

BLANK

GESELLSCHAFT, DISKURS, DISKO

BLANK

GESELLSCHAFT, DISKURS, DISKO

PROFIL



FÜR EINE GENERATION MIT MUT ZUM WANDEL

BLANK ist das Magazin für junge Erwachsene, die in Kultur, Medien und Gesellschaft eigene Akzente setzen und Wandel gestalten. Unabhängig und scharfsinnig trägt BLANK mit eigenen Themen, fundierten Meinungen und aus neuen Blickwinkeln zum Dialog und Diskurs dieser Generation bei.

In BLANK bilden Bilder das Beiwerk. Pure Texte schmücken den zweiten Teil des Heftes. Umfassende und pointierte Darstellung, Dramaturgie und Sprachgefühl sind uns mehr wert als eine Fülle vergänglicher Neuigkeiten, Spekulationen und laue Positionen in Trenddebatten. Zeitschriften müssen sich Büchern nähern, schnelle Themen gehören dem Netz.

BLANK platziert Relevanz vor Aktualität, stellt eigene Fragen und schafft Texte, die bleiben: literarische Reportagen, Kurzgeschichten, tiefgehende Portraits, Interviews mit Visionen.

Unser Online-Auftritt ist Anschlusspunkt und Diskussionsplattform für die im Magazin angebotenen Inhalte und Ideen. Ergänzt wird dies durch die Geschichten, die sich im Internet besser erzählen lassen: durch Video, Slideshows oder O-Töne. Neuigkeiten zum Heft, Termine und andere aktuelle Informationen aus der BLANK Community finden sich ebenfalls auf unserer Website www.blankmagazin.de.

BLANK

GESELLSCHAFT, DISKURS, DISKO

INHALT

BOULEVARD

BLANK bietet die Innenansicht des deutschen Boulevards. Auf Augenhöhe lassen wir die junge Generation aus Film, Bühne, Pop und Politik ungeschminkt und frei von der Leine ihrer PR-Agenten zu Wort kommen: in persönlichen Interviews, umfassenden Portraits oder als eigenständige Reporter und Autoren. BLANK braucht keine lauten Schlagzeilen, keine Paris Hilton; wir portraituren Talent, Geist und Zukunft.



GESELLSCHAFT UND POLITIK

In Zeiten von Finanzkrise, Klimakatastrophe und Terrorismus stehen traditionelle Werte und Systeme zur Disposition. In BLANK stellen wir sie vor, die neuen Vordenker und Macher, die Alternativen und Utopien. BLANK stellt die entscheidenden Fragen: Wer hat Macht? Was wird mit der Macht angestellt? Wer wird künftig Macht besitzen? Was tun und was denken LOHAS, wenn sie gerade nicht konsumieren?



LITERATUR

BLANK schafft Raum für junge Literatur. Schafft Zugang für eine potenzielle Leserschaft, die von Verlagen in einem hermetisch abgeriegelten Literaturbetrieb oftmals übergangen wird. Magazine beschränken sich auf kurze Rezensionen. So verpufft Neues, Innovatives und Wichtiges zu oft in Selbstreferenz der deutschen Feuilleton-Maschinerie. BLANK stellt deshalb regelmäßig neue und junge Autoren vor. In seiner regelmäßigen Kolumne traf Roman Libbertz bisher Autoren wie Sarah Kuttner, Benedict Wells oder Adam Davies.



BLANK

GESELLSCHAFT, DISKURS, DISKO

INHALT

FILM / BÜHNE / TV

Junge deutsche Schauspieler und Filmemacher erobern Hollywood. Aber auch der deutsche Film gewinnt durch eine neue Generation von Schauspielern und Filmschaffenden an Profil. Ebenso geht es dem deutschen Theater. In BLANK ist der Leser hautnah dabei und lernt die Protagonisten, mit einem menschlichen, unaufgeregten Zugang kennen. BLANK begleitet sie auf ihren Wegen durch Boulevard und Business und abseits des roten Teppichs. In BLANK kommen sie zu Wort. BLANK testet ihre Starqualitäten.



MUSIK

Ohne MySpace geht heute nichts mehr? Ohne Majors ging noch nie was? Analog ist tot und digital „das Ding“? Wir holen Bytes und Pixel vom Netz zurück ins Heft und schauen nach, was sich dort tut, wo man „die Szene“ so schwammig verortet. Denn „Szene“ ist das, was du daraus machst und wir machen mit. Viel Deutschland, viel Mainstream, viel Indie. Karl Kraus sagt: „Wenn die Sonne der Kultur niedrig steht, werfen selbst Zwerge lange Schatten.“ BLANK sagt: „Alles eine Frage der Diskursethik.“ Was verkauft, wer seine Seele verkauft und wer alle für dumm verkauft? BLANK sagt es dir!



KUNST

Wenn selbst die Art Basel in Depression verfällt, die russische Oligarchen nicht mehr blind die Scheckbücher zücken, um für Millionen das Schöne zu shoppen und Neo Rauch trotz allem die Nummer eins der „jungen Deutschen“ ist, lohnt es sich, einmal genauer hinzuschauen, einen Blick unter das Label „Kunst“ zu werfen um auf Menschen wie Julius von Bismarck zu stoßen. Wirklichkeit nicht abbilden, sondern verändern. Junger Meese, Alte Meister, Neue Medienkunst – BLANK hat all das im Heft.



MODE

Mode, Stil, Trend und Tarnung. Garantiert unsere Garderobe ein spaßvolles Leben in Entfremdung? Ist männliche Mode stets schlicht und funktional, das Kleid der Frau zweckentfremdet und poetisch? Zwischen Klischees und Körperbild, Kulturkritik und Couture fürs Kind spürt BLANK die Dinge auf, die länger bleiben, die niemandem passen und die ihre Kunststücke außerhalb des Modezirkus vollführen.



REISE

In den Zeiten von Twitter, MySpace und Co. tut es dann und wann vielleicht auch mal gut, die Leute in Real Life kennen zu lernen, und wenn sie in Moskau, Belgrad oder auf Kuba sitzen, muss man sich vielleicht auch mal in den Flieger setzen oder das Schlauchboot aufblasen. Und abgesehen von der neuen Welt im Osten – dem touristisch noch nicht er- und verschlossenen Gebiet auf der Landkarte rechts von Deutschland – gibt es so manche Entdeckung zu verkünden: individuelle Surf-Reisen nach/in Costa Rica, Designhotels in tausend Farben und Variationen, Höhlenforschung galore!



GADGETS, TIPPS UND TESTS

BLANK macht Platz für Tipps, Trends, Must-Haves und No-Goes. Nützliches und Unnützes, technisch up-to-date oder einfach nur schön anzusehen. Die bunte Welt der Marken, Brands und Produkte.



BLANK

GESELLSCHAFT, DISKURS, DISKO

HEFT ZWEI

Der zweite Teil vom Heft ist eine Verbeugung vor dem klassischen Leseformat einer Literaturzeitung – aber eben von heute. Hier finden Autoren und Themen den Raum, den sie brauchen. Hier treffen Reportage und Realität auf Fiktion. Hier braucht es Lust und Zeit. HEFT ZWEI verschafft Diskurs und Literatur die volle Aufmerksamkeit.



HEFT ZWEI

■ THEMA

Wie glauben wir das Leben zu führen?

Das Anger nicht nur ein Gefühl, sondern ein Prozess, der sich über die Jahre hinweg entwickelt. Ich mag es, wenn ich mich selbst in der Handlung finde, wenn ich mich selbst in der Handlung finde, wenn ich mich selbst in der Handlung finde...

Es ist ein Prozess, der sich über die Jahre hinweg entwickelt. Ich mag es, wenn ich mich selbst in der Handlung finde, wenn ich mich selbst in der Handlung finde, wenn ich mich selbst in der Handlung finde...

Das ist ein Prozess, der sich über die Jahre hinweg entwickelt. Ich mag es, wenn ich mich selbst in der Handlung finde, wenn ich mich selbst in der Handlung finde, wenn ich mich selbst in der Handlung finde...

Das ist ein Prozess, der sich über die Jahre hinweg entwickelt. Ich mag es, wenn ich mich selbst in der Handlung finde, wenn ich mich selbst in der Handlung finde, wenn ich mich selbst in der Handlung finde...

BLANK

GESELLSCHAFT, DISKURS, DISKO

SONDERAUSGABEN

Zu bestimmten Events oder Anlässen erscheinen außer der Reihe BLANK Sonderausgaben. So z. B. ein 16-seitiges Sonderheft über den Modedesigner Kilian Kerner zur Mercedes-Benz Fashion Week 2009.

Werbekunden und Kooperationspartner können hier optimal und sehr themenspezifisch eingebunden werden.



BLANK SONDERAUSGABE

FACE YOUR MAGAZINE

KILIAN KERNER MACHT MODE
GUTE NACHT, DU WUNDERSCHÖNE(R)

KLEZ.E MACHEN MUSIK
VOM FEUER DER GABEN

ZUR AUSGABE IM JANUAR / FEBRUAR 2009 IN BERLIN

Bis zu diesem Zeitpunkt fehlte im deutschen Zeitschriftenmarkt ein Magazin, das es schafft, eine junge, kulturraffine und politisch interessierte Leserschaft zu begeistern. BLANK bietet kritischen Denkern, die gelangweilt sind von Ratgeberliteratur und Wellnessjournalismus, anspruchsvolle Unterhaltung, literarisches Lesevergnügen und Ausgangspunkte für kluge Debatten.

Kernzielgruppe für BLANK sind hoch gebildete Persönlichkeiten zwischen 15 und 45. Zwischen Disko und Diskurs, Pop und Politik, Arbeit und Aufbruch. Menschen, die nicht in den Schubladen von Berufsjugendlichen, Eltern oder Akademikern zur Ruhe gekommen sind. Diese Menschen eint ein gemeinsames Werteverständnis: Haltung, Wissen und Weitblick stecken den Rahmen für das Handeln unserer Leser.

Qualität und Nachhaltigkeit, Genuss und Verantwortung bestimmen die Konsumententscheidungen dieser Zielgruppe. BLANK-Leser informieren sich umfassend über alle Medienkanäle hinweg. Als Early Adopters bilden sie sich frühzeitig und durch persönliche Erfahrungen eine starke Meinung. Durch ihre exzellente Vernetzung in Off- und Online-Welt bieten unsere Leser Orientierung für andere Personen in ihrem Umfeld.

FORMAT: E-Paper

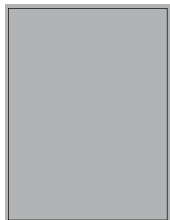
HEFTFORMAT: 210 mm breit x 280 mm hoch

ERSCHEINUNGSWEISE: 5 x im Jahr

Fast 40 Prozent der über 14-jährigen sind inzwischen auf Verlagswebsites unterwegs, was einer Zahl von mehr als 27 Millionen Unique Usern entspricht. Damit toppen Zeitungen und Zeitschriften in Sachen Reichweite sogar gut besuchte Portale wie eBay oder t-online. Bei den 14-29-Jährigen ist die Reichweite 2011 im Vergleich zum Vorjahr zudem noch um zehn Prozent auf 62,6 Prozent gestiegen. (Quelle: Bund Deutscher Zeitungsverleger/ IVW)

Das BLANK E-Paper erscheint auf unterschiedlichen Veröffentlichungsportalen und erreicht dort pro Ausgabe rund 40.000 Leser. Zusätzlich zur externen Veröffentlichung finden sich die Inhalte des Heftes auch auf www.blank-magazin.de. Diese Seite verzeichnet 47.000 Besucher/Monat (Stand: April 2012).

1/1 Seite
210 x 280 mm



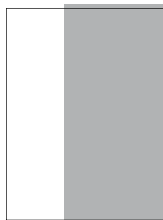
1.000,- Euro

Doppelseite
420 x 280 mm



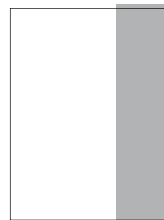
1.800,- Euro

2/3 hoch
131 x 280 mm



600,- Euro

1/3 hoch
68,5 x 280 mm



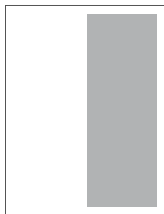
300,- Euro

1/2 quer
210 x 140 mm



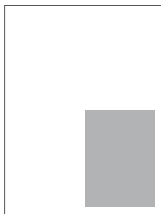
500,- Euro

1 Spalte hoch
74 x 215 mm



200,- Euro

1/2 Spalte hoch
74 x 108 mm



100,- Euro

HEFT ZWEI bildet die intellektuelle Speerspitze: Auf rosafarbenen Untergrund vom ersten Teil des Magazins abgesetzt, befindet sich am Ende einer jeden Ausgabe das HEFT ZWEI, in dem, auch in Zusammenarbeit mit Verlagen, exklusive Vorabdrucke neben exklusiven Texten renommierter und unbekannter Autoren zu finden sind. Für das Verabreden von Vorabdrucken wenden Sie sich bitte an: r.berger@blank-magazin.de

Satzspiegelanzeigen bieten wir ausschließlich in HEFT ZWEI und Kunden aus den Bereichen Literatur/ Hörbuch/ Kulturveranstaltung/ Indie-Labels an. Anzeigen nur in sw, ohne Beschnittzugabe.

Online auf www.blank-magazin.de
Skyscraper 160 x 600 Pixel



380,- Euro (für 14 Tage)

Gewinnspiele



380,- Euro (für 14 Tage)

TERMINE

Ausgaben 2012	EVT	AS	DU
1/2012	30.7.2012	23.07.2012	27.07.2012
2/2012	30.9.2012	24.09.2012	28.09.2012
3/2012	30.11.2012	23.11.2012	27.11.2012

ZIFFER 1 „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

ZIFFER 2 Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

ZIFFER 3 Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht. ZIFFER 4 Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist.

ZIFFER 5 Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

Ziffer 6 Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufzugeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

ZIFFER 7 Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

ZIFFER 8 Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgesetzten. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für die grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgesetzten, in den übrigen Fällen ist gegenüber Käufern die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehba-

ren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgeltes beschränkt. Reklamationen müssen außer bei nicht offensichtlichen Mängeln innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

ZIFFER 9 Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an lautenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

ZIFFER 10 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlungen verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses, das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

ZIFFER 11 Der Verlag liefert mit der Rechnung kostenfrei einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

ZIFFER 12 Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

ZIFFER 13 Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50 000 Exemplaren 20 v. H., bei einer Auflage bis zu 100 000 Exemplaren 15 v. H., bei einer Auflage bis zu 500 000 Exemplaren 10 v. H. beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

ZIFFER 14 Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

ZIFFER 15 Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Käufern, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Käufern, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes gelegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Ergänzende Geschäftsbedingungen des Verlages: Werbemittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des Verlages zu halten.

BLANK

GESELLSCHAFT, DISKURS, DISKO

KONTAKT

CHEFREDAKTEUR: Johannes Finke
j.finke@blank-magazin.de

MARKETING: Romy Berger
r.berger@blank-magazin.de

HERAUSGEBER: Berger & Finke GbR

POSTANSCHRIFT: BLANK
Postfach 02 10 02
10121 Berlin

RECHNUNGSANSCHRIFT: Berger & Finke GbR
Schmohlstr. 9
13086 Berlin

STEUERNUMMER: 34 / 225 / 53519

ZAHLUNGSBEDINGUNGEN: 10 Tage nach Rechnungseingang

INTERNET: www.blank-magazin.de