www.fashiontoday.de

MEDIADATEN ´23

FASHION TODAY MEN

The digital trade magazine for menswear

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.

FASHION TODAY MEN

The digital trade magazine for menswear

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.

FASHION TODAY MEN

The digital trade magazine for menswear

FASHION TODAY MEN

The digital trade magazine for menswear

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: 4.700
Brancheninsider

Leserstruktur: 53 % Handel, 31% Industrie, 16 % Sonstige (Agenturen etc.)

www.fashiontoday.de

FASHION TODAY MEN
The digital trade magazine for menswear

Werbung

Vollbelegung (4Wochen)*	
Expandable Ad (von 326 x 700 Pixel auf 1.029 x 700 Pixel)	3.300 €**
Full-Size Banner (678 x 500 Pixel)	3.300 €
Wallpaper (1080 x 90 plus 160 x 600 Pixel)	3.000 €
Superbanner (1080 x 90 Pixel)	2.800 €
Medium Rectangle (326 x 326 Pixel, im Text oder in der Sidebar)	2.800 €
Wide Skyscraper (326 x 700 Pixel)	2.400 €
Banner (678 x 100 Pixel)	2.000 €
Mini (326 x 100 Pixel)	1.500 €
Video Ad	2.500 €
Banner im Newsletter FTweekly 4 Mal im Monat (600 x 300 Pixel)	1.500 €
Klar gekennzeichnete Advertorials im redaktionellen Umfeld auf der Website	
(inkl. Bilder und Video) oder viermalig im Newsletter FTweekly	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 €

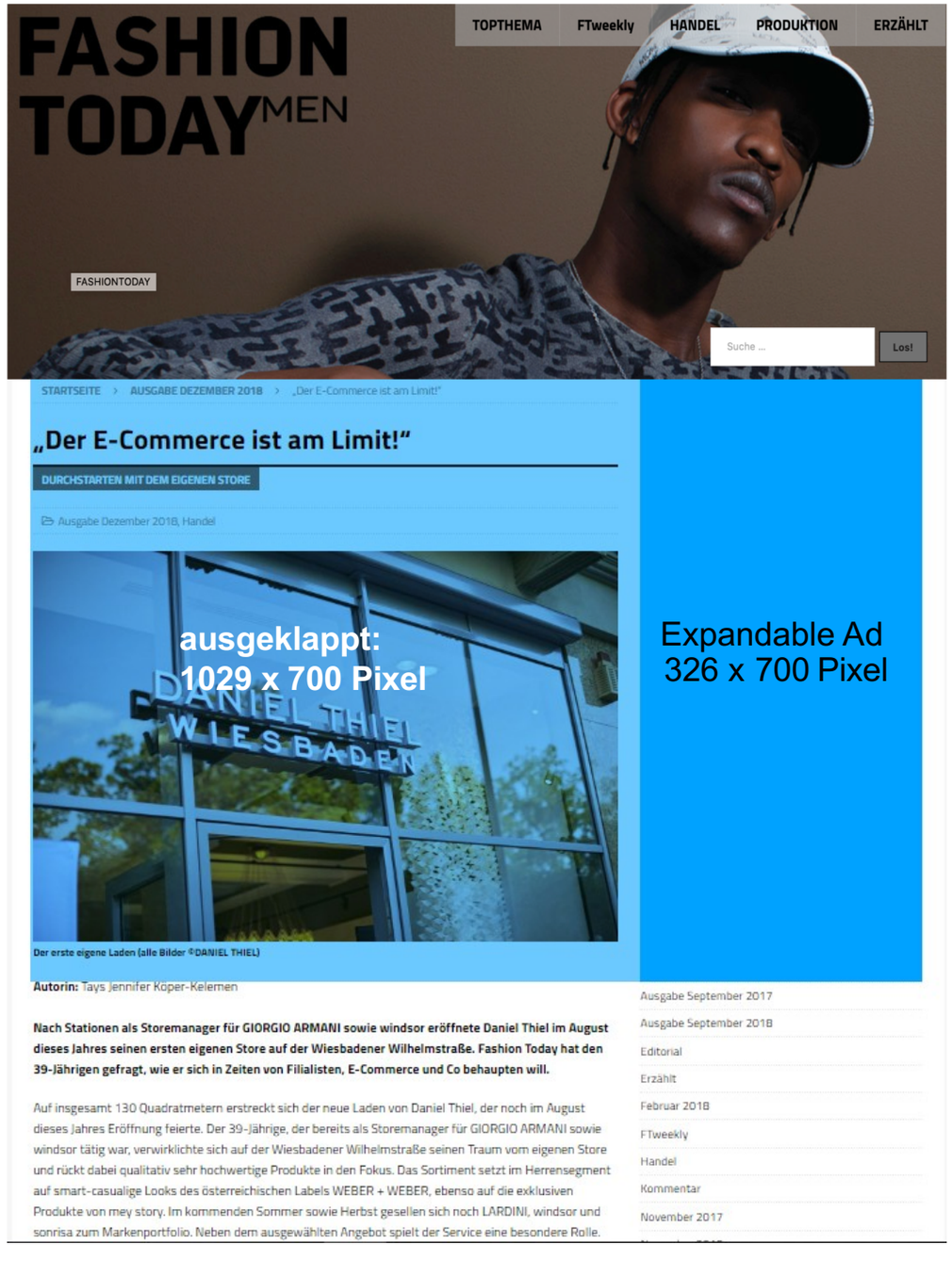
*Geringe Abweichungen der Bannergrößen sind möglich. ** Alle Preise zzgl. ges. MwSt.

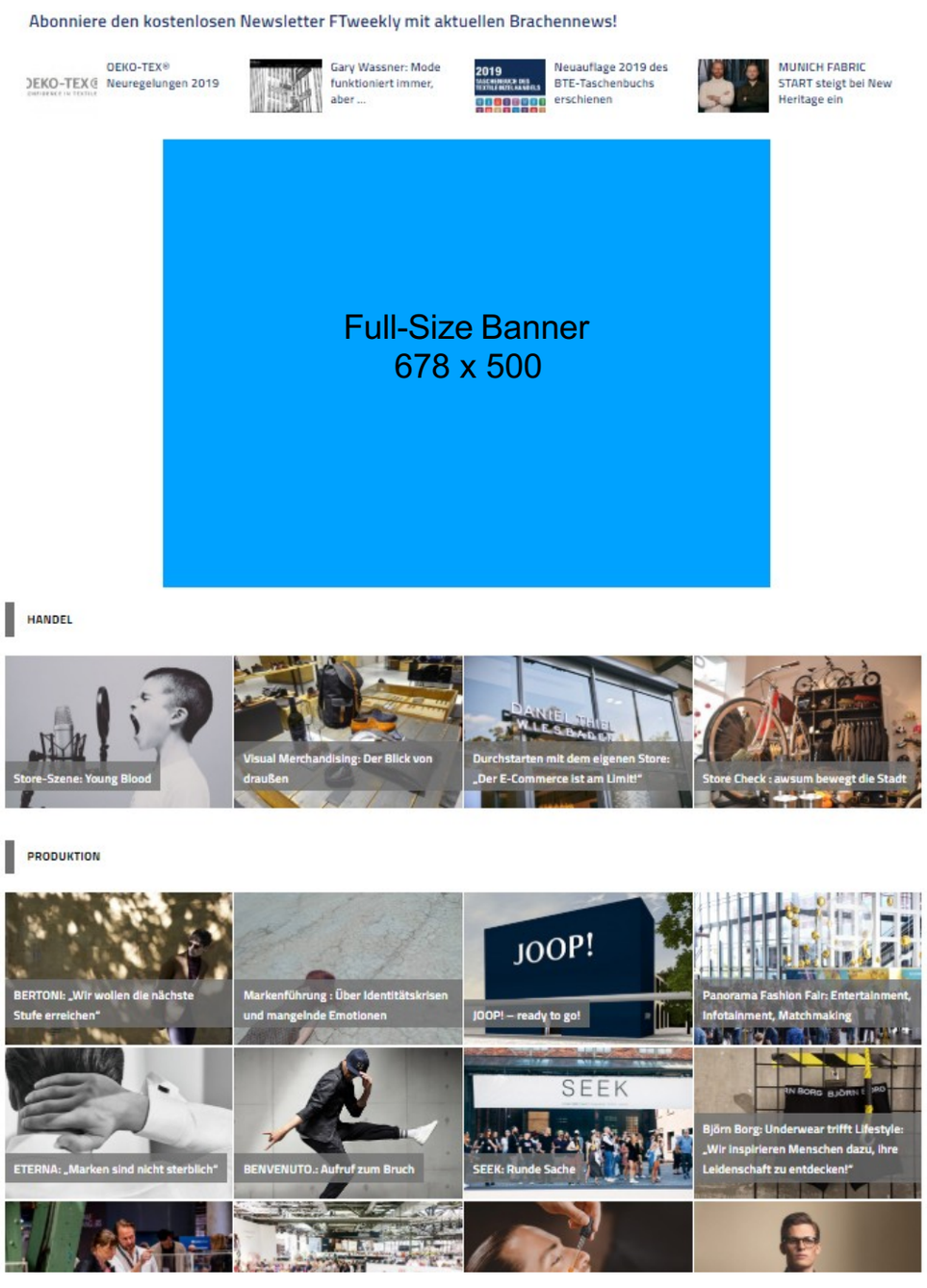
Zahlungsbedingungen: Zahlung innerhalb 8 Tagen nach Erscheinen **2 % Skonto**. Sonst netto innerhalb 14 Tagen ohne Abzug.

www.fashiontoday.de

FASHION TODAY MEN
The digital trade magazine for menswear

Expandable Ad & Full-Size Banner

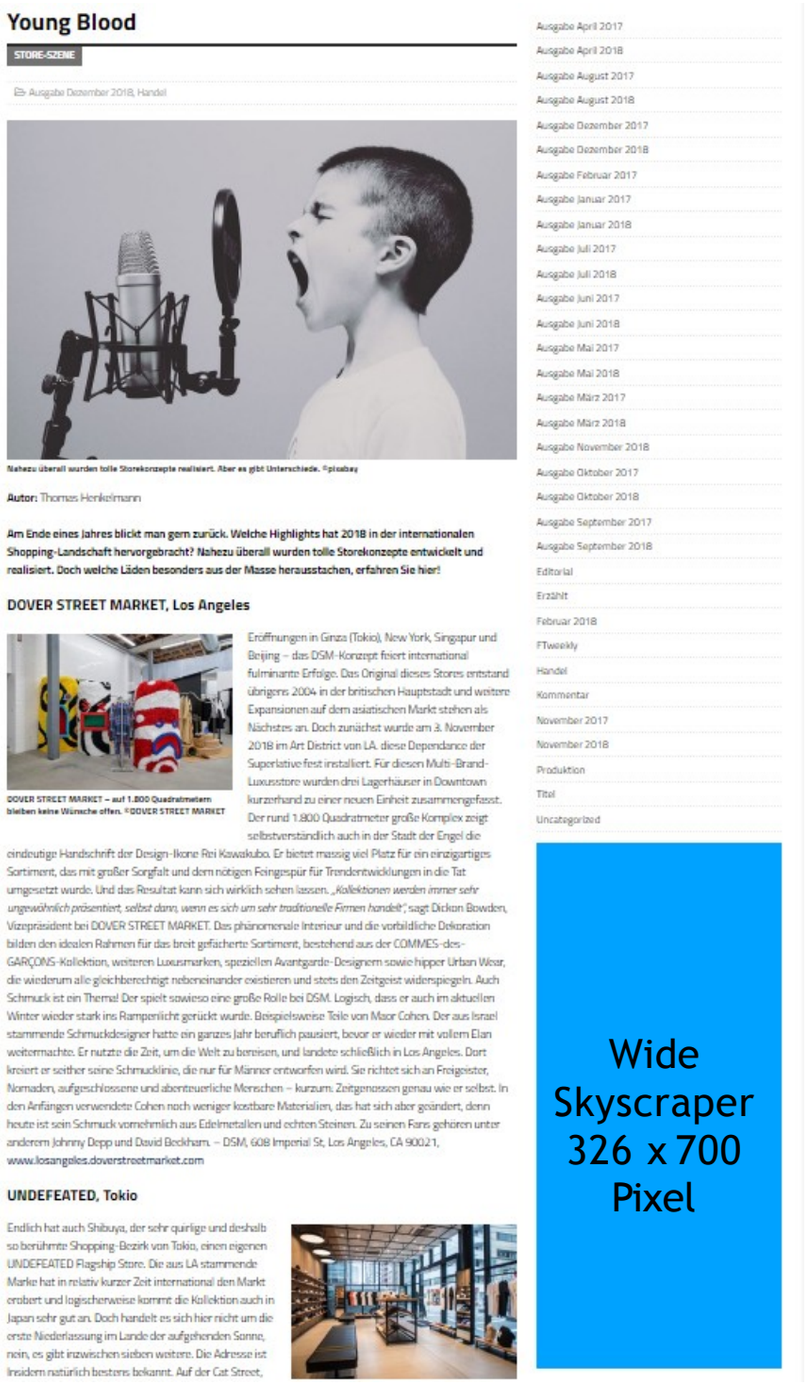




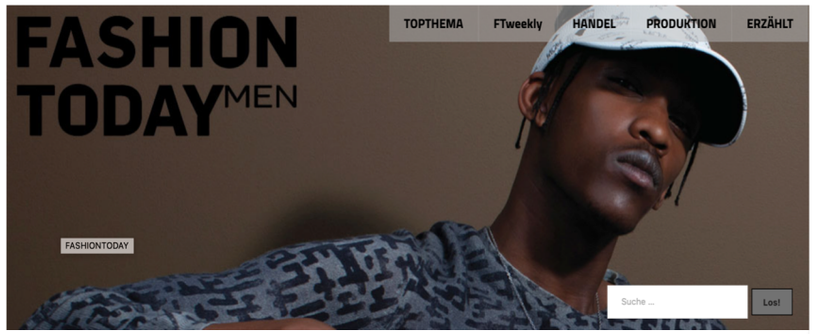
FASHION TODAY MEN
The digital trade magazine for menswear

www.fashiontoday.de

Skyscraper & Advertorial



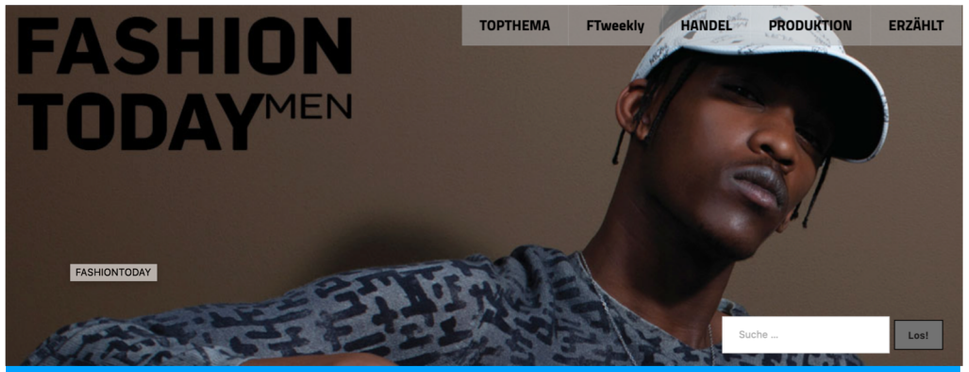
Wide Skyscraper 326 x 700 Pixel



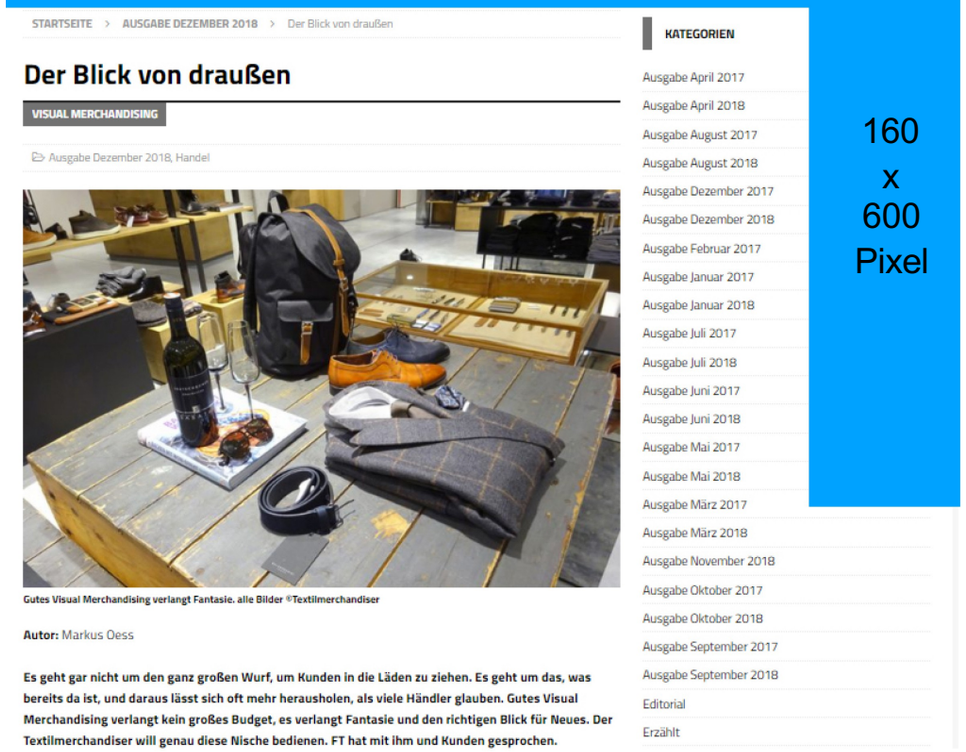
FASHION TODAY MEN
The digital trade magazine for menswear

www.fashiontoday.de

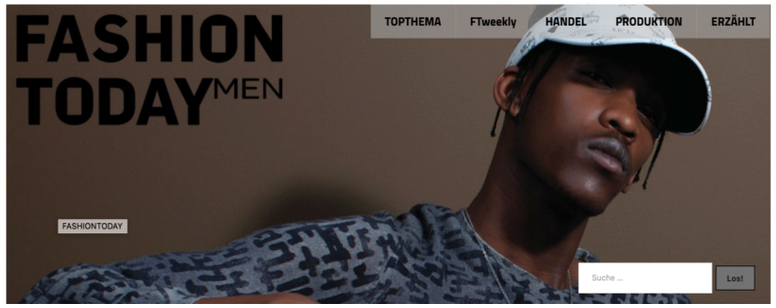
Wallpaper & Banner im Newsletter

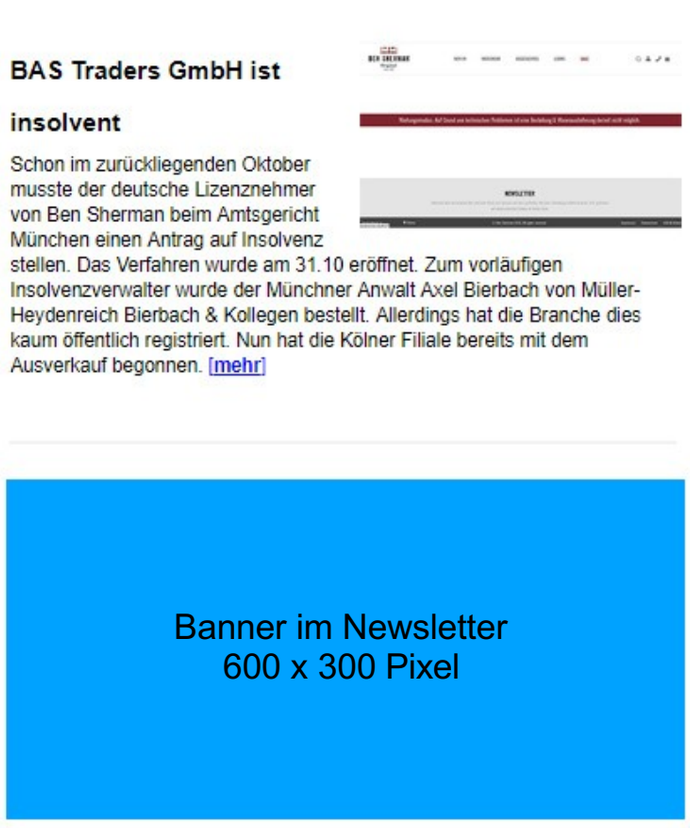


Wallpaper 1080 x 90 Pixel +



160 x 600 Pixel

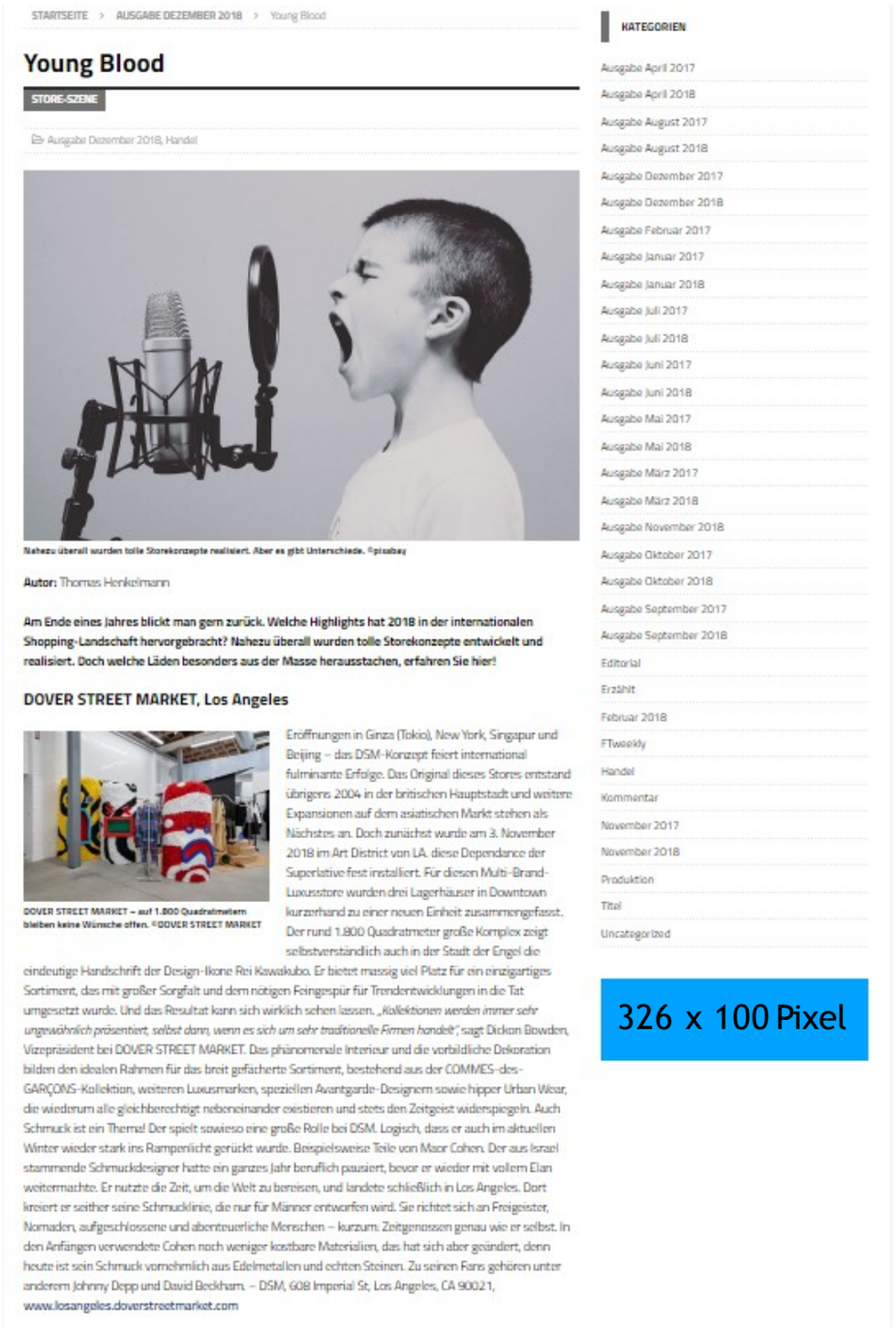




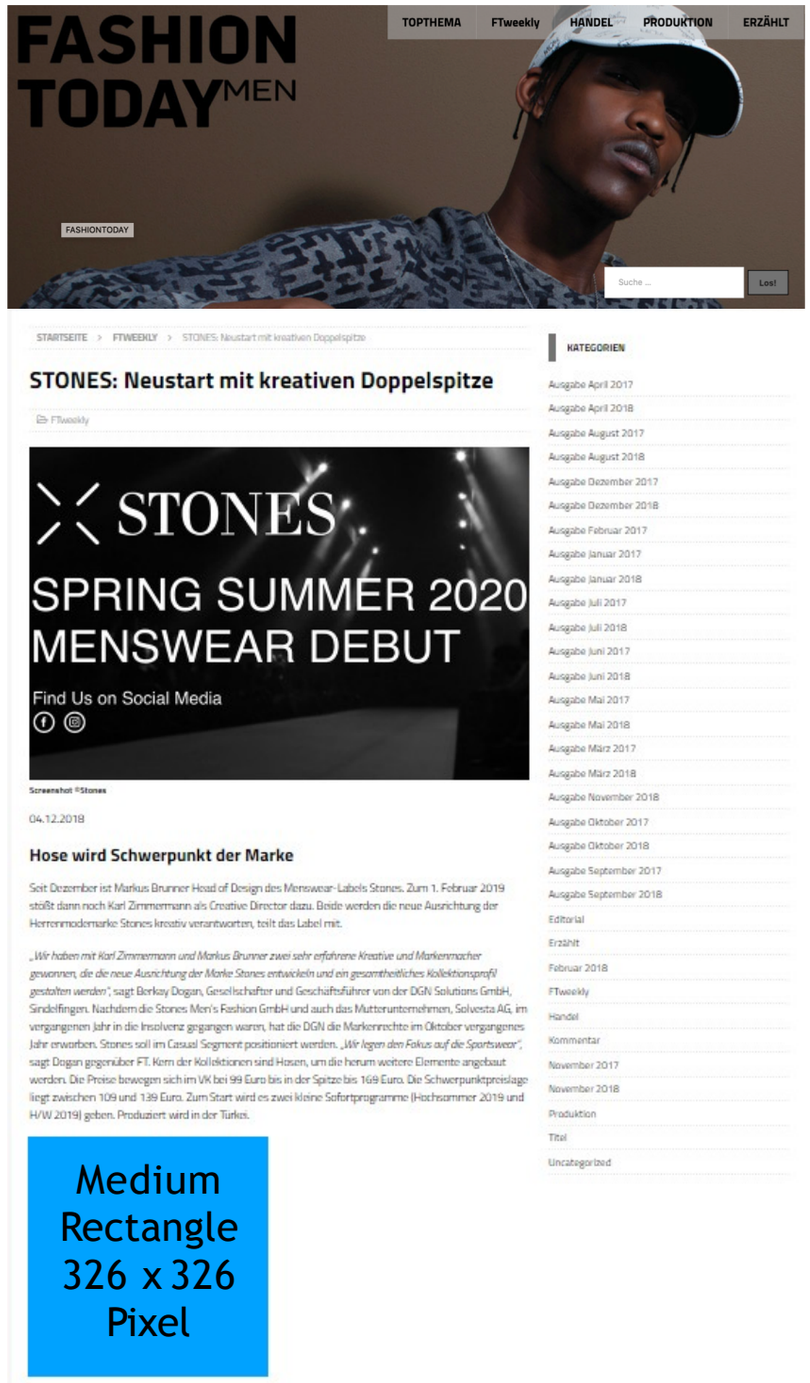
Banner im Newsletter
600 x 300 Pixel

www.fashiontoday.de

Mini & Medium Rectangle



326 x 100 Pixel

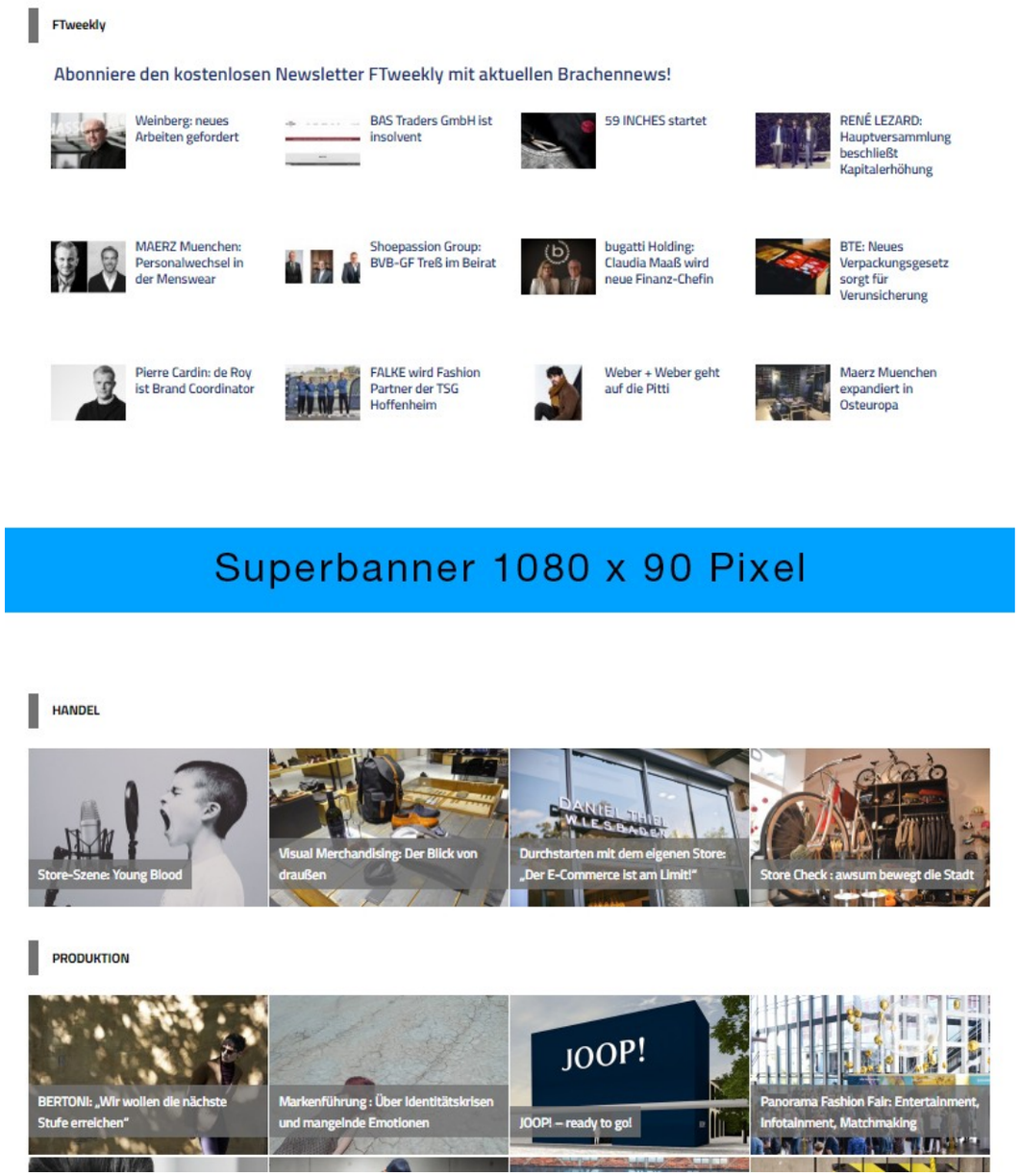


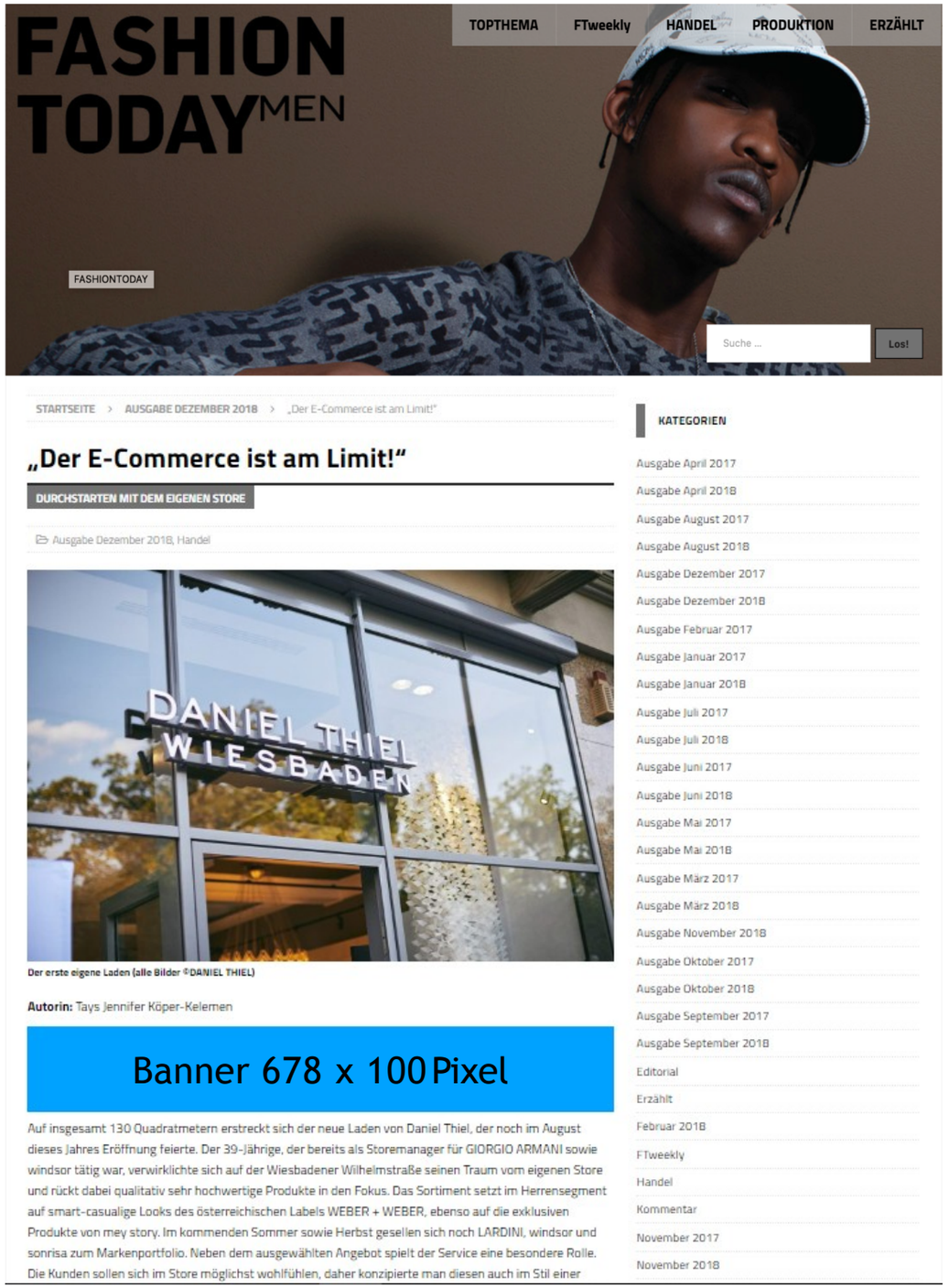
Medium Rectangle 326 x 326 Pixel

FASHION TODAY MEN
The digital trade magazine for menswear

www.fashiontoday.de

Superbanner & Banner





www.fashiontoday.de

Video Ad

Urbane Mobilität (alle Bilder ®FT)

Autor: Markus Oess

Karl und Klaus Schwitzke haben schon viele Läden entwickelt und realisiert. Allerdings immer für andere. Die beiden Brüder wollten schon immer auf der anderen Seite der Ladentheke stehen. Vor gut einem Jahr haben sie ihr Vorhaben in die Tat umgesetzt. Herausgekommen ist ein bemerkenswerter Concept Store im Düsseldorfer Stadtteil Flingern, der voll auf urbane Mobilität zielt. Vieles dreht sich ums Fahrrad, aber eben nicht nur.

Der Laden ist so etwas wie ein Familienbetrieb. Anja Bergen ist die Lebensgefährtin von Karl Schwitzke. ®FT

Anja Bergen, eigentlich Lehrerin für Niederländisch und Sozialwissenschaften, hat ihren Job an den Nagel gehängt und führt mit großem Elan awsum – things we love, einen Lifestyle-Concept-Store rund um das Thema urbane Mobilität. Und für urbane Mobilität stehen heute Fahrräder, hochwertige Bikes aus der Berliner Manufaktur schindelhauer, die awsum, lautmalerisch für „awesome", exklusiv in Düsseldorf vertreibt. Dazu kommen mit Elektro-Antrieb ausgestattete Single-Speed-E-Bikes, die das Team direkt in China einkauft und unter der Marke awsum vertreibt. Die Idee, eigene Räder zu vermarkten, entstand in der Zeit, als sich awsum zu einem realen Projekt entwickelte. *„Wir haben damit junges Publikum im Auge. Städter, die sich für schicke E-Bikes begeistern und nicht mit dem ganz dicken Geldbeutel ausgestattet sind"*, sagt Karl Schwitzke. Die awsum-Räder starten bei einem VK von 1.800 Euro. Karl und seinem Bruder Klaus Schwitzke ist der Handel nicht gerade fremd. Die beiden haben eine Firmengruppe mit zehn Unternehmen und rund 230 Mitarbeitern im In- und Ausland aufgebaut, die dem Handel Dienstleistungen von der strategischen Markenberatung bis hin zum schlüsselfertigen Ausbau von Retail-Flächen anbietet.

„Mein Bruder und ich wollten schon immer einen eigenen Laden aufbauen und selbst ausprobieren, was alles auf der Fläche möglich ist", sagt Karl Schwitzke. *„Wir haben uns von der Grundidee des städtischen Lebens leiten lassen. Das Konzept ist bewusst offen gestaltet, es soll mit der Saison atmen und sich weiterentwickeln können. Urbane Mobilität nimmt zwar das Fahrrad in den Mittelpunkt, aber darum herum gruppieren sich eine Menge*

Ausgabe Juli 2017
Ausgabe Juli 2018
Ausgabe Juni 2017
Ausgabe Juni 2018
Ausgabe Mai 2017
Ausgabe Mai 2018
Ausgabe März 2017
Ausgabe März 2018
Ausgabe November 2018
Ausgabe Oktober 2017
Ausgabe Oktober 2018
Ausgabe September 2017
Ausgabe September 2018
Editorial
Erzählt
Februar 2018
FTweekly
Handel
Kommentar
November 2017
November 2018
Produktion
Titel
Uncategorized

Video Ad
326 x 217 Pixel

FASHION TODAY MEN

The digital trade magazine for menswear

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