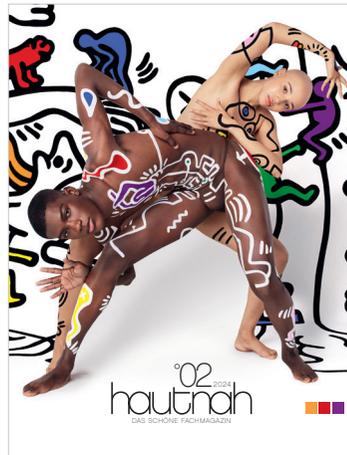
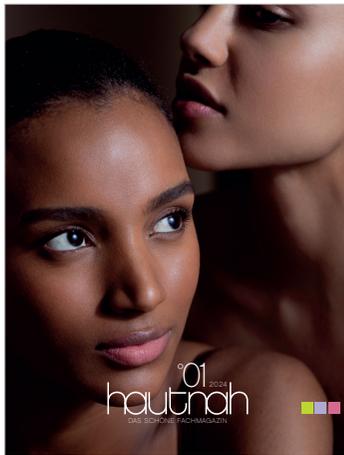


MEDIADATEN

hautnah

DAS SCHÖNE FACHMAGAZIN *2025*



”

Wer seine Zukunft bauen will,
muss in der Gegenwart leben.

Antoine de Saint-Exupéry

“

FACTS hautnah

ERSCHEINUNGSWEISE	4x pro Jahr
DRUCKAUFLAGE	4.000 Stück
VERTRIEB	personalisierter Versand und Abo
LESERSCHAFT	Die österreichische Feinparfumerie-Branche in ihrer Gesamtheit, each & everyone in touch with consumers
MAGAZINFORMAT	213 x 277 mm
HAPTİK/QUALITÄT	High-End Luxus-Papier (außen: 250 g, innen: 115 g)

CHEFREDAKTION	Eva Syndram, e.syndram@hautnah.co.at
CREATIVE-DIRECTION	Sylvia Schippany, s.schippany@hautnah.co.at
VERKAUF & VERTRIEB	Eva Syndram, e.syndram@hautnah.co.at

BEISPIELE hautnah



MISS DIOR? DAS JUNGE PARFUM DES HAUSES FÜR IMMER*

EINE STERNENNACHT, DIE BLÜMEN UND LAMOUR

Parfums sind die Seele der Marke. Seit 1954 hat sich Dior behauptet als die erste Duft-Gesellschaft und ihr Vorbild ist die Vision von Christian Dior. Es war die Essenz der französischen Eleganz und Raffinesse, die er in die Welt brachte. Er war nicht nur ein Designer, sondern ein Visionär, der die Welt des Parfums mit dem Perfekt verknüpfte. Er verstand die Kunst des Parfums als eine Mischung aus Wissenschaft und Kunst. Er wollte, dass die Parfums nicht nur Gerüche sind, sondern auch eine Art von Kunst sind, die die Sinne berührt und das Herz berührt. Er wollte, dass die Parfums eine Art von Kunst sind, die die Sinne berührt und das Herz berührt.

DER JASMIN NEU ENDECKEN

Parfums sind die Seele der Marke. Seit 1954 hat sich Dior behauptet als die erste Duft-Gesellschaft und ihr Vorbild ist die Vision von Christian Dior. Es war die Essenz der französischen Eleganz und Raffinesse, die er in die Welt brachte. Er war nicht nur ein Designer, sondern ein Visionär, der die Welt des Parfums mit dem Perfekt verknüpfte. Er verstand die Kunst des Parfums als eine Mischung aus Wissenschaft und Kunst. Er wollte, dass die Parfums nicht nur Gerüche sind, sondern auch eine Art von Kunst sind, die die Sinne berührt und das Herz berührt. Er wollte, dass die Parfums eine Art von Kunst sind, die die Sinne berührt und das Herz berührt.

DIOR

DER MODERNE CHYVRE

Parfums sind die Seele der Marke. Seit 1954 hat sich Dior behauptet als die erste Duft-Gesellschaft und ihr Vorbild ist die Vision von Christian Dior. Es war die Essenz der französischen Eleganz und Raffinesse, die er in die Welt brachte. Er war nicht nur ein Designer, sondern ein Visionär, der die Welt des Parfums mit dem Perfekt verknüpfte. Er verstand die Kunst des Parfums als eine Mischung aus Wissenschaft und Kunst. Er wollte, dass die Parfums nicht nur Gerüche sind, sondern auch eine Art von Kunst sind, die die Sinne berührt und das Herz berührt. Er wollte, dass die Parfums eine Art von Kunst sind, die die Sinne berührt und das Herz berührt.

DER FLAGON

Parfums sind die Seele der Marke. Seit 1954 hat sich Dior behauptet als die erste Duft-Gesellschaft und ihr Vorbild ist die Vision von Christian Dior. Es war die Essenz der französischen Eleganz und Raffinesse, die er in die Welt brachte. Er war nicht nur ein Designer, sondern ein Visionär, der die Welt des Parfums mit dem Perfekt verknüpfte. Er verstand die Kunst des Parfums als eine Mischung aus Wissenschaft und Kunst. Er wollte, dass die Parfums nicht nur Gerüche sind, sondern auch eine Art von Kunst sind, die die Sinne berührt und das Herz berührt. Er wollte, dass die Parfums eine Art von Kunst sind, die die Sinne berührt und das Herz berührt.

FRANCIS KURZBAUM MIT SEINER FREIZEIT

Parfums sind die Seele der Marke. Seit 1954 hat sich Dior behauptet als die erste Duft-Gesellschaft und ihr Vorbild ist die Vision von Christian Dior. Es war die Essenz der französischen Eleganz und Raffinesse, die er in die Welt brachte. Er war nicht nur ein Designer, sondern ein Visionär, der die Welt des Parfums mit dem Perfekt verknüpfte. Er verstand die Kunst des Parfums als eine Mischung aus Wissenschaft und Kunst. Er wollte, dass die Parfums nicht nur Gerüche sind, sondern auch eine Art von Kunst sind, die die Sinne berührt und das Herz berührt. Er wollte, dass die Parfums eine Art von Kunst sind, die die Sinne berührt und das Herz berührt.

DER KUNSTHAUS FÜR DIESE ZEIT

Parfums sind die Seele der Marke. Seit 1954 hat sich Dior behauptet als die erste Duft-Gesellschaft und ihr Vorbild ist die Vision von Christian Dior. Es war die Essenz der französischen Eleganz und Raffinesse, die er in die Welt brachte. Er war nicht nur ein Designer, sondern ein Visionär, der die Welt des Parfums mit dem Perfekt verknüpfte. Er verstand die Kunst des Parfums als eine Mischung aus Wissenschaft und Kunst. Er wollte, dass die Parfums nicht nur Gerüche sind, sondern auch eine Art von Kunst sind, die die Sinne berührt und das Herz berührt. Er wollte, dass die Parfums eine Art von Kunst sind, die die Sinne berührt und das Herz berührt.

DER NEUE GARTEN DER ARBEIT

Parfums sind die Seele der Marke. Seit 1954 hat sich Dior behauptet als die erste Duft-Gesellschaft und ihr Vorbild ist die Vision von Christian Dior. Es war die Essenz der französischen Eleganz und Raffinesse, die er in die Welt brachte. Er war nicht nur ein Designer, sondern ein Visionär, der die Welt des Parfums mit dem Perfekt verknüpfte. Er verstand die Kunst des Parfums als eine Mischung aus Wissenschaft und Kunst. Er wollte, dass die Parfums nicht nur Gerüche sind, sondern auch eine Art von Kunst sind, die die Sinne berührt und das Herz berührt. Er wollte, dass die Parfums eine Art von Kunst sind, die die Sinne berührt und das Herz berührt.

Sämtliche Promotions werden von uns für Sie anhand Ihrer PR- und Marketingunterlagen erstellt – für Ihre maßgeschneiderte Kommunikation in *hautnah*, dem schönen Fachmagazin.



DIE FREIHEIT IM BLICK UND PFLEGE IM SINN

Parfums sind die Seele der Marke. Seit 1954 hat sich Dior behauptet als die erste Duft-Gesellschaft und ihr Vorbild ist die Vision von Christian Dior. Es war die Essenz der französischen Eleganz und Raffinesse, die er in die Welt brachte. Er war nicht nur ein Designer, sondern ein Visionär, der die Welt des Parfums mit dem Perfekt verknüpfte. Er verstand die Kunst des Parfums als eine Mischung aus Wissenschaft und Kunst. Er wollte, dass die Parfums nicht nur Gerüche sind, sondern auch eine Art von Kunst sind, die die Sinne berührt und das Herz berührt. Er wollte, dass die Parfums eine Art von Kunst sind, die die Sinne berührt und das Herz berührt.

CHANEL

Parfums sind die Seele der Marke. Seit 1954 hat sich Dior behauptet als die erste Duft-Gesellschaft und ihr Vorbild ist die Vision von Christian Dior. Es war die Essenz der französischen Eleganz und Raffinesse, die er in die Welt brachte. Er war nicht nur ein Designer, sondern ein Visionär, der die Welt des Parfums mit dem Perfekt verknüpfte. Er verstand die Kunst des Parfums als eine Mischung aus Wissenschaft und Kunst. Er wollte, dass die Parfums nicht nur Gerüche sind, sondern auch eine Art von Kunst sind, die die Sinne berührt und das Herz berührt. Er wollte, dass die Parfums eine Art von Kunst sind, die die Sinne berührt und das Herz berührt.

DUFTREVIVAL IM STYLE DES ART DECO

Parfums sind die Seele der Marke. Seit 1954 hat sich Dior behauptet als die erste Duft-Gesellschaft und ihr Vorbild ist die Vision von Christian Dior. Es war die Essenz der französischen Eleganz und Raffinesse, die er in die Welt brachte. Er war nicht nur ein Designer, sondern ein Visionär, der die Welt des Parfums mit dem Perfekt verknüpfte. Er verstand die Kunst des Parfums als eine Mischung aus Wissenschaft und Kunst. Er wollte, dass die Parfums nicht nur Gerüche sind, sondern auch eine Art von Kunst sind, die die Sinne berührt und das Herz berührt. Er wollte, dass die Parfums eine Art von Kunst sind, die die Sinne berührt und das Herz berührt.

KUNST & FREIZEIT

Parfums sind die Seele der Marke. Seit 1954 hat sich Dior behauptet als die erste Duft-Gesellschaft und ihr Vorbild ist die Vision von Christian Dior. Es war die Essenz der französischen Eleganz und Raffinesse, die er in die Welt brachte. Er war nicht nur ein Designer, sondern ein Visionär, der die Welt des Parfums mit dem Perfekt verknüpfte. Er verstand die Kunst des Parfums als eine Mischung aus Wissenschaft und Kunst. Er wollte, dass die Parfums nicht nur Gerüche sind, sondern auch eine Art von Kunst sind, die die Sinne berührt und das Herz berührt. Er wollte, dass die Parfums eine Art von Kunst sind, die die Sinne berührt und das Herz berührt.

KUNSTHAUS FÜR DIESE ZEIT

Parfums sind die Seele der Marke. Seit 1954 hat sich Dior behauptet als die erste Duft-Gesellschaft und ihr Vorbild ist die Vision von Christian Dior. Es war die Essenz der französischen Eleganz und Raffinesse, die er in die Welt brachte. Er war nicht nur ein Designer, sondern ein Visionär, der die Welt des Parfums mit dem Perfekt verknüpfte. Er verstand die Kunst des Parfums als eine Mischung aus Wissenschaft und Kunst. Er wollte, dass die Parfums nicht nur Gerüche sind, sondern auch eine Art von Kunst sind, die die Sinne berührt und das Herz berührt. Er wollte, dass die Parfums eine Art von Kunst sind, die die Sinne berührt und das Herz berührt.

CREATIVE / TRAINING PROMOTIONS

Ihr persönlichster Kontakt zum Endconsumer: die Profis in Österreichs Parfumerien. Neulancierung, Imageboosting, Marktfestigung & -erweiterung, Absatz pushen, Markt erweitern. Die Damen und Herren an den POS direkt erreichen, motivieren, trainieren. Mit *hautnah* gelingt's.

V.I.P. CREATIVE / TRAINING PROMOTIONS

Tue Gutes und rede darüber – *hautnah*. Jede Marke hat Stars mit begeisterten Fangemeinden. Ihr schönes Fachmagazin stellt Ihr Produkt, Ihre Linie auf's Podest. Weil ein Star einfach Rampenlicht braucht? Ja. Und immer wieder mal einen Push für den Durchverkauf.



GUCCI FLORA GORGEOUS ORCHID EDP

Parfums sind die Seele der Marke. Seit 1954 hat sich Dior behauptet als die erste Duft-Gesellschaft und ihr Vorbild ist die Vision von Christian Dior. Es war die Essenz der französischen Eleganz und Raffinesse, die er in die Welt brachte. Er war nicht nur ein Designer, sondern ein Visionär, der die Welt des Parfums mit dem Perfekt verknüpfte. Er verstand die Kunst des Parfums als eine Mischung aus Wissenschaft und Kunst. Er wollte, dass die Parfums nicht nur Gerüche sind, sondern auch eine Art von Kunst sind, die die Sinne berührt und das Herz berührt. Er wollte, dass die Parfums eine Art von Kunst sind, die die Sinne berührt und das Herz berührt.

DER NEUE GARTEN DER ARBEIT

Parfums sind die Seele der Marke. Seit 1954 hat sich Dior behauptet als die erste Duft-Gesellschaft und ihr Vorbild ist die Vision von Christian Dior. Es war die Essenz der französischen Eleganz und Raffinesse, die er in die Welt brachte. Er war nicht nur ein Designer, sondern ein Visionär, der die Welt des Parfums mit dem Perfekt verknüpfte. Er verstand die Kunst des Parfums als eine Mischung aus Wissenschaft und Kunst. Er wollte, dass die Parfums nicht nur Gerüche sind, sondern auch eine Art von Kunst sind, die die Sinne berührt und das Herz berührt. Er wollte, dass die Parfums eine Art von Kunst sind, die die Sinne berührt und das Herz berührt.

DER NEUE GARTEN DER ARBEIT

Parfums sind die Seele der Marke. Seit 1954 hat sich Dior behauptet als die erste Duft-Gesellschaft und ihr Vorbild ist die Vision von Christian Dior. Es war die Essenz der französischen Eleganz und Raffinesse, die er in die Welt brachte. Er war nicht nur ein Designer, sondern ein Visionär, der die Welt des Parfums mit dem Perfekt verknüpfte. Er verstand die Kunst des Parfums als eine Mischung aus Wissenschaft und Kunst. Er wollte, dass die Parfums nicht nur Gerüche sind, sondern auch eine Art von Kunst sind, die die Sinne berührt und das Herz berührt. Er wollte, dass die Parfums eine Art von Kunst sind, die die Sinne berührt und das Herz berührt.

DER NEUE GARTEN DER ARBEIT

Parfums sind die Seele der Marke. Seit 1954 hat sich Dior behauptet als die erste Duft-Gesellschaft und ihr Vorbild ist die Vision von Christian Dior. Es war die Essenz der französischen Eleganz und Raffinesse, die er in die Welt brachte. Er war nicht nur ein Designer, sondern ein Visionär, der die Welt des Parfums mit dem Perfekt verknüpfte. Er verstand die Kunst des Parfums als eine Mischung aus Wissenschaft und Kunst. Er wollte, dass die Parfums nicht nur Gerüche sind, sondern auch eine Art von Kunst sind, die die Sinne berührt und das Herz berührt. Er wollte, dass die Parfums eine Art von Kunst sind, die die Sinne berührt und das Herz berührt.

KLASSISCHES INSERT

Ja, wir haben eine U4. Und noch mehr rechte Seiten. Sie wünschen sich zudem besondere Werbeformen oder Werbemittel? Wir setzen es um. Berühren. Verführen. Lust machen. Wer, wenn nicht unsere Branche, versteht am meisten davon. Zeigen Sie's *hautnah*.

STELLENANGEBOTE

Neuer Job? Passen soll's. Für alle Seiten. Eben *hautnah*.

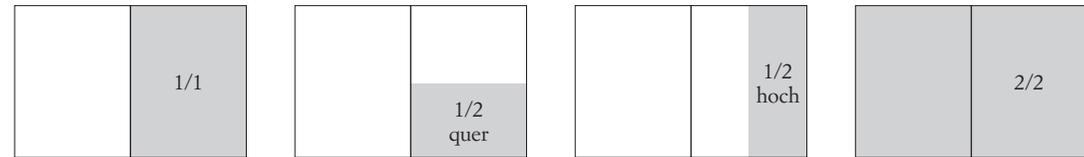
BEISPIELE
Dior, Chanel, Mystikum, Gucci

INSIDER FÜR INSIDER
hautnah an der Branche bleiben.

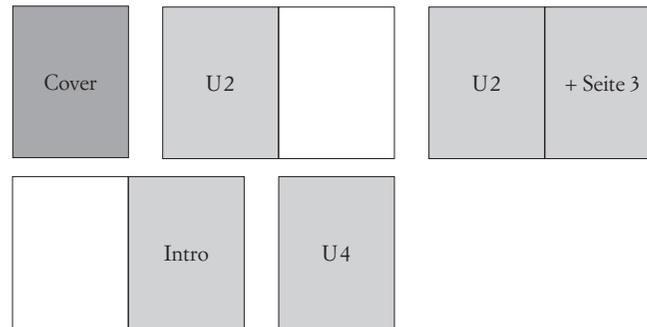
TARIFE hautnah

IM HEFT	FORMAT (b x h)	€
1 Seite	213 x 277 mm	6.050,-
1/2 Seite quer	213 x 138,5 mm	3.872,-
1/2 Seite hoch	106,5 x 277 mm	3.852,-
2/2 Seiten	426 x 277 mm	10.890,-

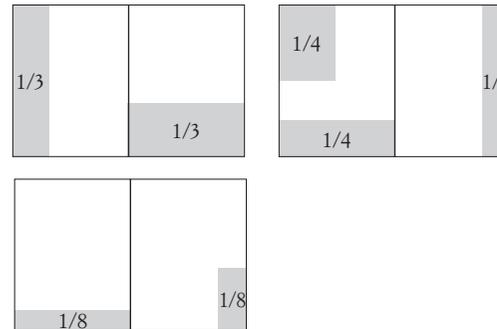
CREATIVE PROMOTIONS ODER KLASSISCHE INSERATE



SONDERPLATZIERUNGEN	FORMAT (b x h)	€
Cover	213 x 277 mm	10.890,-
U2	213 x 277 mm	7.260,-
U2 + Seite 3	426 x 277 mm	14.520,-
Introseite	213 x 277 mm	6.655,-
U4	213 x 277 mm	9.075,-



PRALINÉS	FORMAT (b x h)	€
1/3 hoch	71 x 277 mm	2.541,-
1/3 quer	213 x 92,3 mm	2.541,-
1/4 hoch schmal	53,25 x 277 mm	1.936,-
1/4 hoch	106,5 x 138,5 mm	1.936,-
1/4 quer	213 x 69,25 mm	1.936,-
1/8 hoch	26,625 x 69,25 mm	968,-
1/8 quer	213 x 34,625 mm	968,-



ERSCHEINUNGSTERMINE 2025 hautnah

ERSCHEINUNGSTERMIN

DRUCKUNTERLAGEN FÜR CREATIVE PROMOTIONS & ANZEIGEN*

QUARTAL 01 ... 22. MÄRZ

Lancierungs-Zeitraum Jänner bis März

Bis 04. Februar

QUARTAL 02 ... 14. JUNI

Lancierungs-Zeitraum April bis Juni

Bis 14. April

QUARTAL 03 ... 13. SEPTEMBER

Lancierungs-Zeitraum Juli, August und September

Bis 17. Juli

QUARTAL 04 ... 22. NOVEMBER

Lancierungs-Zeitraum Oktober, November und Dezember

Bis 20. September

* Unterlagen bestehend aus Presstext, Bildern in High-Resolution (Productshots und, so vorhanden, Mood- sowie Model-Shots). Wir danken herzlich für ein Kurzbriefing zu den Eckpunkten der Kommunikation.

ANZEIGENFORMAT

213 x 277 mm + 3 mm Überfüller als druckfähiges PDF an
e.syndram@hautnah.co.at

KONTAKT hautnah

WELCOME: schoen & klug Verlag
Alser Straße 69/21, Hofgebäude 1. Stock, A-1080 Wien

WRITE: office@hautnah.co.at

HELLO: +43 1 944 04 99

FAX: +43 720 890 33 71

EVA SYDRAM: +43 664 731 735 39, e.syndram@hautnah.co.at

GERICHTSSTAND: Wien

FN: 489189 x

UID: ATU45859600

SCHÖN & KLUG
Verlag



Ich freue mich auf die Zusammenarbeit mit Ihnen:
EVA SYDRAM, Verlegerin & Herausgeberin

Eva Syndram