

DIVA



Presseinformation

Medien/Magazine

DIVA 2007: Fashion- und Beauty-Entertainment

- **Österreichisches Modemagazin DIVA verpasst sich ein sanftes Facelifting.**
- **Klares Design und neue Serviceelemente erwarten die Leserinnen und Leser.**

(LCG729 – Wien, 2.3.2007) Seit ihrer Gründung im Jahr 1989 gilt die zur styria.MULTI MEDIA AG gehörende DIVA als Österreichs einzige hochklassige Modezeitschrift. Mit der 154. Ausgabe des Hochglanzmagazins, die seit 22. Februar 2007 am Kiosk erhältlich ist, verpassten Geschäftsführer **Christoph Nestelberger**, Chefredakteurin **Berit Freutel** und Herausgeberin **Monika Athanasiadis** der DIVA ein sanftes Facelifting, das sich an renommierten internationalen Magazinen wie *Vogue*, *Vanity Fair* und *Harpers Bazar* orientiert, was auf den ersten Blick schon am neuen Logo – künftig in klassischer Serifenschrift – zu erkennen ist. Neben zahlreichen neuen Serviceelementen, denen jeweils eigene Splitterseiten gewidmet wurden, ergänzen die neuen Rubriken „Psycho“, die sich mit großen Gefühlen wie Neugier, Mut und Eifersucht beschäftigt, „Men’s Mind“, in der männliche Stars und ihr Styling beschrieben werden, und „Babe des Monats“ das adaptierte Redaktionskonzept.

„Mit den Neuerungen bietet die DIVA Fashion-Entertainment auf höchstem Niveau, mit dem wir uns an besonders mode- und beautybewusste Frauen wenden. Das Magazin liefert auf unterhaltende und kurzweilige Art und Weise alles rund um die Themen Mode, Schönheit und Luxus, was für die Leserschaft und die Branche interessant ist“, sagt Freutel.

„Mit den Adaptionen ist die DIVA noch einzigartiger und unverwechselbarer“, so Nestelberger. Mit dem optischen und redaktionellen Facelifting, das in den letzten Monaten vorbereitet wurde, wurden die Voraussetzungen geschaffen, mit denen das Magazin nun eine Vertriebsoffensive startet. "Nach klassischen Maßnahmen im ersten Halbjahr werden wir im zweiten Halbjahr eine völlig neue Abo-Strategie lancieren, die vor allem unseren Kunden die Möglichkeit bietet, die hochinteressante Zielgruppe der DIVA-LeserInnen noch besser und exakter zu erreichen", sagt Nestelberger. Bis zum Jahresende möchte der Geschäftsführer den Marktanteil in der Mediaanalyse auf deutlich über ein Prozent ausbauen. Derzeit hält das Magazin bei 0,9 Prozent. Mit der Buchungslage gibt sich Nestelberger bereits jetzt zufrieden, zumal schon eine Vielzahl an Top-Labels aus Mode, Beauty und Luxus auf seiner Kundenliste stehen. Potenzial sieht der Geschäftsführer vor allem bei internationalen Labels mit Österreich-Bezug, die hierzulande in letzter Zeit vermehrt Outlets eröffnen.

Einige Neuerungen gab es in den vergangenen Monaten auch in der Redaktionsmannschaft: **Peter Weisz** wurde als neuer Modechef geholt, **Markus Huber** fungiert als Textchef und **Sigrid Fleisz** als stellvertretende Chefredakteurin.

Bildmaterial zum honorarfreien Abdruck bei redaktioneller Verwendung steht in druckfähiger Qualität unter <http://www.leisurecommunication.at/diva/facelift> zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial finden Sie im Pressebereich unserer Website unter <http://www.leisurecommunication.at/presse>.

Rückfragehinweis:

leisure communication group

Alexander Khaelss-Khaelssberg

Tel.: (+43 664) 856 3001

eMail: khaelssberg@leisuregroup.at