

style in progress

wo-men's fashion

Mediadaten 2018

**PROGRESS
IS
IMPOSSIBLE
WITHOUT
CHANGE!**

01/2018

110 Prozent Profashional

Ausrichtung

Mode und Bekleidung sind nicht nur ein wesentlicher Wirtschaftsfaktor, sondern auch integraler Bestandteil der Gegenwartskultur. Anspruchsvolle Information ist in einer komplexen Welt ein entscheidender Schlüssel zu nachhaltigem Erfolg. style in progress reflektiert, was die Modebranche bewegt. Als internationales Fachmagazin bietet style in progress tiefgründige Hintergrundinformationen zu allen richtungsweisenden und zukunftsrelevanten Themen der Modebranche. style in progress hat eine Haltung – die Menschen, die bei uns zu Wort kommen, auch.

Inhalte

Anspruchsvolle Features, Interviews, Porträts und Kommentare von Geschäftsführern, Inhabern und Meinungsbildnern aus Modeeinzelhandel, Industrie und Handelsagenturen; relevante News, Round-Table-Gespräche zu aktuellen Themen mit führenden Vertretern der Branche; Shootings und Editorials; Trendreportagen von den wichtigsten Messen, ausführliche Reportagen, Shopporträts und Store-Check-Guides aus internationalen Metropolen.

Zielgruppe

Entscheidungsträger und Meinungsbildner der Textilbranche. Hauptzielgruppe ist der Facheinzelhandel und damit Inhaber, Einkäufer und Shopmanager.

Zielgruppe nach Kategorien:

- Fachhandel 79 Prozent
- Hersteller, Importeure, Großhändler 15 Prozent
- Andere (Kreativ-, Werbe-, PR-Agenturen, Mode- und Wirtschaftsjournalisten, Stylisten, Designer) 6 Prozent.

Auflage

18.100 Exemplare
(deutsche Ausgabe: 10.200 St.,
englische Ausgabe: 7.900 St.)

Erscheinungsweise/-gebiete

style in progress erscheint vier mal im Jahr mit einer deutsch- und einer englischsprachigen Ausgabe. Im Fokus stehen die Märkte Deutschland, Österreich und die Schweiz. Wichtige angrenzende europäische Länder wie Italien, Niederlande, Belgien, Luxemburg, Dänemark, Schweden, Großbritannien und Irland erhalten die englischsprachige Ausgabe.

Vertrieb

Erhältlich an ausgewählten Main-Traffic-Points und auf den wichtigsten europäischen Messen. Als bewusste Serviceleistung für Profashionals wird style in progress über einen selektiven Verteiler pünktlich vor den Messen und während der laufenden Orderphase versendet: Alle Entscheidungsträger aus Industrie, Handel und Agenturlandschaft bekommen style in progress – kostenfrei und druckfrisch!



Erscheinungstermine 2018

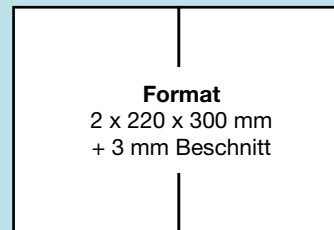
Ausgabe	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss	Erscheinungstermin
style in progress 1.18	7. Dezember 2017	15. Dezember 2017	10. Januar 2018*
style in progress 2.18	23. März 2018	30. März 2018	23. April 2018*
style in progress 3.18	25. Mai 2018	1. Juni 2018	20. Juni 2018*
style in progress 4.18	10. September 2018	17. September 2018	16. Oktober 2018*

* Der Verlag behält sich vor, die Erscheinungstermine eventuellen Verschiebungen der Messetermine anzupassen.

Tarife

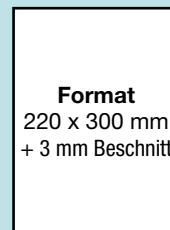
Doppelseite 2/1

Normalpreis	€ 10.400,-
Erstes Heftdrittel*	€ 10.900,-
Aufschlag Doppelseite*	€ 12.650,-



Einzelseite 1/1

Normalpreis	€ 6.500,-
Erstes Heftdrittel*	€ 6.850,-
Back-Cover (U4)*	€ 7.780,-



*Wenn verfügbar

Paket 4 für 3

Das Angebot für kluge Rechner: Alle 4 Ausgaben style in progress 2018 buchen und nur 3 bezahlen.

Advertorials

Nützen Sie unsere Kompetenz in Sachen hochwertiger Fashionfotografie. Wir inszenieren nach Absprache die wichtigsten Keylooks Ihrer Marke im Stil des Magazins. Unser internationales Netzwerk von Fotografen, Stylisten und Modelagenturen ermöglicht eine impactstarke, moderne Umsetzung zu überaus interessanten Konditionen.

Advertorials (inkl. Fotografie, Styling, Produktion, zwei Models und Veröffentlichung im Magazin):

8 Seiten: € 19.400,-	6 Seiten: € 15.480,-	4 Seiten: € 13.200,-
----------------------	----------------------	----------------------

Facts

Erscheinungsweise vier Mal jährlich
Auflage: gesamt 18.100
(deutsche Ausgabe: 10.200,
englische Ausgabe: 7.900)

Persönlicher Direktvertrieb an Fachleser in den Ländern Deutschland, Österreich, Schweiz, Niederlande, Belgien, Luxemburg, Dänemark, Schweden, Finnland, Norwegen sowie Großbritannien und Irland

Distribution an Fachleser nach Kategorien:
Fachhandel 79 Prozent; Hersteller, Importeure, Großhändler 15 Prozent; andere (Werbeagenturen, PR-Agenturen, Journalisten, Opinion Leader etc.) 6 Prozent

Anzeigenleitung

Stephan Huber

UCM Verlag, Salzweg 17,
5081 Salzburg/Anif, Österreich,
M +43.664.342 75 51,
T +43.6246.89 79 10,
stephan.huber@ucm-verlag.at

Advertising Sales Representative:

Kay Alexander Plonka,

Arkonastraße 57,
13189 Berlin/Deutschland,
T +49.171.8366 268,
kay.plonka@ucm-verlag.at

Anzeigenanlieferung

- FTP-Server:
http://data.ucm-verlag.at
Benutzername: Anzeigen
Passwort: ucm2486ANZ
Rückfragen an Sigrid Staber,
sigrid.staber@ucm-verlag.at,
T +43.6246.89 79 11
- E-Mail: advertising@ucm-verlag.at
- Postadresse: B2B media GmbH
& Co KG/style in progress,
Anzeigenabteilung, Salzweg 17,
5081 Salzburg/Anif, Österreich

Impressum

**Eigentümer, Verleger, Redaktion,
Anzeigen, Artdirektion & Produktion**

UCM Verlag
B2B media GmbH & Co KG
Salzweg 17
5081 Salzburg/Anif, Österreich
T +43.6246.89 79 99
F +43.6246.89 79 89
office@ucm-verlag.at
www.ucm-verlag.at

Geschäftsführung

Stephan Huber, Nicolaus Zott

Chefredaktion

Stephan Huber
stephan.huber@ucm-verlag.at
Martina Müllner-Seybold
martina.muellner@ucm-verlag.at

Artdirektion, Produktion

Elisabeth Prock-Huber
elisabeth@ucm-verlag.at

Verlagsassistentz, Vertrieb

Sigrid Staber
sigrid.staber@ucm-verlag.at

Zahlungsbedingungen: 3 % Skonto bei
Vorauszahlung, 14 Tage netto.

– Rücktrittsrecht: Für alle regulären Anzeigen acht Wochen vor Erscheinen. Bei fester Platzierung kein Rücktrittsrecht. Jahresabschlüsse müssen in vollem Umfang abgenommen werden.

Allgemeine Geschäftsbedingungen: Es gelten die Allgemeinen Anzeigenbedingungen des Österreichischen Zeit-schriftenverbandes. Zahlungskonditionen: 14 Tage netto. Erfüllungsort, Gerichtsstand: Alle Verlagsrechnungen sind zahl- und klagbar in Salzburg. Erfüllungsort und ausschließlicher Gerichtsstand ist Salzburg.



Daniel Grieder:
„Digitalisierung
macht Shops wieder
spannend.“



Die Begleiter

Übergaben und Nachfolgeregelungen sind nicht nur innerfamiliäre Prozesse, sondern greifen tief in die Struktur von Unternehmen ein. style in progress sprach mit Beratungsunternehmen, die mit den Folgen dieser Übergaben arbeiten – und mit einem Modehändler, der die Übergabe im eigenen Haus professionell begleitet.

