

www.fashiontoday.de

MEDIADATEN '18

FASHION TODAY^{MEN}

The digital trade magazine for menswear



www.fashiontoday.de

Konzept

FASHION TODAY MEN ist das einzige digitale HAKA-Fachmagazin im deutschsprachigen Raum.

Wir sind B2B-Plattform für Einzelhändler, Großhändler und Hersteller der Mode- und Textilbranche.

Wir liefern Fachinformationen, tief recherchierte Reportagen, Interviews, Porträts, Store-Checks und vieles mehr.

Immer unterhaltsam und auf den Punkt: Magazinjournalismus auf hohem Niveau.



www.fashiontoday.de

Benefits

FASHION TODAY MEN erscheint ausschließlich digital und bietet daher viele neue Möglichkeiten für mediale Darstellungsformen.

Bilder, Interviews im Video, Retail-Reportagen.

Wir bringen Top-Themen, Artikel zu Modehandel und -Produktion sowie unterhaltende Geschichten in unserer Rubrik „Erzählt“.

Mit uns erreichen Sie die Digital Natives.



www.fashiontoday.de

Verbreitung

Erscheinungstermin ist der 15. eines jeden Monats auf www.fashiontoday.de.

Jeden Donnerstag verschicken wir unseren FTweekly-Newsletter mit allen aktuellen Brancheninfos. FTweekly ist zusätzlich als Blog in die Website integriert und teasert zudem Stories der aktuellen Ausgabe an.

Für die Verbreitung der Artikel nutzen wir außerdem Facebook, Instagram und Twitter.



www.fashiontoday.de

Zielgruppe

Zielgruppe sind der Handel und die Industrie mit allen Vorstufen sowie Institutionen und Verbände.

Als Kontaktträger und Botschafter für Handel und Industrie richten wir uns an deutschsprachige Leserinnen und Leser in Europa.

Leserstamm: 4.400
Brancheninsider

Leserstruktur: 49% Handel, 31%
Industrie, 20 % Sonstige
(Agenturen etc.)



www.fashiontoday.de

Werbung

Vollbelegung (4Wochen)*	
Expandable Ad (von ca. 326 x ca. 700 Pixel auf ca. 1.029 x 700 Pixel)	3.300 €**
Full-Size Banner (ca. 678 x ca. 500 Pixel)	3.300 €
Wallpaper (ca. 1080 x ca. 90 plus ca. 160 x ca. 600 Pixel)	3.000 €
Superbanner (ca. 1080 x ca. 90 Pixel)	2.800 €
Medium Rectangle (ca. 326 x 326 Pixel, im Text oder in der Sidebar)	2.800 €
Wide Skyscraper (ca. 326 x ca. 700 Pixel)	2.400 €
Banner (ca. 678 x ca. 100 Pixel)	2.000 €
Mini (ca. 326 x 100 Pixel)	1.500 €
Video Ad	2.900 €
Banner im Newsletter 4 Mal im Monat (600 x 300 Pixel)	1.500 €
Klar gekennzeichnete Advertorials im redaktionellen Umfeld. 4000 Zeichen und zwei Bilder.	3.600 €

Rabatte

Bei 12-maliger Belegung 30 %	Beispiel: statt 36.000 € dann 25.000 €
Bei 6-maliger Belegung 20 %	Beispiel: statt 18.000 € dann 14.400 €
Bei 3-maliger Belegung 10 %	Beispiel: statt 9.000 € dann 8.100 €

*Geringe Abweichungen der Bannergrößen sind möglich. ** Alle Preise zzgl. ges. MwSt.

Zahlungsbedingungen: Zahlung innerhalb 8 Tagen nach Erscheinen **2 % Skonto**. Sonst netto innerhalb 14 Tagen ohne Abzug.

www.fashiontoday.de

Expandable Ad & Full-Size Banner



„Eine neue Interpretation von Zeitgeist“

REGENT

01. Ausgabe Januar 2016, Produktion

**ausgeklappt:
1029 x 700 Pixel**

**Expandable Ad
326 x 700 Pixel**

Author: Markus Dess

„Regent unterwirft sich eher der Zeitlosigkeit“, sagt Philippe Benninkmeijer im Interview mit FT. Er (73 Prozent der Anteile) hat zusammen mit seinem Partner Andreas Meier (27 Prozent der Anteile) den Traditionsschneider übernommen, nachdem das Unternehmen zwei Mal in kurzer Zeit in die Insolvenz gerichtet war. Jetzt muss das Management den Beweis antreten, dass die Wiederbelebung von Regent tatsächlich gelungen ist und der Handel nachhaltig geliefert werden kann.

„Regent ist das einzige deutsche Unternehmen, welches in Handarbeit für Männer Konfektion in Deutschland scheidet. Der Regent von 2010 ist in seiner Beziehung mit dem Regent der Vergangenheit zu vergleichen – mit Ausnahme der Mitarbeiter, die für eine entsprechende Bearbeitungsqualität stehen. Regent hat sich zum Ziel gesetzt, ein neues Komfortbewusstsein für das Jackett und den Anzug 2010 zu entwickeln und damit formelle Kleidungen zu definieren.“ Bescheidenheit geht anders, ist aber auch nicht unbedingt der passende Auftritt für das wiederlebte Schwiderlabel (Regent wurde 1946 von Henryk Barig und Michael Eisenstadt

FASHION TODAY NEWSLETTER

E-Mail *

Vorname

Nachname

ABONNIEREN

HANDEL

Store Check: Unburgs Laden für Menswear

WORMLAND: „Klarheit für den Kunden“

Studier: Offline muss von Online lernen

Fertig ist besser als perfekt

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 „Jasgemacht“

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



Styler: Peter von der Groeben (Foto: Oliver Heide)

Autoren: Markus Doss

„Regent unterwirft sich eher der Zeitlosigkeit“, sagt Philippe Banninkmeijer im Interview mit FT. Er (73 Prozent der Anteile) hat zusammen mit seinem Partner Andreas Meier (27 Prozent der Anteile) den Traditionsschneider übernommen, nachdem das Unternehmen zwei Mal in kurzer Zeit in die Insolvenz geriet. 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 scheidet. Der Regent von 2018 ist in seiner 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 Jackett und den Anzug 2018 zu entwickeln und damit formelle Kleidungen zu definieren.“ Bescheidenheit geht anders, ist aber auch nicht unbedingt der passende Auftritt für das wiederlebte Schwiderlabel (Regent wurde 1946 von Henryk Barig und Michael Eisenstadt



FASHION TODAY NEWSLETTER

E-Mail *

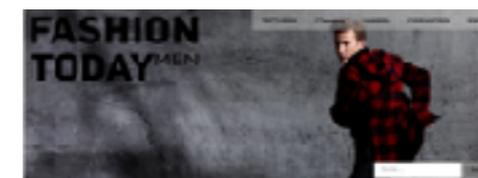
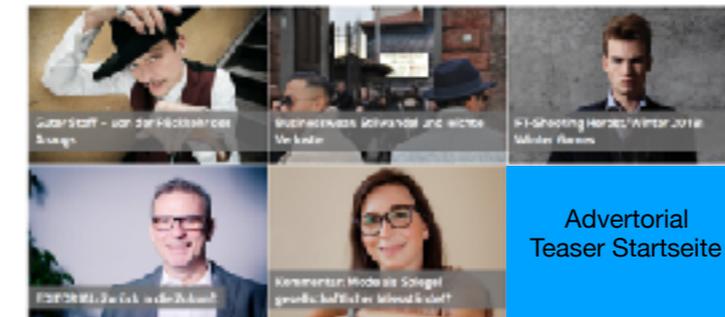
Vorname

Nachname

ABONNIEREN

11. Januar 17 Ausgabe JANUAR 2018

NEWS



PUREs Vergnügen



Markus Doss

Die Herrenmode 1970er-Jahre ist ein Paradebeispiel für die...
 ...
 ...



NEWSLETTER

E-Mail
 Vorname
 Nachname
 ABONNIEREN



www.fashiontoday.de

Kontakt

**Ansprechpartner für Werbung
und Kooperationen:**

Markus Oess

anzeigen@fashiontoday.de

+49 2632 6020376

+49 151 26243975



FASHION TODAY^{MEN}

The digital trade magazine for menswear

Ein Projekt von FTdigital GmbH

Chefredakteur
Markus Oess

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

www.fashiontoday.de

Redaktionsvertretung im Ausland

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