

www.fashiontoday.de

MEDIA KIT '18

FASHION TODAY^{MEN}

The digital trade magazine for menswear



www.fashiontoday.de

Story

FASHION TODAY MEN is the only digital B2B magazine for menswear in Germany.

We are a platform for retailers, wholesalers and producers of fashion and textiles.

We provide expert information, investigated reportages, interviews, portraits, store-checks and more.

Always entertaining and to the point: magazine journalism on the highest level.



www.fashiontoday.de

Benefits

FASHION TODAY MEN is online only. That gives us the freedom to be a versatile and independent magazine.

We publish articles about fashion trade and textile production and deliver entertaining stories and interviews with leading figures in the market.

With FASHION TODAY MEN you reach employees and decision makers in the fashion industry.



www.fashiontoday.de

Distribution

FASHION TODAY MEN is published 12 times a year, always on the 15th of a month.

Additionally, people who sign up for our FTweekly newsletter, are provided with current and exclusive information. FTweekly is also a part of our website www.fashiontoday.de

For further range we use social media channels like facebook, instagram and twitter.



www.fashiontoday.de

Target group

Our target group is the fashion industry and all organizations and institutions dealing with fashion and textiles.

As an ambassador for fashion we address German speaking Europeans in Germany and the world.

Currently there are 4,400 unique readers. 49% are retailers and wholesalers, 31% are producers and 20% other types of readers like agencies or private persons.



www.fashiontoday.de

Advertising

Duration (4 weeks)*	
Expandable Ad (from ca. 326 x ca. 700 pixels to ca. 1029 x 700 pixels)	3,300 €**
Full-Size Banner (ca. 678 x ca. 500 pixels)	3,300 €
Wallpaper (ca. 1080 x ca. 90 plus ca. 160 x ca. 600 pixels)	3,000 €
Superbanner (ca. 1080 x ca. 90 pixels)	2,800 €
Medium Rectangle (ca. 326 x 326 pixels, within the text or sidebar)	2,800 €
Wide Skyscraper (ca. 326 x ca. 700 pixels)	2,400 €
Banner (ca. 678 x ca. 100 pixels)	2,000 €
Mini (ca. 326 x 100 pixels)	1,500 €
Video Ad	2,900 €
Banner in our newsletter 4 times a month (600 x 300 pixels)	1,500 €
Marked Advertorials within the editorial environment (4000 characters and 2 pictures).	3,600 €

Discounts

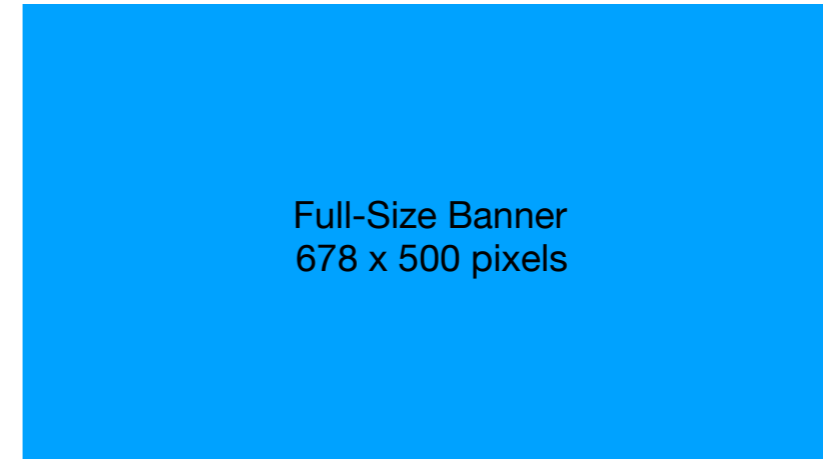
Book 12 times and get 30 %	Example: 36,000 € then 25,000 €
Book 6 times and get 20 %	Example: 18,000 € then 14,400 €
Book 3 times and get 10 %	Example: 9,000 € then 8,100 €

*slight variations possible. ** VAT not included.

Payment conditions: we offer 4% discount when the bill is paid 14 days before the date of publication. We also offer 2% discount when the bill is paid within 8 days after the date of publication. Otherwise: normal payment within 30 days without discounts.

www.fashiontoday.de

Expandable Ad & Full-Size Banner



STARTSEITE > AUSGABE JANUAR 2018 > „Eine neue Interpretation von Zeitgeist“

„Eine neue Interpretation von Zeitgeist“

REAGENT

➔ Ausgabe Januar 2018, Produktion

Folded out:
1029 x 700 pixels

Expandable Ad
326 x 700 pixels

Verfechter des deutschen Textil-Know-how (Bilder: Regent)

Autor: Markus Oess

„Regent unterwirft sich eher der Zeitlosigkeit“, sagt Philippe Brenninkmeijer im Interview mit FT. Er (75 Prozent der Anteile) hat zusammen mit seinem Partner Andreas Meier (25 Prozent der Anteile) den Traditionsschneider übernommen, nachdem das Unternehmen zwei Mal in kurzer Zeit in die Insolvenz gerutscht war. Jetzt muss das Management den Beweis antreten, dass die Wiederbelebung von Regent tatsächlich gelungen ist und der Handel nachhaltig beliefert werden kann.

„Regent ist das einzige deutsche Unternehmen, welches in Handarbeit für Männer Konfektion in Deutschland schneidert. Der Regent von 2018 ist in keiner Beziehung mit dem Regent der Vergangenheit zu vergleichen – mit Ausnahme der Mitarbeiter, die für eine entsprechende Verarbeitungsqualität stehen. Regent hat sich zum Ziel gesetzt, ein neues Komfortbewusstsein für das Sakko und den Anzug 2018 zu entwickeln und damit formelle Kleidung neu zu definieren.“ Bescheidenheit geht anders, ist aber auch nicht unbedingt der passende Auftritt für das wiederlebte Schneiderlabel (Regent wurde 1946 von Henryk Barig und Michael Aisenstadt

FASHION TODAY NEWSLETTER

E-Mail *

Vorname

Nachname

ABONNIEREN

HANDEL

Store Check: Limburgs Laden für Menswear

WORMLAND: „Klarheit für den Kunden“

KATAG CHEFTAGUNG: Fertig ist besser als perfekt

Studie: Offline muss von Online lernen

Markt: Krisenpatient Großfläche?!

PRODUKTION

Pitti Uomo #92: Die Stimmung heizt sich auf

Smart Fashion: Die Digitalisierung der Mode

CG – CLUB of GENTS: Neuer Street Look aus London

Advertorial: Kann „hausgemacht“

Private White V.C.: Vom Land in den

www.fashiontoday.de

Skyscraper & Advertorial



STARTSEITE > AUSGABE JANUAR 2018 > „Eine neue Interpretation von Zeitgeist“

„Eine neue Interpretation von Zeitgeist“

REGENT

Ausgabe Januar 2018, Produktion

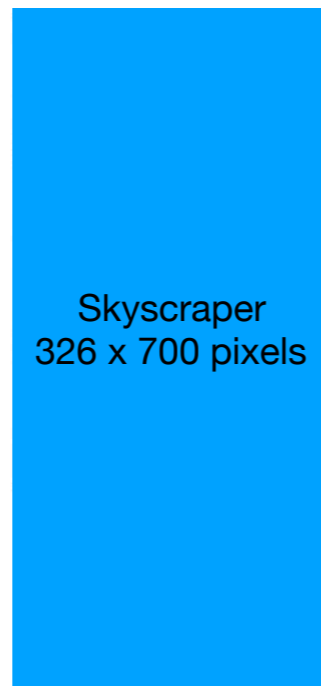


Verfechter des deutschen Textil-Know-how (Bilder: Regent)

Autor: Markus Oess

„Regent unterwirft sich eher der Zeitlosigkeit“, sagt Philippe Brenninkmeijer im Interview mit FT. Er (75 Prozent der Anteile) hat zusammen mit seinem Partner Andreas Meier (25 Prozent der Anteile) den Traditionsschneider übernommen, nachdem das Unternehmen zwei Mal in kurzer Zeit in die Insolvenz geratscht war. Jetzt muss das Management den Beweis antreten, dass die Wiederbelebung von Regent tatsächlich gelungen ist und der Handel nachhaltig beliefert werden kann.

„Regent ist das einzige deutsche Unternehmen, welches in Handarbeit für Männer Konfektion in Deutschland schneidert. Der Regent von 2018 ist in keiner Beziehung mit dem Regent der Vergangenheit zu vergleichen – mit Ausnahme der Mitarbeiter, die für eine entsprechende Verarbeitungsqualität stehen. Regent hat sich zum Ziel gesetzt, ein neues Komfortbewusstsein für das Sakko und den Anzug 2018 zu entwickeln und damit formelle Kleidung neu zu definieren.“ Bescheidenheit geht anders, ist aber auch nicht unbedingt der passende Auftritt für das wiederlebte Schneiderlabel (Regent wurde 1946 von Henryk Barig und Michael Aisenstadt



FASHION TODAY NEWSLETTER

E-Mail *

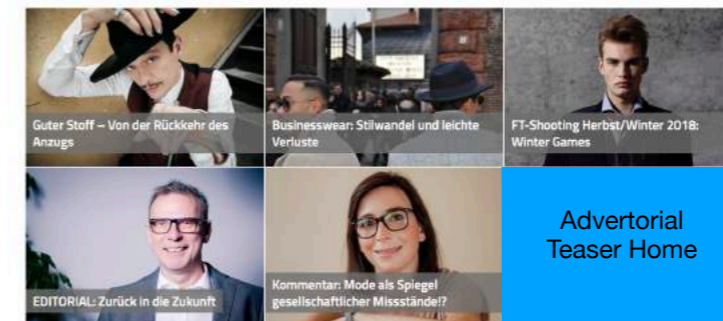
Vorname

Nachname

ABONNIEREN

<< Dezember 17 **Ausgabe JANUAR 2018**

TOP-THEMA



PUREs Vergnügen

ARTIKEL

Die Ausgabe Dezember 2017, Produktion



Der Markenhersteller METEOD will das Herbst- und Winterprogramm für den Herbst und Winter 2018 mit dem Namen ETERNA auf den Markt bringen. Das werden junge Herren angesprochen, und es soll die Präferenz auf der Suche nach Qualität sein. Das sind die Herren, die sich für die Qualität der Kleidung interessieren und die sich für die Qualität der Kleidung interessieren. Das sind die Herren, die sich für die Qualität der Kleidung interessieren und die sich für die Qualität der Kleidung interessieren.

FASHION TODAY NEWSLETTER
E-Mail *
Vorname
Nachname
ABONNIEREN

www.fashiontoday.de

Contact

**Contact Person for
Advertisement and Cooperations**

anzeigen@fashiontoday.de

+49 2632 6020376

+49 151 26243975



FASHION TODAY^{MEN}

The digital trade magazine for menswear

A project by FT digital

Chief Editor
Markus Oess

An der Mohrsmühle 10
D-56626 Andernach
+49 2632 6020376
+49 151 26243975
info@fashiontoday.de

www.fashiontoday.de

Representations abroad:

Paris: Winfried Rollmann
Mailand: Angela Cavalca
Madrid: Marta Herrera
Moskau: Ludmilla Solomennik
London: Lucia Carpio
Amsterdam: Alexander R. Moust