktkollektionen wie die hochwertige Kosmetiklinie „Secrets of Beauty“, eine traumhaft schöne und mit schillernden Details perfekt akzentuierte Designerschmuck-, Taschen- und Accessoires-Kollektion, ein erlesenes Sortiment betörender Frauen- und Herrendüfte sowie ihr eigenes unverwechselbares Modelabel. Seit der Geschäftsgründung wurde der Großteil der Umsätze durch interaktive

Medien wie den Televerkaufs-Sender Home Shopping Europe (HSE24) sowie durch Sendefenster bei den TV-Kanälen SAT 1 und Kabel 1 generiert. Nach einer kreativen Pause feierte RICARDA M. im Mai 2006 ihr Medien-Comeback mit ihrem neuen Markenauftritt im Zuge der neuen Partnerschaft mit dem Verkaufssender QVC. Es folgte eine Erweiterung ihres Verkaufssortiments durch die eigens designte echtschmuckkollektion „Juwel DeLuxe“, die erste Wohn-Accessoire-Kollektion „Royal Living“, die sportive Freizeitmodelinie „Body Eve“ und, ganz aktuell, die erste Dessous-Kollektion „Sexy Secrets“.

Pressekontakt:

Ricarda M. Designer World
Munich City Tower
Marcello Hofmann
Landsbergerstr. 110
80339 München

Telefon: +49 89 12113325
Telefax: +49 89 12113344
Internet: www.ricardam.com
E-Mail: mhofmann@ricardam.com

