

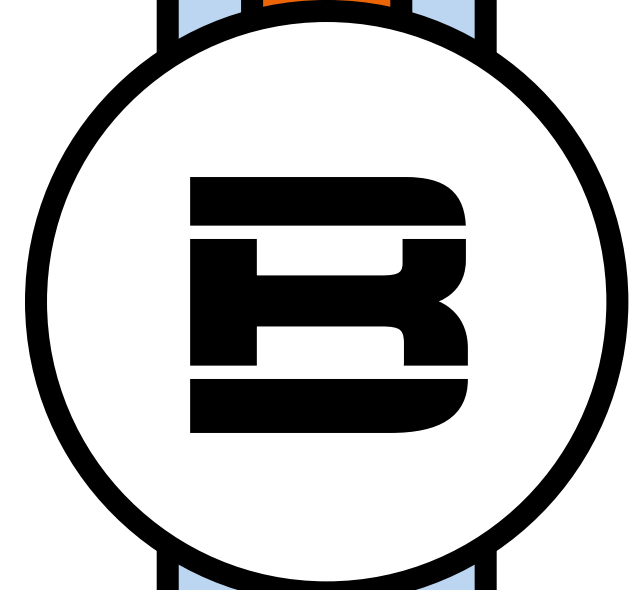


Januar 2021

# MEDIA KIT

Zwei Online-Magazine  
für Väter und Best Ager.

Gegründet von Kai Bösel.



Daddylicious ist eins der größten Online-Magazine für Väter.

Hier finden werdende Väter und alte Hasen seit August 2013 alle relevanten Informationen von (vor) der Geburt über die Pubertät bis zur Volljährigkeit des Kindes. Wir sind Ratgeber, recherchieren nützliche Praxis-Tipps, präsentieren Interviews mit interessanten Vätern, lassen Gastautoren zu Wort kommen und bieten damit eine Heimat für alle Papas (und Mamas) im deutschsprachigen Raum.

### REFERENZEN

Zusammenarbeit mit zahlreichen Herstellern von Kinderwagen, Kinderkleidung, Kindersitzen und anderem Equipment, welches für Väter relevant ist. Dazu versorgen uns fast alle Autohersteller mit Familienfahrzeugen zum Testen.

#### Einige unserer glückliche Kunden:

Brio, Lego, Playmobil, Pampers, Audi, Stokke, eBay, Volvo, FeWo-direkt, Milupa, Nivea

### REICHWEITE

Visits pro Monat	25.000	Instagram	2.105
Page Impressions	42.000	Twitter	1.305
Facebook	45.900	Pinterest	420

### LESER

35% Frauen	12%	18-24 Jahre
65% Männer	45%	25-34 Jahre
	23%	35-44 Jahre
98% D-A-CH	20%	ab 45 Jahre

### WERBEMÖGLICHKIETEN

- Einbindung von Werbung und Links
- Productplacement, Advertorials und Berichte inklusive Fotos zu Produkten, Websites, Magazinen, Events oder Destinationen
- Durchführung von Tests und Interviews
- Gastbeiträge





FÜR MÄNNER, DIE NOCH 'WAS VORHABEN

Lass dich nicht als "zu alt" abstempeln. Wir glauben, dass du an jedem Tag Deines Lebens auch etwas Neues beginnen kannst, egal wie alt Du bist.

Unsere NTO-Redaktion besteht aus lebenserfahrenen Männerkennern mit der Fähigkeit, ihr Wissen auf Augen- und Ohrenhöhe an die Dialoggruppe weiterzugeben. Das Magazin NTO ermutigt und inspiriert besonders Männer 50plus mit vielfältigen Stories, Tipps und Angeboten, ihre Lebenszeit sinnvoll zu nutzen und zu teilen. So unterstützt NTO Männer – unabhängig von der Lebensphase – noch Neues zu lernen, zu erleben und Gewohntes zu hinterfragen.

### REFERENZEN

Wir arbeiten mit Marken und Produkten zusammen, die sich an Männer der Generation X und der Baby Boomer richten.

Von Büchern über Reisen, Klamotten, Gadgets und Pflege bietet wir kreative Ideen, um die Zielgruppe zu erreichen.

### REICHWEITE

Visits pro Monat	9.000	Facebook	120
Page Impressions	15.000	Instagram	260
		Twitter	20

### LESER

19% Frauen	9%	18-34 Jahre
81% Männer	26%	35-44 Jahre
	42%	45-54 Jahre
99% D-A-CH	23%	ab 55 Jahre

### WERBEMÖGLICHKIETEN

- Einbindung von Werbung und Links
- Productplacement, Advertorials und Berichte inklusive Fotos zu Produkten, Websites, Magazinen, Events oder Destinationen
- Durchführung von Tests und Interviews
- Gastbeiträge
- Platzierung von Produkten im Shop



NOT TOO OLD



Fotograf: Jo Fischer

# KAI BÖSEL

## KAI BÖSEL

Ich bin seit '99 in der Online-Branche tätig, habe für namhafte Internet-Firmen gearbeitet und ab 2004 selbst fünf digitale Unternehmen gegründet.

Darüber hinaus bin ich als Autor, Blogger, Speaker und Moderator auf verschiedensten Medien aktiv.

Bei Interesse an einer Zusammenarbeit meldet Euch gern unter [kai@nottoold.de](mailto:kai@nottoold.de)

## AKTIVITÄTEN

### PRINT

Men's Health Dad  
Warum! Familienmagazin Eltern!  
Junge Familie  
Szene Hamburg Gasto Guide

### KOLUMNEN & GASTBEITRÄGE

stern.de  
ERGO Blog  
Galeria Kaufhof Blog

### FILME

mobile.de Werbeclip  
„Familienautos“  
Porsche „Road to Santa“  
Porsche „Panamera im Familientest“

### MODERATOR

ERGO Podcast - 4 Folgen  
„Wohnzimmergespräche“  
Facebook Live-Talk „Muttertag“  
Fisher-Price Elternbrunch

### SPEAKER

Boston Consulting Group  
BCG Brand Club  
Denkst! Bloggertreffen

### NTO MAG & Daddylicious

Borsteler Chaussee 85-99a  
c/o Adventman / Haus 16  
22453 Hamburg

Kai Bösel

[kai@nottoold.de](mailto:kai@nottoold.de)

mobil: +49 173 6144 448

