

NAME IT your magazine

"NAME IT" dritte Ausgabe ADRIAN erschienen



Zweimonatlich erscheint das neue Gay Lifestyle Magazin "NAME IT" und revolutioniert den Anzeigenmarkt. Die interessante Zielgruppe schwuler Männer ist nun in personalisierter Form mit einem hochwertigen Lifestyle-Magazin ansprechbar. Leser und Werbewirtschaft haben das Angebot begeistert angenommen.

Seit Juni 2008 ist NAME IT nun am Markt und nennt die Dinge beim Namen. Im unterentwickelten und zum Großteil semi-professionellen Magazinangebot für Gays in Österreich wurde damit eine **Lücke geschlossen**. Hochwertig, seriös, ansprechend und zu 100 % auf die 25-45jährige Zielgruppe zugeschnitten lautet die Zielvorgabe.

Der Titel des Magazins wechselt von Ausgabe zu Ausgabe. Nach "Daniel" und "Matthias" ist nun "Adrian" der schmucke Männername, der das Cover ziert. Auf 100 Seiten wird dem interessierten Mann ein Themenspektrum geboten, das keine Wünsche offen lässt und umfangreich etwa über die Bereiche Reisen, Mode, Kosmetik & Beauty, Sport, Wellness, Kultur, Wohnen, Politik, aber auch über alltägliche Themen des Lebens informiert.

Klaus Hager übernahm Chef-Redaktion

Mit viel Engagement, Top-Kontakten und einem erneuerten Redaktionsteam übernahm Klaus Hager die Redaktionsleitung. Der 30jährige war für fast alle Gay-Printprojekte der letzten 10 Jahr tätig und baute zuletzt das "Magazin 25" erfolgreich auf. "Schwulsein ist selbstverständlich", so das Credo des neuen Chef-Redakteurs "Durchbruch vor allem eigene Grenzen, spreng den dir vorgelebten Standard und kreierte selbstbewusst Neues.", hält Hager fest. Seine erste Ausgabe ADRIAN trägt deutlich seine Handschrift und führte zu Anpassungen im Heftaufbau und der Bildsprache. Einen Lebenslauf von Klaus Hager finden Sie als Attachment.

Klemens Fischer neuer Art Director

Das grafische Konzept des jungen Magazins wurde ebenfalls erneuert. Grafik und Redaktion bildeten ein "Dream-Team" in der Weiterentwicklung und erfanden NAME IT quasi neu. Das Ergebnis kann sich sehen lassen: **hundert Seiten Lebensfreude im Überformat**.. Ein großzügiges und klares Design steht voll im Einklang mit den anspruchsvollen Inhalten.

Personalisierung als Erfolgsfaktor

Neben einer Offset-Auflage für den Handel gibt es für Abonnenten eine durchgängig personalisierte Ausgabe. Verwendung von Vorname, Alter, Wohnort und sonstigen persönlichen Daten oder individuellen Promotioncodes in Texten, Bildern und Inseraten bieten neue Chancen in der persönlichen Ansprache der Leser. Nach den ersten beiden Ausgaben gibt es bereits über 300 Abonnenten, das Ziel bis Ende 2009 liegt bei 3.000.

Werbewirtschaft begeistert

Das neue hochwertige Special Interest Medium konnte vom Beginn an die Werbewirtschaft begeistern. Zu den **Inserenten** zählen Firmen wie L'Oreal, Vichy, Nivea for Men, Biotherm, Asia Linsberg, Loipersdorf Conference & Spa, Wörthersee Tourismus, Sölden Tourismus, Cirque du Solail, Palazzo, MINI, Diesel, Don Gil, John Harris und Vereinigte Bühnen.

Dazu meint **Christian Schmid**, Managing Director TBWA:

"Kreativität mit Strategie eingesetzt ist die "Kunst der Werber". Wir brauchen jedoch als mediales Pendant kreative Zeitschriftenmacher, die neue Wege beschreiten und so zu den Lesern neue Zugänge finden. NAME IT ist ein solch innovatives Produkt."

Herausgeber **PINK Marketing** ist der Pionier im Gay-Marketing im deutschsprachigen Raum und bietet Kunden Fullservice in diesem Bereich. Neben Print- und Onlinewerbung zählen Eventmarketing, Sponsoring, Seminare und Beratung zum Portfolio der Agentur. "NAME IT ergänzt unser Leistungsspektrum perfekt und hat sehr gute Chancen, sich am Markt zu etablieren", sind sich die Herausgeber Günther Moser und Gerd Eichler einig. Die von PINK Marketing 2006 in Auftrag gegebene Marktstudie zum Konsum- und Freizeitverhalten schwuler Männer hat den Markt nachhaltig entwickelt und Basisdaten über die begehrte Zielgruppe geliefert. Der Hintergrund der seit über **15 Jahren am Markt** befindlichen Agentur mit ihrem Netzwerk aus Kunden, Partnern und Mitarbeitern ist eine solide Grundlage für dieses Printprojekt.

"NAME IT" erscheint alle 2 Monate und kostet im Einzelhandel ? 4,- und im 6-Ausgaben-Abo ? 18,-.
Website: www.name-it.at <<http://www.name-it.at/>>

Ansichtsexemplar schicken wir Ihnen gerne kostenlos zu.

Fotos:

Druckfähige Fotos von Name-it, Klaus Hager sowie den Lebenslauf von Klaus Hager finden Sie unter folgendem Link:

http://www.allegria.at/site/presse_artikel/pink_marketing/fotodownload_pink_marketing.html

Informationen

name-it

Klaus Hager
Hütteldorfer Strasse 81b/1/12
A-1150 Wien
Tel.: 01/789 1000-0
Fax: 01/789 1000-25
E-Mail: hager@name-it.at
www.name-it.at

ALLEGRIA

Public Relations & Events

Mario Reiner
Edelhofgasse 25
A-1180 Wien

Tel.: +43/1/479 02 60 -14
Fax: +43/1/479 02 60 10
E-Mail: mario.reiner@allegria.at
www.allegria.at