

FUNKE ONE: Neues FASHION STORIES-Magazin porträtiert die Erfolgsgeschichte der Luxusmarke Versace // Weltweites Exklusiv-Interview mit Donatella Versace

- › FUNKE erzählt weiter die Geschichten der größten Mode-Ikonen der Welt.
- › Nach Legenden wie Prada, Gucci und Louis Vuitton stellt die neue Ausgabe des Premium-Magazins das modische Werk von Versace in den Fokus.
- › FUNKE ONE setzt so die erfolgreiche FASHION STORIES-Serie fort. Das Magazin ist ab sofort erhältlich und kostet 10 Euro.

Hamburg / Essen, den 29.09.2020 Viele verbinden mit dem Namen Versace heute noch den Gründer Gianni Versace, der in den 1980er und 90er Jahren die Modewelt für immer durcheinanderwirbelte. Er setzte auf Luxus, Opulenz, Farben, Muster – und das alles auf einmal. Er „erfand“ die Supermodels, holte die Prominenz in die erste Reihe und provozierte gerne mit seinem Hang zur Extravaganz.

Als er 1997 starb, übernahm seine Schwester, die bis dato in der zweiten Reihe stand. Donatella Versace hat eine unglaubliche Entwicklung gemacht, die FUNKE ONE in der vierten Ausgabe von FASHION STORIES auf 100 Seiten präsentiert.

Donatella Versace gibt der Marke seitdem einen eigenen Schliff und setzt dabei auf politisches Engagement und Nachhaltigkeit und definiert die Werte der Luxusmarke neu. Diese besondere Geschichte steht im Fokus des neuen Premium-Magazins.

„Wir sind froh, mit dem Team von Versace zusammengearbeitet zu haben. Die Welt und besonders Italien haben dieses Jahr viel durchgemacht. Frau Versace war sehr aktiv und lautstark dabei, ihr Land in dieser schwierigen Zeit zu unterstützen. Das Magazin war geplant als Hommage zu Frau Versaces 65. Geburtstag in Mai, wurde aber auf Grund der aktuellen Lage verschoben“, sagt Sebastian Kadas, Chief Product Officer.

Erst als sich die Corona-Krise kurzzeitig entschärfte, begann FUNKE ONE mit dem besonderen Projekt für alle Mode-Liebhaber: „Das weltweite Exklusiv-Interview und die erstaunlichen Bilder wurden sorgfältig zu einer der besten FASHION STORIES von FUNKE durch Chefredakteurin Nicole Kleinhammer zusammengeführt.“

Die neue Ausgabe gibt es für 10 Euro im Zeitschriftenhandel und ausgewählten Sonderverkaufsstellen sowie bei Amazon.

Informationen, Entertainment, Services – das ist die FUNKE Mediengruppe. Der Fokus liegt auf drei Geschäftsfeldern: Regionalmedien, Frauen- und Programmzeitschriften sowie Digitales. Mehr als 1.500 Journalisten und rund 4.500 Medienmacher arbeiten bei FUNKE. In Deutschland gibt das Unternehmen Tageszeitungen in Berlin, Hamburg, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Thüringen heraus, darunter Berliner Morgenpost, Braunschweiger Zeitung, Hamburger Abendblatt, Westdeutsche Allgemeine Zeitung und Thüringer Allgemeine. Im Magazinbereich gehört FUNKE zu den größten Anbietern. Zum Portfolio zählen Titel wie Hörzu, Gong, TV Digital, BILD der FRAU, Frau im Spiegel, die aktuelle, myself und DONNA. Hinzu kommen zahlreiche Rätsel- und Spezialzeitschriften sowie Lebensart-Magazine. Im Digital-Bereich baut FUNKE ein Netzwerk an spezialisierten Jobportalen wie ABSOLVENTA und joblocal auf, im Publishing und Social-Media-Sektor ist FUNKE mit einer Mehrheitsbeteiligung an MEDIA PARTISANS ein großer Anbieter im deutschen Markt. An allen ihren Tageszeitungsstandorten gibt die FUNKE-Gruppe die jeweils führenden Anzeigenblätter heraus. In NRW hält FUNKE Mehrheitsbeteiligungen an lokalen Radiosendern. Darüber hinaus ist das Unternehmen auch auf dem österreichischen Zeitungsmarkt engagiert (Kronen Zeitung, Kurier). Mit der GOLDENEN KAMERA und der GOLDENEN BILD der FRAU werden zwei hochkarätige Events von FUNKE veranstaltet.