



Zielgruppen online

Gruppe 1 (Endverbraucher):

mode- und kulturinteressierte Menschen im Alter von 16 bis 60 Jahren, die Lust an neuen Trends und innovativen Ideen haben und gerne neuen Perspektiven folgen. Touristen aus dem deutsch-, englisch- und italienischsprachigen Raum.

Gruppe 2 (Handel/Business):

Alle in der Modebranche tätigen (Einkäufer, Redakteure, PR- und Presseleiter, Werbeleiter, Fotografen etc.). Zum direkten Austausch steht genanntem Personenkreis unsere B2B-Plattform zur Verfügung

Distribution:

Online-Werbung (z.B. bei der Internetsuchmaschine Google)

Postkartenaktionen

Pressearbeit (z.B. Artikel in der Berliner Zeitung vom 15.01.07)

Partnerseiten und angeschlossene Medien (www.tangokultur.info,

Tangoguide Berlin 2007)

Zielgruppen print (Fashionguides/Falt-Stadtpläne):

Die Fashionguides für Berlin erscheinen zweisprachig (deutsch/englisch) und richten sich in erster Linie an Endverbraucher (mode- und kulturinteressierte Menschen, die Berlin besuchen und sich einen Überblick über das Angebot in der Stadt zum Thema Mode über unsere Printmedien verschaffen wollen).

Auflage Stadtpläne: 20.000 Exemplare

Verteilung Printmedien:

Verteiler von modekultur.info, tangokultur.info, tangoberlin.de (Postversand), Tourist-Info, Einzelhandel (speziell Mode), Gastronomie, Hotellerie, Kulturämter, studentische Einrichtungen, öffentlich kulturelle Einrichtungen, Hand-Out bei Messen, Modenschauen, kulturelle Großveranstaltungen, Verteiler Anzeigenkunden etc.

Kontakt:

modekultur.info

Jörg Buntenbach

Berliner Str. 95

D-14169 Berlin

Tel.: (030) 78704192

Email: redaktion@modekultur.info