

DATEN UND FAKTEN

Firmenname: Vangardist Medien OG
Firmensitz: Mariahilferstraße 101 Top 23
1060 Wien
Website: www.vangardist.com
E-Mail: office@vangardist.com
Gründung: Dezember 2009
Gesellschafter: Julian Wiehl
Carlos Gómez
(Freie) Mitarbeiter: 10

HINTERGRÜNDE

Medienangebot im deutschsprachigen Raum

Nicht nur die politischen Rahmenbedingungen und die gesellschaftliche Akzeptanz von Homosexuellen, auch das Medienangebot für diese Zielgruppe hat sich in den letzten Jahren weiterentwickelt. Es gibt im deutschsprachigen Raum eine Vielzahl von Medien, die Information und Unterhaltung für Homo- und Bisexuelle liefern, wobei der Großteil auf Deutschland entfällt, wo z. B. allein das Printmagazin Blu eine Auflage von 150.000 Stück hat. Dazu kommt eine Fülle an Internet-Angeboten wie Nachrichtenportale, Communities, Foren, von Vereinen betriebene Informations- und Serviceseiten, Gay-Guides usw. Es gibt allerdings keinen einzigen Anbieter, der in allen drei Ländern präsent ist. Bei einem Großteil der Mitbewerber handelt es sich um Regionalanbieter, wie z. B. die Stadtmagazine der deutschen Publigayte GmbH.

Konzept Vangardist

Die Idee, diese Lücke im Gay-Medienmarkt zu füllen und eine neue Art von Medium für homo- und bisexuelle Männer zu machen, hatten Julian Wiehl und Carlos Gómez im Dezember 2008.

Vangardist ist ein ausschließlich im Internet erscheinendes, kostenloses, blätterbares Magazin, welches an homo- und bisexuell orientierte Männer gerichtet ist. Inhalt des Magazins ist es, Mode und Lifestyle sowie aktuelle, interessante, praktische und lebensrelevante Informationen auf anspruchsvolle und unterhaltsame Weise zu präsentieren.

Das Neue und Besondere an Vangardist ist, dass es sich thematisch bewusst an den gesamten deutschsprachigen Raum wendet und die Inhalte mittels Flashbook präsentiert, das sich wie ein "echtes" Heft auf dem Bildschirm per Klick durchblättern lässt. Dadurch lassen sich Videos, Ton und Animationen nahtlos in den restlichen Content einbetten. Auch beim Design unterscheidet sich Vangardist vom Mainstream der Gay-Medien.

Online Werbung

Für werbende Unternehmen bietet das Flashbook-Format mehr Möglichkeiten als statische Anzeigen oder Banner. Zum Beispiel Verlinkungen vom Produktfoto in der Modestrecke zum Webshop des Designers, Einbettung von Spots oder User Generated Content. Die Werbeausgaben für Online-Werbung sind in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen und Werbung im Internet wird weiter an Bedeutung gewinnen. Vanguardist richtet sich an eine markenaffine, trend- und modebewusste Zielgruppe, die gut vernetzt ist. Damit können Marken aus dem Lifestyle-Bereich diese Zielgruppe ohne Streuverlust und in einem attraktiven Werbeumfeld erreichen.

Vor dem offiziellen Start von Vanguardist am 5. 12. 2009 verzeichnete die Demo-Website dank intensiver Promotion im Vorfeld (Flyeraktionen, Gewinnspiel und Ansprache der Zielgruppe in Social Networks), bereits rund 5.000 Unique Clients bzw. rund 40.000 Seitenzugriffe. Zudem haben sich bereits 2.100 Leser für das gratis E-Mail-Abo registriert.

Förderung durch departure

Vanguardist erhielt im Oktober 2009 die Pionierförderung von departure. "departure unterstützt Unternehmer und Unternehmensgründer der Creative Industries Bereiche Mode, Musik, Audiovision, Multimedia, Design, Verlagswesen, Kunstmarkt und Architektur, die im urbanen Gefüge etwas bewegen wollen und die einen wichtigen Beitrag zur Prosperität der Metropole Wien leisten" (www.departure.at).

Weitere Informationen und Bildmaterial finden Sie unter www.vanguardist.com/presse. Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Doris Baumgartner
(0699) 1517 89 04 | presse@vanguardist.com