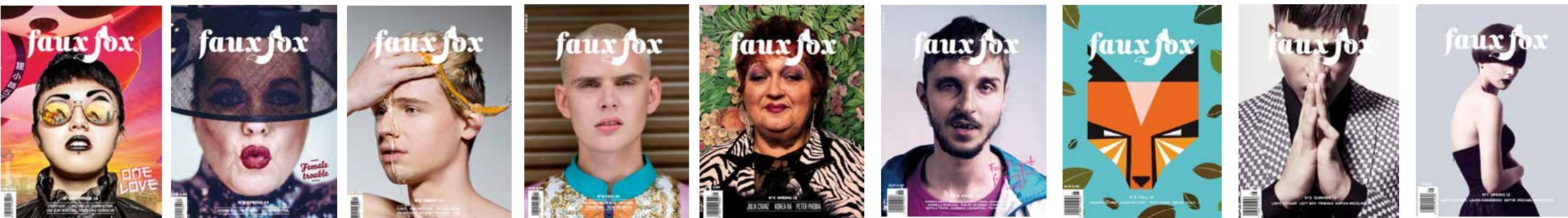




# *faux fox*

**MEDIA KIT**  
**SUMMER 2014**



## INTRODUCTION

Das **FAUX FOX Magazine** erreicht nach der neunten Ausgabe, einer Auflage von **6.000 Kopien** und den dazugehörigen Online-Kanälen eine Bandbreite von ca. **38.000 Interessenten**, Tendenz steigend. Durch exzellente Vernetzung in der Kreativszene und geschicktes Marketing zum Auf- und Ausbau der Marke **FAUX FOX**, wie **Making-Of** und **Image-Videos**, **Clubbings** und **Veranstaltungen** in beliebten Szene-Clubs (Pratersauna, Club Auslage, Volksgarten Pavillion, Volksgarten Säulenhalle, Morisson Club Vienna, etc.), Medienkooperationen (MQ Vienna Fashion Week, Technosensual, Streetparade, /slash film-festival, Modopalast, Bolyesque Festival, usw.) und enger Zusammenarbeit mit bedeutenden Meinungsschaffenden, Trendspezialisten, Designern, Künstlern, Agenturen und weiteren Persönlichkeiten aus **Kunst**, **Medien** und **Kultur**, haben wir es geschafft, den Nerv einer **aufstrebenden Generation junger Leute** mit breitem **Interesse an Mode, Kunst und Kultur** abseits des Mainstreams zu treffen.

Dass dieses Konzept aufgeht und ankommt, beweist nicht nur die Nominierung in der Kategorie „**Bestes Printmagazin**“ bei den **Golden Pixel Awards 2012**, sondern auch die stetig wachsende Reichweite und Fangemeinde.

Nicht nur für unser Publikum, sondern auch für Werbekunden ist das Konzept der **Lifestylemarke FAUX FOX** (Magazine, Showroom, Agency) von Interesse.

Sowohl die breitgefächerten Themengebiete im **Printmagazin** und **Online-Blog** von **Mode** über **Film** und **Musik** bis hin zu **Literatur**, **Grafik** und **bildender Kunst**, als auch unsere **Clubbings**, **Events** und themenbezogenen Veranstaltungen, bieten vielfältige Möglichkeiten der **Werbe- und Produktplatzierung!**

Von September 2012 bis Jänner 2014 konnten **Kunstschaffende und Modemachende** im **FAUX FOX Showroom** außerdem ihre Werke der Öffentlichkeit präsentieren. Seit März 2014 beherbergt nun der neue Concept Store namens **Lieblingsplatz** in bester Lage (Stiftgasse 11, 1070 Wien) die Werke österreichischer und internationaler Modedesigner, Fotografen und Künstler. Zudem wurde das Angebot auf Literatur, Vintage-Sammlerstücke und Musik erweitert.

Der FAUX FOX Showroom wurde von Österreichs renommiertester Fachzeitschrift für die Textilindustrie, der „Textilzeitung“, unter die **Top 10 der innovativsten Geschäftsideen** des Jahres 2012 gewählt. Weitere Erwähnungen und Auszeichnungen u.a. in Best of Vienna, News, New York Times, Puls4, Kurier, Presse uvm.

**Auf erfolgreiche Zusammenarbeit freut sich das FAUX FOX Team.**

“

I LOVE **FAUX FOX**.  
YOU SHOULD REALLY CHECK  
IT OUT. LOTS OF FUN, COOL  
DESIGNS, A GREAT YOUNG  
TEAM AND THEY'RE GONNA  
NAIL IT!

”

JESSICA VAN DER STEEN  
(INTERNATIONALES TOPMODEL - VICTORIA'S SECRET, ELLE, U.V.M.)

## ZIELGRUPPE

FAUX FOX spricht eine aufstrebende Generation junger, aber nicht an bestimmtes Alter gebundener, mode-, kunst-, kultur- und designorientierter Menschen an, die sich wohl am besten unter dem Begriff „Urban Bohème“ zusammenfassen lässt.

Der FAUX FOX Leser ist interessiert, individualistisch, modebewusst und stilsicher. Er orientiert er sich nicht an von der Masse festgelegten Trends, folgt aber ebenso wenig einem anarchistischen Credo – „Anecken um jeden Preis“ ist nicht die Devise. Viel eher geht es darum, die Welt zu entdecken, zu erweitern, ein bisschen schöner zu gestalten. Und zu sich selbst zu stehen.

Ob Mode, Musik, Bildende Kunst oder auch einfach nur der Dialog und Austausch mit anderen Kreativen – vielleicht sogar Vorbildern – die Entdeckung und Verarbeitung von neuen Ästhetiken, Ansichten, Philosophien und Meinungen steht im Mittelpunkt. Persönlichkeitsbildung ist das Ziel.

Und natürlich die Freude an den kleinen schönen Dingen, die das Leben ein bisschen bunter machen.



**EVENTFOTOS**



**&**

**VIDEOS**



## **FAUX FOX EVENTS**

Mit einer Reihe von Clubbings, Events und Veranstaltungen hat sich FAUX FOX innerhalb der letzten zwei Jahre als Lifestylemarke etabliert und ist somit mehr, als ein reines Printmedium.

## **FAUX FOX EVENTPARTNER**

**PRATERSAUNA**

**STROM.CLUB**

**BUBBLE CLUB**

**VOLKSGARTEN PAVILLON**

**WIENER TECHNOBALL**

**LVL7**

**CLUB BAR AUSLAGE**

**MEAT MARKET**

**WIENER FREIHEIT**

**MORISSON CLUB**

**OPERA CLUB**

**CELESTE**

**ETC.**

Unsere vielgelobten Veranstaltungen werden - je nach Location und Anlass - von ca. 500 bis 1.500 Gästen besucht. Immer sind wir hierfür auf der Suche nach Kooperationen und Sponsoren, mit deren Zusammenarbeit wir gemeinsam unvergessliche Abende gestalten wollen, an die man sich gerne zurückerinnert. Product Placement, Produktproben, Plakate, Flyer und Logos sowohl bei der Veranstaltung selbst, als auch auf Partyfotos und -videos sind gern gesehen.



## KUNST



## MUSIC IS MY HOT HOT SEX WHAT'S NEW. PUSSYCAT?

**Placebo  
LOUD LIKE LOVE**

1 Jahr und vierzig Wochen, nachdem die britische Schlacht in der ersten Album-Box für die Sex in in Lärm in Paris schaffte, Colin Hanks hat sich die Musik von weiteren Albums nicht hinterlassen. In der neuen Schallplatte *Summer of Love* sind wieder Songs und vor allem Songs in der Welt mit viel mehr Energie und mehr Energie. Die Songs sind wie immer sehr einfach, fast wie die Songs von den Beatles. *Just My Friends*, die für die ersten zwei Wochen der Charts in den Top 100 war, hat sich in der ersten Woche von Platz 10 auf Platz 100 gehoben. *Just My Friends* ist ein Lied, das die ersten beiden Wochen der Charts in den Top 100 war. *Just My Friends* ist ein Lied, das die ersten beiden Wochen der Charts in den Top 100 war.

**Modert  
RIGHT THOUGHTS  
RIGHT WORDS  
RIGHT ACTION**

Als sich noch die Da von *Apprentice* und *Moderator* zu *Modert* übernahm, schickten sie mit ihrem Debütalbum ein wenig abstrakter, war es nur eine Frage der Zeit, bis die drei Jungs wieder dem Label *Modern* zurückkehrten. *Right Thoughts, Right Words, Right Action* ist ein Album, das die ersten beiden Wochen der Charts in den Top 100 war. *Right Thoughts, Right Words, Right Action* ist ein Album, das die ersten beiden Wochen der Charts in den Top 100 war.

**FRANZ FERDINAND  
RIGHT THOUGHTS, RIGHT WORDS, RIGHT ACTION**

Sie sind immer wieder zurückgekehrt, aber die letzten drei Jahre sind die besten Jahre für sie gewesen. Ihre erste Single *Right Thoughts, Right Words, Right Action* ist ein Lied, das die ersten beiden Wochen der Charts in den Top 100 war. *Right Thoughts, Right Words, Right Action* ist ein Lied, das die ersten beiden Wochen der Charts in den Top 100 war.

## Leporello

Der Sommer ist vorbei und man hat sich auf ein paar kalte Wochen und schließlich auch schon auf den Winter. Für alle anderen stellen wir euch die Bücher, die Entdeckungen eines ereignisreichen Sommers von *Einmal um Berg Lind*, von der schillernden Mittelaltersaga *Der Sommer* von *Die Entdeckung der Erde* über *Die Erde*, die für die meisten von uns ein Sommer ist, bis hin zu *Die Erde*, die für die meisten von uns ein Sommer ist.

**Colson Whitehead - Der Sommer auf Long Island**

Wenn man seinen Sommer glücklich verbringen möchte, sollte man sich auf den Sommer auf Long Island vorbereiten. *Der Sommer auf Long Island* ist ein Buch, das die ersten beiden Wochen der Charts in den Top 100 war. *Der Sommer auf Long Island* ist ein Buch, das die ersten beiden Wochen der Charts in den Top 100 war.

**Helmut Strunk - Junge rettet Freund aus Teich**

Die Rosen sind noch Berg Sommer in der Welt zu finden. *Die Erde* ist ein Buch, das die ersten beiden Wochen der Charts in den Top 100 war. *Die Erde* ist ein Buch, das die ersten beiden Wochen der Charts in den Top 100 war.

## INTERVIEWS



Blitzkids sind die drei Mami und Papi, die Mitte des Jahres ihr erstes gemeinsames Album 'Silberstein' veröffentlicht haben. Wir trafen sie vor ihrem Wiedersehen bei der Premiere in der *Blitz Kids* Show, um die neue Musik und die neuen Songs zu hören. **WIE ENTSTANDEN EURE SONGS UND WIE SCHRIBT DIE TEXTE?** **Wie entstanden eure Songs und wie schreibt die Texte?** **Wie entstanden eure Songs und wie schreibt die Texte?** **Wie entstanden eure Songs und wie schreibt die Texte?** **Wie entstanden eure Songs und wie schreibt die Texte?**



**ICH LIEBE ES, BEIDE SEITEN - ALSO MUSIK UND MODE - SO AUSLIEBEN ZU KÖNNEN.**

## TRAVEL SHACK

### BRATISLAVA

BRATISLAVA ist eine wunderschöne Stadt, die sich an der Donau befindet. **KEMPINSKI HOTEL RIVER PARK BRATISLAVA** ist ein Hotel, das die ersten beiden Wochen der Charts in den Top 100 war. **KEMPINSKI HOTEL RIVER PARK BRATISLAVA** ist ein Hotel, das die ersten beiden Wochen der Charts in den Top 100 war.

### AUSSICHTSPLATTFORM BURG BRATISLAVA

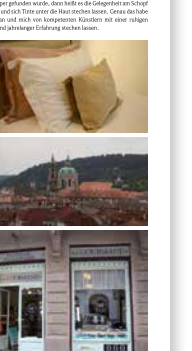


## TRAVEL SHACK

### PRAG

PRAG ist eine wunderschöne Stadt, die sich an der Moldau befindet. **HOTEL JOSEF PRAG** ist ein Hotel, das die ersten beiden Wochen der Charts in den Top 100 war. **HOTEL JOSEF PRAG** ist ein Hotel, das die ersten beiden Wochen der Charts in den Top 100 war.

### ONE LOVE TATTOO



## WAS BIETET FAUX FOX ANZEIGENPARTNERN?

Anzeigen bei FAUX FOX schalten heißt: Platzierte Werbung in einem schönen Design, zwischen hochwertigen Editorials, vor oder nach Kolumnen über diverse Themen, inmitten von Berichten, Interviews und Grafiken.

FAUX FOX wird auf hochwertigem Papier gedruckt – wir senden Ihnen gerne ein Probeexemplar zu, damit Sie sich von der Qualität überzeugen können.

Außerdem bieten wir eine breit gefächerte Palette von weiteren Werbe- und Kooperationsmöglichkeiten. Advertorials, Produktplatzierung, redaktionell aufbereitete Beiträge, Gewinnspiele, Einleger, etc.

## GELUNGENE ZUSAMMENARBEIT BISHER MIT:

- Absolut Wodka
- McDonald's
- Martini Asti
- Modopalast
- MQ Technosensual
- Onitsuka Tiger
- Red Bull Media House
- Sneakerness
- Stadt Wien
- Ströck
- Modopalast
- TEDx Vienna
- The Ring Hotel
- VICE Magazine
- (u.v.m.)



## PREISE & SPECS

### ANZEIGENPREISE

2. Umschlagseite	EUR 1.500
4. Umschlagseite	EUR 1.300
3. Umschlagseite	EUR 1.000
Doppelseite	EUR 1.000
Einzelseite	EUR 500
1/2 Seite	EUR 300
1/4 Seite	EUR 200

Alle Preise exkl. USt. und Werbeabgabe. Gültig 2014.

### DRUCKDATEN

- CMYK
- Druckfähiges PDF mit 5 mm Überfüller
- keine Vollton-/ Sonderfarben
- Bilder in 300 dpi
- Bitmap-Bilder mind. 1200 dpi. Für geringe Toleranzabweichungen des Druckverfahrens übernehmen wir keine Haftung.

Ihre Druckdaten schicken Sie bitte an:  
maxi@fauxfox-magazine.at

### SPECS

Endformat Doppelseite:	420 x 280 mm
Satzspiegel:	344 x 242 mm
Endformat einzelseite:	210 x 280 mm
Satzspiegel:	172 x 242 mm
1/2 horizontal:	210 x 140 mm
1/2 vertikal:	105 x 280 mm
1/4 Seite:	105 x 140 mm

### SONDERWERBEFORMEN

Beileger, Beihefter, Einleger; Making Of & Product Placement per Rücksprache möglich. Verbindliche Muster sind erforderlich.

## DISTRIBUTION

Ihre Anzeige liegt dann im ausgewählten Buch- und Zeitschriftenhandel und in diversen Lifestyle-Shops in ganz Österreich auf & ist per Onlineversand weltweit verfügbar!



# FAUX FOX ONLINEMAGAZIN

[www.fauxfox-magazine.at](http://www.fauxfox-magazine.at)

**MONATLICHER  
DURCHSCHNITT:**

**SEITENAUFRUFE:**

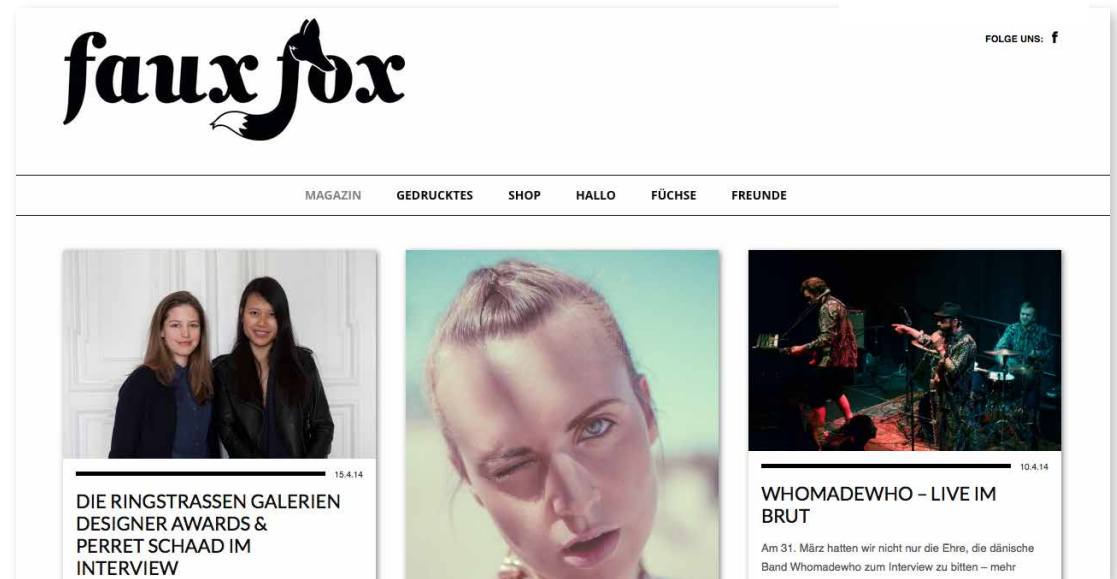
**64.723**

**BESUCHER:**

**31.458**

## WERBEFORMEN

Redaktionelle Artikel, Testberichte, Videoseeding etc. in unserem Onlinemagazin können per Anfrage an [catherine@fauxfox-magazine.at](mailto:catherine@fauxfox-magazine.at) gebucht werden.

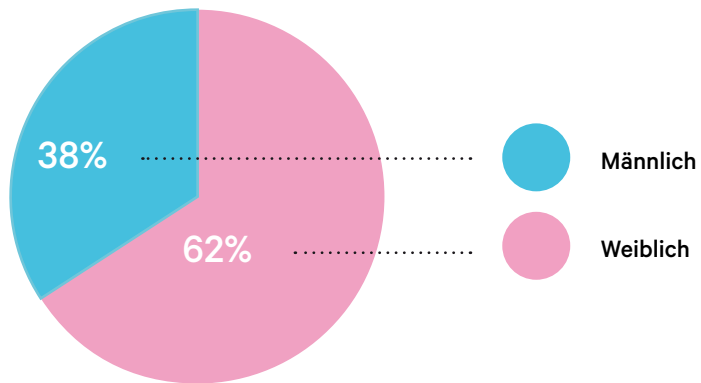


ZIELGRUPPE & ONLINE-REICHWEITE

# FAUX FOX MAGAZINE BEI FACEBOOK

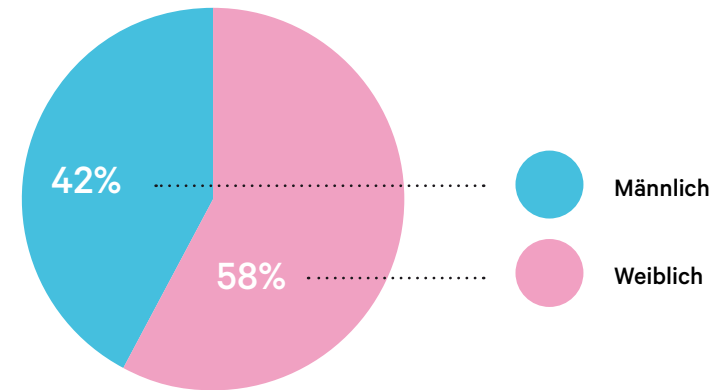
„GEFÄLLT MIR“-ANGABEN:

**4.670**



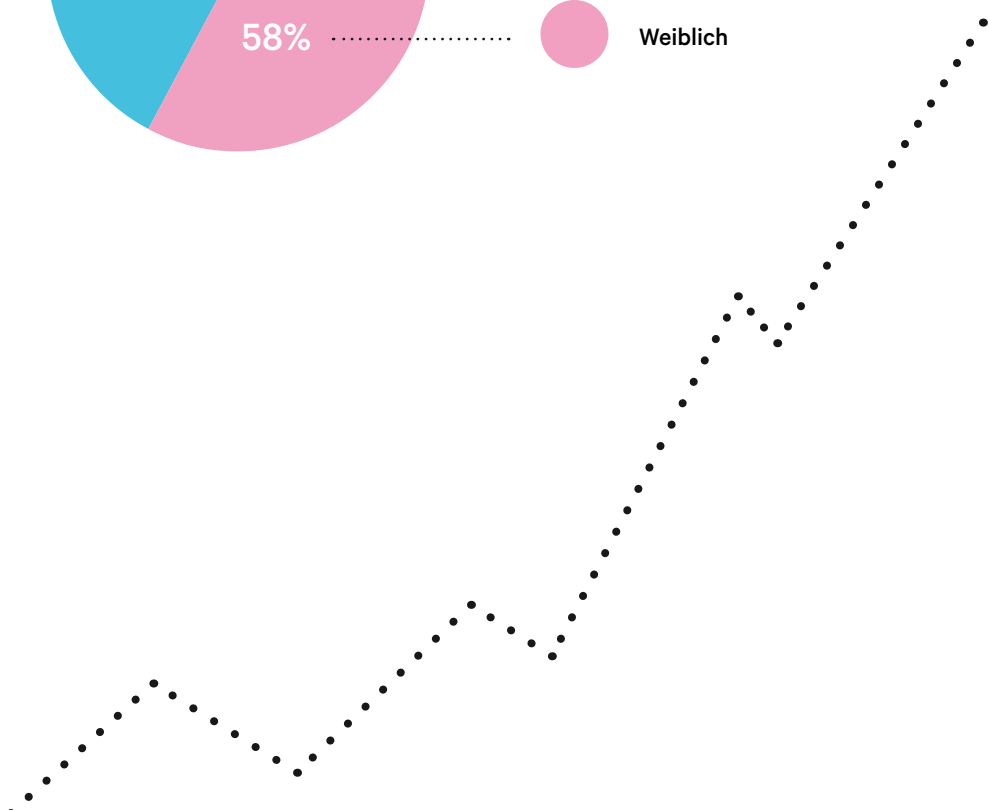
WÖCHENTLICHE REICHWEITE INSGESAMT:

**23.116**



FREUNDE VON FANS:

**1.845.391**

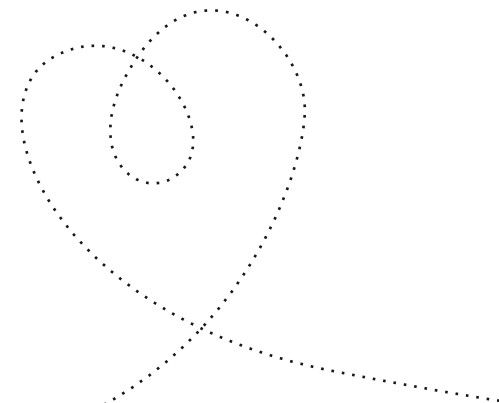


## FAUX FOX FAMILY

FAUX FOX MAGAZINE	<a href="http://www.fauxfox-magazine.at">www.fauxfox-magazine.at</a>
FAUX FOX SHOWROOM	<a href="http://www.fauxfox-showroom.at">www.fauxfox-showroom.at</a>
FAUX FOX AGENCY	<a href="http://www.fauxfox-agency.at">www.fauxfox-agency.at</a>

## FAUX FOX FRIENDS

	VICE	<a href="http://www.vice.com/alps">www.vice.com/alps</a>
	PRATERSAUNA	<a href="http://www.pratersauna.tv">www.pratersauna.tv</a>
	ATELIER LAURA KARASINSKI	<a href="http://www.laurakaraskinski.com">www.laurakaraskinski.com</a>
	THE IMPOSSIBLE PROJECT STORE	<a href="http://www.the-impossible-project.com">www.the-impossible-project.com</a>
	STADTBEKANNT	<a href="http://www.stadtbekannt.at">www.stadtbekannt.at</a>
	CREATIVE HEADZ	<a href="http://www.creative-headz.com">www.creative-headz.com</a>
	PERFEKT WORLD	<a href="http://www.perfektworld.net">www.perfektworld.net</a>
	MICHAEL BUCHINGER	<a href="http://www.michaelbuchinger.at">www.michaelbuchinger.at</a>
	COURAGE PR	<a href="http://www.couragepr.at">www.couragepr.at</a>
	NETWORK PR	<a href="http://www.networkpr.at">www.networkpr.at</a>
	SEBASTIAN PROFESSIONAL	<a href="http://www.sebastianprofessional.at">www.sebastianprofessional.at</a>
	VOLUME	<a href="http://www.volume.at">www.volume.at</a>
	CLUB AUSLAGE	<a href="http://www.auslage.co.at">www.auslage.co.at</a>
	TEDx VIENNA	<a href="http://www.tedxvienna.at">www.tedxvienna.at</a>
	DEUTSCHE POP	<a href="http://www.deutsche-pop.com">www.deutsche-pop.com</a>
	ADVANTGARDE	<a href="http://www.advantgarde.net">www.advantgarde.net</a>
	LARVEREI	<a href="http://www.larverei.at">www.larverei.at</a>
	MODEKABEL MEDIA	<a href="http://www.modekabel.com">www.modekabel.com</a>
	LIGHTS & CO EVENTSOLUTIONS	<a href="http://www.eventsolutions.cc">www.eventsolutions.cc</a>
	LIEBLINGSPLATZ	<a href="http://www.lieblingsplatz-wien.at">www.lieblingsplatz-wien.at</a>



## **KONTAKTDATEN**

CHEFREDAKTEUR / HERAUSGEBER

Benjamin Quirico

[benjamin@fauxfox-magazine.at](mailto:benjamin@fauxfox-magazine.at)

ART DIRECTOR

Maximilian Mauracher

[maxi@fauxfox-magazine.at](mailto:maxi@fauxfox-magazine.at)

SALES / ADVERTISING / PR

Martin Dorn

[martin@fauxfox-magazine.at](mailto:martin@fauxfox-magazine.at)

EVENT MANAGEMENT

Tatjana Schmidt

[tatjana@fauxfox-magazine.at](mailto:tatjana@fauxfox-magazine.at)

**faux fox**