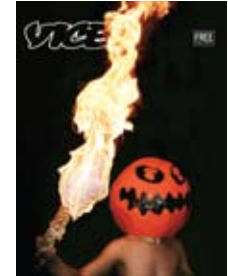


VICE

2009

VICE IS #1

“Elke generatie heeft een eigen, onafhankelijk hip magazine, waarvan de invloed veel verder reikt dan de circulatiegetallen aan kan duiden. Denk aan Werner Media's Rolling Stone of aan onafhankelijke bladen als Spy of Might... VICE is het rolmodel van de huidige generatie”



Het valt ons niet makkelijk om het van de daken te schreeuwen, maar we doen het toch gewoon: VICE is het coolste magazine ter wereld! Pfff. Het voelt eigenlijk behoorlijk goed om dat eens hardop gezegd te hebben. En het is geen opschepperij. We weten dat het niet geloofwaardig klinkt als mensen komen vertellen hoe vernieuwend hun eigen tijdschrift is, maar we zijn echt bloedserieus. Het is empirisch bewezen met koude, harde en onvermurwbare wiskunde. En, zoals je weet, met wiskunde valt niet te sollen. Het grootste deel van ons publiek bestaat uit, om in marketingterminen te spreken, “trendsettende stadsbewoners van 19-34 jaar.” Het internationale marketingonderzoek The Cassandra Report heeft VICE verkozen tot #1

trendsetter in 2003, 2004, 2005, 2006, 2007 en 2008. De afgelopen tijd bleek VICE een ideaal medium voor merken als Nike, MTV, Mini, EA, Adidas, Sony, Puma, Jeep, Rockstar Games en Universal Music om onze vooruitstrevende doelgroep waar wij voor schrijven te bereiken. VICE is het eerste gratis, international gedistribueerde life style tijdschrift op aarde. Maandelijks brengen we wereldwijd 910.000 bladen uit. De wereldwijde circulatie van VICE zal met de lancering van landen als Rusland en China in 2009, doorgroeien naar meer dan 1.000.000 exemplaren. Met issues die gelijktijdig uitkomen in steden van Tokyo tot Amsterdam tot New York, wordt VICE iedere maand gelezen door slimme en hoogopgeleide jonge mensen van over de hele wereld.

Plus: elke editie bevat het laatste lokale nieuws en opinies. Welk ander tijdschrift doet iets vergelijkbaars? Het antwoord: Geen één. En vergeet niet dat VICE gratis is. Het wordt niet verkocht in kiosken en tabakzaken (ook wel bekend als de trieste vleeskeuring van de uitgeverwereld). Nee, in plaats daarvan kun je VICE vinden op bruisende plekken als modewinkels, platenzaken, galerieën, cafés en bars. En elk tijdschrift wordt gelezen. VICE heeft een “100 procent pick-up rate” (dat is twee tot drie keer zoveel als welke concurrerende publicatie dan ook). Dankzij de specifieke distributie en het hoge niveau van inhoud heeft VICE een loyaal, wereldwijd leger van toegewijde lezers.

HET MERK VICE

“VICE voelt zich meer dan thuis in de moderne media en marketing en overstijgt, als crossmediaal bedrijf, de standaard ruimschoots” –Business Week

VICE is een van de snelst groeiende media bedrijven gericht op jongeren ter wereld. De VICE merkdivisies bestaan uit:

VOICE Events: VOICE staat bekend om haar creatieve kijk op events. Of het nu plaatsvindt tijdens de Amsterdam International Fashion Week of speciaal geproduceerd voor merken zoals NIKE, Sony, of Jägermeister, de events zijn uitermate populair en meestal binnen een paar uur uitverkocht. Het internationale netwerk van Vice zorgt ervoor dat wij altijd de nieuwste en hotste bands en DJ's kunnen boeken, en loopt daarmee ver vooruit op de concurrentie.

VICE DVD: Een samenwerking met MTV Networks waarin we originele long form DVD's produceren, waaronder de VICE Guide to Travel. Deze duistere en hilarische documentaires brengen VICE magazine tot leven. We hebben gehoord dat het ergens werd omschreven als “De wereld draait door meets Jackass”, en wie zijn wij om dat tegen te spreken?

VICE Music: Na vijf jaar te hebben samengewerkt met Warner Music Group is VICE Music nu een volledig onafhankelijk label, dat zich op dit moment internationaal uitbreidt om de muziek naadloos te laten integreren binnen het wereldwijde merk VICE. Enkele bekende artiesten op het VICE label zijn: Bloc

Party, The Streets, Justice, en The Black Lips. VICE Records houdt zich ook bezig met management, publishing, merchandise en multilevel brand partnerships met artiesten.

VICE Films: In 2008 was VICE Films verantwoordelijk voor twee producties: *Heavy Metal in Baghdad*, een documentaire waarin de enige heavymetalband van Irak, Acrassicauda, 3 jaar werd gevolgd, en *White Lightning: The Jesco White Murders* met Ed Hogg en Carrie Fisher in de hoofdrol. Laatstgenoemde werd geregisseerd door Dominic Murphy en geproduceerd door het UK Film Council. Ook wordt er gewerkt aan een productie met de Academy Awardgenomineerde regisseur Spike Jonze

VIRTUE: Virtue is voor Nederland het nieuwste onderdeel van de VICE familie. Dit creatief bureau is verantwoordelijk voor merkstrategie, print- en filmproductie, art direction en productontwikkeling, en dat allemaal allemaal onder 1 dak. Virtue is een volledig geïntegreerde, branded entertainment- en distributiestudio met kantoren in New York, Londen, Berlijn, Toronto, Stockholm, Sydney en sinds begin 2009 ook Amsterdam. Virtue geeft merken de kans om gebruik te maken van de creatieve kracht van het wereldwijde netwerk van VICE.

En we zijn nog niet klaar. Het VICE merk bevat specifiek op een stad gerichte VICE Guide mini magazines en VICE boeken (The VICE Guide to Sex and Drugs and Rock and Roll in 2002; VICE Dos and Don'ts in 2004, Dear Diary, Skinema en The VICE Photo Book in 2007). We ontwikkelen ook speciale publicaties voor merken, waaronder Nike, Volvo, Puma, Playstation, EA Games en meer. Oh, en we hebben onze eigen pub in Londen, genaamd The Old Blue Last. Kom een keer langs. Het is misschien wel de enige plek in heel Groot-Brittannië waar je er zeker van kunt zijn dat je knappe meisjes tegenkomt.



VICE Books:
True Norwegian Black Metal



VICE Books:
The VICE PHOTO BOOK



VICE Music:
The Streets



VIRTUE:
Rock Band packaging



VICE Mini Guides



VICE Events: *Release The Beast Party*



VICE Films: *Heavy Metal In Baghdad*

WERELDWIJDE DISTRIBUTIE

“Het unieke distributiemodel van Vice distribueert het tijdschrift direct in de handen van haar opiniërende en loyale doelgroep. Dit zijn mode-, muziek- en lifestyle outlets waar de doelgroep hun lifestyle consumeert.” –Tjibbe Renkema, strateeg, Initiative Media

15 wereldwijde edities



Met 15 samenwerkende hoofdredacteurs, die over de hele wereld verspreid zijn, publiceert VICE interessante inhoudelijke lokale en internationale content vanuit de hele wereld, in inmiddels 7 verschillende talen. Kwaliteit? Originaliteit? Scope? Check, check en check. De inhoud van elke internationale uitgave is op maat gemaakt voor de lokale doelgroep, en deze wordt gedeeld met de andere VICE redacties wereldwijd. Zo worden de beste artikelen uit elke regio ter wereld gepubliceerd in meerdere, verschillende edities. We zijn daarmee zonder overdrijven echt het eerste onafhankelijke, gratis tijdschrift ter wereld. Doordat we naar steeds meer landen uitbreiden zullen adverteerders in toenemende mate wereldwijd stijltrends kunnen beïnvloeden en overal in een klap de juiste mensen kunnen bereiken.

INTERNATIONAAL:

U.S.A.	150,000
Canada	60,000
U.K.	89,000
Duitsland	100,000
Italië	100,000
Frankrijk	75,000
Spanje	75,000
Scandinavië	45,000
Nederland	38,000
België	28,000
Japan	100,000
Australië	38,000
Nieuw Zeeland	14,000
Oostenrijk	26,000
Mexico	55,000

TOTAAL WERELDWIJD 975,000

LANCEREN IN 2009:

Brazilië, Argentinië, Portugal, Zwitserland, Polen, Griekenland, Israel, Zuid-Afrika, Roemenië, Bulgarije en Thailand

STATISTIEKEN

Bron: December 2008, onafhankelijk onderzoek uitgevoerd door Trend Wolves. Data en methodologie verkrijgbaar op aanvraag.

EEN EXTREEM LOYAAL EN BETROKKEN PUBLIEK

68%	bewaart/verzamelt een issue na het gelezen te hebben
45%	neemt elke issue mee
87%	neemt elke issue mee en pakt 'm 3 keer of meer op
23%	neemt elke issue mee en pakt 'm 8 keer of meer op
44%	besteedt 1 a 2 uur aan het lezen van elke issue, 34% > 2 uur
17%	leest geen enkel ander tijdschrift dan VICE
47%	bezoekt viceland.com meer dan een keer per maand
5.6	gemiddeld aantal lezers per magazine
1,064,000	TOTAAL NEDERLANDS LEZERSPUBLIEK

VICE LEZERS ZIJN BIG-TIME CONSUMERS

81%	koopt elke maand kleding/accessoires, 38% elke week
49%	koopt elke maand muziek, 15% elke week
66%	eet ten minste een keer per week buiten de deur
82%	bezoekt ten minste een keer per week een bar of club
84%	koopt elke week alcohol
49%	gaat elke maand naar de bioscoop, 22% elke week
90%	heeft een mobiele telefoon
34%	koopt elke maand films, video's of dvd's, 14% wekelijks
48%	koopt elke maand gezondheids- en schoonheidsproducten
63%	shopt elke maand online
15%	bezit een Mac (wereldwijd 5%), 79% bezit een pc
52%	bezit een gameconsole
81%	bezit een digitale camera
80%	wil komend jaar naar een ander continent reizen
76%	heeft een creditcard
95%	maakt dagelijks gebruik van het internet
94%	maakt dagelijks gebruik van e-mail

VICE DOELGROEP

16-20:	32%
21-25:	34%
26-30:	17%
31-35:	12%
36-40:	4%
41+	1%
Gemiddeld	24 jr

KLEINE MANNELIJKE MEERDERHEID

Mannelijk	51%
Vrouwelijk	49%

WAT VINDEN LEZERS VAN VICE

	MEE EENS
De schrijfstijl is anders dan bij andere tijdschriften	89%
De artikelen zijn altijd leuk	86%
Ik hou van het gevoel voor humor	93%
Ik hou van het internationale karakter van de inhoud	76%
De advertenties zijn interessant	58%
Ik waardeer het feit dat advertenties niet worden verhuuld als editorials	77%

VICE LEZERS ZIJN TRENDSETTERS

	MEE EENS
Ik wil graag als eerste weten over muziek/bands/releases	86%
Ik wil graag als eerste weten over modemerken/designers	79%
Ik wil graag als eerste weten over technologie/gadgets	62%

GEMIDDELD BRUTO INDIVIDUEEL INKOMEN

€ 29,000

GEMIDDELD BRUTO INKOMEN PER HUISHOUDEN

€ 56,000



TARIEVEN & SPECIFICATIES

MAGAZINE TARIEVEN

NL

1/1 PAGINA	€ 4.250,-
1/2 PAGINA	€ 2.900,-
1/4 PAGINA	€ 1.730,-
SPREAD	€ 7.600,-
EERSTE SPREAD	€ 8.200,-
BACK COVER	€ 7.400,-
COVER 3	€ 4.500,-

STICKERSHEET (10 PER SHEET)

Stickers (maart, juni, september, december)	€800,-
---	--------

DEADLINES

ISSUE DATUM	V.N.	STRAAT- DATUM	BOEKING DEADLINE	MATERIAAL DEADLINE	SPECIALS
JANUARY	V4N1	19-jan	5-jan	6-jan	-
FEBRUARY	V4N2	16-feb	2-feb	3-feb	Fashion Week
MARCH	V4N3	16-mrt	2-mrt	3-mrt	Fashion Special
MAY	V4N5	6-mei	21-april	23-april	-
JUNE	V4N6	3-jun	20-mei	22-mei	Festival Guide
JULY	V4N7	2-jul	17-juni	19-juni	-
JULY	(PhotoIssue)	29-jul	15-juli	17-juli	Photo Issue
AUGUST	V4N8	19-aug	5-aug	7-aug	Student Guide
SEPTEMBER	V4N9	9-sep	26-aug	28-aug	-
OCTOBER	V4N10	7-okt	23-sept	25-sept	-
NOVEMBER	V4N11	11-nov	28-okt	30-okt	-
DECEMBER‡	V4N12	9-dec	25-nov	27-nov	-

AFMETING

ENKELE PAGINA

BLADSPIEGEL + TRIM . . . 219mm w x 282mm h
BLADSPIEGEL 213mm w x 276mm h
ZETSPIEGEL 200mm w x 263mm h

SPREAD

BLADSPIEGEL + TRIM . . . 432mm w x 282mm h
BLADSPIEGEL 426mm w x 276mm h
ZETSPIEGEL 400mm w x 263mm h

1/2 PAGINA HOR 197mm w x 124mm h

1/2 PAGINA VERT 95mm w x 257mm h

1/4 PAGINA BLOK 95mm w x 124mm h

Vragen over advertenties, mail naar productie@viceland.nl

KORTINGEN

HOEEVEELHEID	KORTING
4X	10%
8X	12.5%
12X	15%
WERELDWIJD	35%

HOE STUUR JE MATERIAAL NAAR VICE?

Alle advertenties dienen digitaal aangeleverd te worden, elektronisch (via email of FTP) of op een CD/DVD. Het beste formaat is een pdf, tiff of hi-res jpeg. Als je een ander formaat doorstuurt, zorg er dan voor dat je alle illustraties en lettertypes verzamelt. Als je alles bij elkaar hebt, brand je het op een CD en stuur het naar:

VICE Benelux BV.
t.a.v. Productie afdeling
Nieuwezijds Voorburgwal 271-3
1012 RL Amsterdam
Nederland

BESTANDEN STUREN VIA DE FTP

1. Stuff of zip de bestanden of folders die je naar VICE wilt sturen.

2. Log in op onze upload pagina:

www.viceland.com/viceupload/ft2.php
USER viceupload
PASWOORD vice88

3. Klik in het midden onder het kopje 'Files' op het desbetreffende land.

4. Klik op de browse button links bovenaan en zoek naar de files die je wilt uploaden.

5. Druk op de upload button.

6. Nadat de file geupload is mail je naar charlotte@viceland.nl om te laten weten dat het bestand online staat

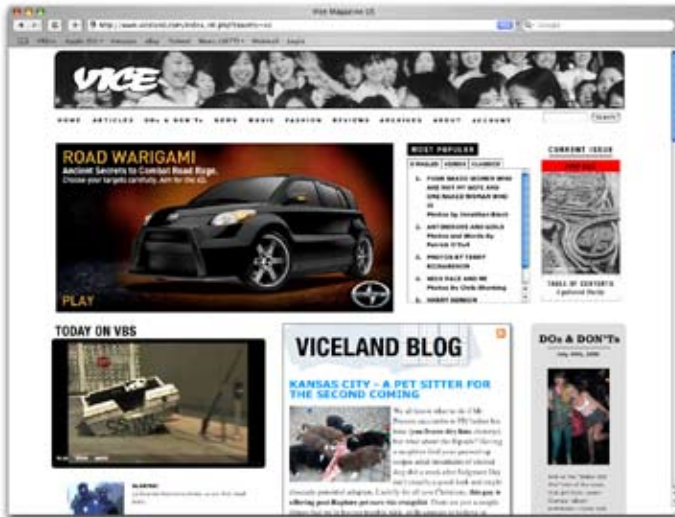
BEELDMATERIAAL

Beeldmateriaal moet altijd CMYK zijn (nooit RGB, duotone of multichannel). De resolutie moet minimaal 300ppi zijn. Verhoog dat naar 600ppi als je veel line-art hebt.

BELANGRIJK: Belangrijke info zoals foto credits etc. altijd ver genoeg van de trimrand zetten, anders bestaat de mogelijkheid dat ze afgesneden worden.

Vragen over beeldmateriaal, afmetingen en aanleveren kunnen gemaild worden naar: productie@viceland.nl

VICELAND.COM & VBS.TV



VICELAND.COM

Viceland.com is de online wereld van Vice Magazine – vol met humor, unieke invalshoeken en exclusieve content die de lezers/fans van VICE verwachten. De bezoeker vindt dagelijkse updates rondom thema's als muziek, mode, politiek, film, events en kunst. Iedere bezoeker kan zijn/ haar commentaar achterlaten, filmpjes up loaden en zich inschrijven voor contest waardoor de gebruiker actief deelneemt aan Viceland.com. De site voorziet de bezoeker ook van een ruime keus aan video- en audiocontent, pdf versies van Vice Magazine, dagelijks nieuwe blogs en muziek downloads.

VICELAND STATISTIEKEN

(STATISTIEKEN PER MAAND VOOR NL, DEC 2008)

UNIEK BEZOEK 65k
GEMIDDELDE TIJD OP SITE 8:31
PAGINA'S PER BEZOEKER 10.32



VBS.TV

VBS VBS.TV is IPTV en video-on demand, met een unieke themamix van nieuws, popcultuur, muziek, comedy en documentaires. Onder leiding van de wereldberoemde, en voor een Oscar genomineerde, regisseur Spike Jonze (Adaptation, Being John Malkovich) gaat VBS een revolutie ontketen in het IPTV-landschap. De sleutel tot succes is de gezamenlijk geproduceerde content van meer dan 2000 correspondenten wereldwijd. Dit wordt doorvertaald in een dagelijks 30 minuten nieuwe programmering wat bekeken wordt door een fanatieke en loyale doelgroep.

VBS STATISTIEKEN

(STATISTIEKEN PER MAAND VOOR NL, DEC 2008)

UNIEK BEZOEK 90k
GEMIDDELDE TIJD OP SITE 12:28
PAGINA'S PER BEZOEKER 7.34

Complete Online mediakit verkrijgbaar op aanvraag.

TARIEVEN BANNERS

VBS.TV TARIEVEN

Onscreen Banner (480 x 270px)	CPM €50
Rectangle (300 x 250 px)	CPM €60
Skyscraper (160 x 600 px)	CPM €40
Super Banner (728 x 90px)	CPM €40
Horizontal Banner (460 x 60px)	CPM €35
Pre Roll Video Streaming (20 Sec. maximaal)	CPM €80
Post Roll Video Streaming (20 Sec. maximaal)	CPM €70
Kanaal Sponsorship (1 Maand)	op aanvraag
Show Sponsorship (1 Maand)	op aanvraag
Merk-integratie/Product placement	op aanvraag



HORIZONTAL BANNER

MINI TV SPONSORSHIP

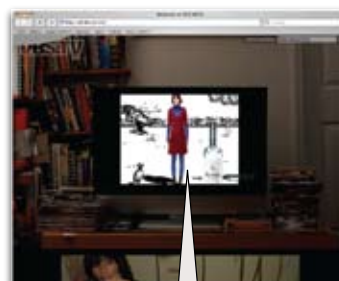


SHOW SPONSORSHIP



HOMEPAGE BANNER

ONSCREEN BANNER



PRE/POST ROLL VIDEO

VICELAND.COM AD TARIEVEN (ALLEEN NEDERLAND)*:

Skyscraper Banner	Banner
Afmetingen: 160 x 600px	€40 CPM
Horizontal Banner	Banner
Afmetingen: 460 x 68px	€35 CPM
Rectangle Banner	Banner
Afmetingen: 300 x 250px	Streaming video: €60 CPM
Leaderboard Banner	Banner
Afmetingen: 728 x 90px	€40 CPM
Nieuwsbrief Item	e-blast
Afmetingen: Variabel, abonnees: 21.000	€1,250



SKYSCRAPER



RECTANGLE



LEADERBOARD



HORIZONTAL BANNER

RECENTE PERS

“VICE is de trend.”
–*Reclameweek*

“Door het gecontroleerde distributienetwerk bereikte VICE wereldwijd een ware cultstatus. Zo zit de hippe glossy, 10 jaar geleden nog een zwart-wit publicatie, boven op hun doelgroep, namelijk trendsetters op het gebied van film, muziek en mode tussen de 18 en 34 jaar .

Omdat VICE op een ‘early adapter’ niveau over deze onderwerpen schrijft en ook nog eens belicht wat cool is in andere landen, omarmt de doelgroep deze gratis glossy.”
–*Adformatie*

“De hyperrealistische vormgeving gaat gepaard met een eigentijdse vorm van gonzo journalistiek. Ook rauw en tegen-

draads, doorspekt met dito humor, dit is geen alledaags jongerenblaadje.”
–*De Volkskrant*

“De meest arrogante mensen die ik ooit heb ontmoet. Met hen wil ik zaken doen.”
–*Van Toffler, President, MTV*

TESTIMONIALS

“Freitag heeft nooit geadvertreed. Maar VICE was het zeker waard om deze regel te breken. They rock - Dit werkt!”
–*Alex Braunschmidt, Marketing Manager, Freitag*

“Playstation Benelux heeft VICE Magazine in 2006 aan zijn mediaschema toegevoegd na een uitermate succesvolle samenwerking in Engeland. Al snel bleek dat VICE met haar unieke inhoud en distributie, een belangrijke plaats en functie vervult binnen de huidige Nederlandse jongerencultuur. Het interessante van VICE is dat zij niet alleen een tijdschrift zijn, maar een breed scala van activiteiten ontwikkelen wat helemaal samengaat met hun moeilijk te bereiken maar trendbepalende doelgroep. Playstation Benelux is zeer te spreken over VICE en zal in 2009 zeker haar samenwerking voortzetten.”
–*Piet Hein Schnellen, Marketing Manager, Playstation Nederland*

“VICE is een (inter)nationale partij om in de gaten te houden. Ze weet een grote groep jongeren, o.a. de mode en music influencers, op een eigentijdse en prikkelende manier in hun behoefte te voorzien. Via het gratis

magazine, online platform en events weet VICE deze jongeren met muziek in hun DNA te bereiken en te betrekken. Een uitermate interessant platform om als merk credible te zijn binnen deze moeilijk bereikbare groep. Meerwaarde kun je als adverteerder creëren door een partnerschap aan te gaan. Hierbij moet gezocht worden naar gezamenlijke relevantie, daardoor is het mogelijk om toegevoegde waarde voor de jongeren te creëren die zelf uitmaken welke artiest, welk product of merk ze goed vinden. Zij ontdekken waarna de early adopters en de majority volgen.”
—*Tjibbe Renkema, Media Strategie, Initiative*

“Maak ruimte voor nieuwe eerlijkheid. Eindelijk weer eens een onafhankelijk tijdschrift dat niet gevuld is met betaalde PR. G-SUS is fan van VICE. Lang leve VICE.”
–*Martijn Vermin, Marketing Manager, GSUS industries*

“Al heb je nog zo’n goed verhaal, het is niet eenvoudig om kartonnen drankenverpakking(!) een imago te geven dat

door de huidige trendsettende jongeren cultuur wordt omhelsd. Dankzij de samenwerking met VICE is Tetra Pak er-in geslaagd om een moeilijk te overtuigen doelgroep te bereiken en te beraken”
–*Laurens van de Vijver, Business Development Director, Tetrapak International*

“Hun vrije geest is waarom we zo graag met de Vice mensen samenwerken! Als een van de happy few in de media snappen zij echt hoe je de krachtige impact van ervaringen in kan zetten als succesvol communicatiemiddel. Ze weten waar de jong volwassenen van houden, en de jong volwassenen houden van Vice!.”
–*Rafael Mesa Menor, Manager On-Trade Marketing Team Bacardi Nederland*

“Het beste aan VICE is dat ze weten hoe ze een feestje moeten bouwen en ze stellen nooit teleur!”
–*Perre van den Brink, Marketing Manager, Diesel Benelux*

VICE CONTACTS

Uitgever: Thijs Boon
+31 (0) 20 6738507 +31 (0) 6 460 30 998
thijs@viceland.nl

Associate Publisher: Sjoerd Raaijmakers
+31 (0) 20 6766009 +31 (0) 6 460 57809
sjoerd@viceland.nl

Sales: Tjeerd van Lotringen
+31 (0) 20 6732530
tjeerd@viceland.nl