

BLAU - Mediadaten

2019



BLAU

NOVEMBER 2018
EIN KUNSTZEITUNG
Nr. 32



**EDWARD BURNE-JONES:
Die Tate Britain ehrt den
viktorianischen Superstar**

Anderes: Carl Andre to go, auf ein Bier
mit Camille Paglia, die Marxschen
Hilfskonzepte in München sowie
100 Jahre Futurismusausstellung



Nr. 5, gültig ab 01.01.2019



Cornelius Tittel

Chefredakteur BLAU

” BLAU ist auf seine ganz eigene Art radikal, konsequent und modern. Weil es eben gerade nicht so hysterisch ist, nicht immer alles nur krampfhaft neu machen möchte.“

BLAU – das zeigen die euphorischen Rückmeldungen unserer Leserinnen und Leser – erreicht Kunstexperten und Sammler genauso wie ein breites, kulturinteressiertes Publikum. Sie alle schätzen die Tiefe der Texte und die Qualität ihrer Sprache.

Gefeierte Schriftsteller wie Florian Illies und Martin Mosebach oder führende Kunstkritiker und Essayisten wie Beat Wyss, Wolfgang Büscher oder Dirk Schümer – sie alle machen die Lektüre von BLAU zu einem intellektuellen Vergnügen.

Klasse, Eleganz, Wertigkeit strahlt auch das BLAU-Design des preisgekrönten Art Directors Mike Meiré aus.

BLAU Das Heft

- ◆ Exklusivität und Opulenz eines stilprägenden Magazins gepaart mit der Autorität einer traditionsreichen Tageszeitung wie DIE WELT
- ◆ Auflagenstärkste und relevanteste Publikation im deutschsprachigen Raum



- ◆ Über die Ikonen der zeitgenössischen Kunst, aber auch die Sammler und Macher im Hintergrund, bis hin zu alten Meistern und zu Unrecht vergessenen Künstlern.
- ◆ Ausgabe für Ausgabe nimmt BLAU die Leser mit in die Ateliers der wichtigsten Künstlerinnen und Künstler unserer Zeit.

BLAU Die Redaktion



Cornelius Tittel
Chefredakteur

Swantje Karich
Stellvertretende Chefredakteurin

Helen Speitler
Managing Editor

Mike Meiré
Art Director

Hans-Joachim Müller
Textchef

Elena Schlöndorff
Redaktionsassistentin

Gesine Borchardt
Redakteurin

Isolde Berger
Bildredakteurin

Relevanz von Kunst

Das öffentliche Interesse an Museen und Ausstellungen ist ungebrochen:



- ◆ 112 Mio. Museumsbesuche in 2016
- ◆ 6 Mio. Besuche in Ausstellungshäusern
- ◆ 31 Mio. Deutsche besuchen regelmäßig Museen

Kunst sammeln ist 2016 auf Platz 1 der liebsten Steckenpferde europäischer Millionäre:



- ◆ Multimillionäre legen 6% ihres Vermögens in Sammlungen an.
- ◆ Schon die junge Käuferschicht ist bereit zwischen 2.000 € und 8.000 € für Kunst auszugeben.



BLAU Exklusive Events

- ◆ Wir realisieren exklusive Events zu einem gemeinsam definierten Thema
- ◆ Extravagante Location: Ehemalige Wohnung von Axel Springer, heutige BLAU Redaktion am „Ku´damm“ in Berlin
- ◆ Einladung im Namen des Kunden & BLAU an attraktive Zielgruppe; Gäste aus Kunst- und Kulturszene
- ◆ Individuelle Kommunikations-Maßnahmen für Ihre Marke

Termine 2019

Edition	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss*	DU-Schluss	Ausgabe
BLAU Nr. 34	23.02.19	29.01.19	07.02.19	#1 2019
BLAU Nr. 35	13.04.19	19.03.19	28.03.19	#2 2019
BLAU Nr. 36	01.06.19	07.05.19	16.05.19	#3 2019
BLAU Nr. 37	14.09.19	20.08.19	29.08.19	#4 2019
BLAU Nr. 38	19.10.19	24.09.19	02.10.19	#5 2019
BLAU Nr. 39	30.11.19	05.11.19	14.11.19	#6 2019

BLAU erscheint als Magazin in der Aboauflage der WELT am Samstag und darüber hinaus als Monatstitel eigenständig am Kiosk.

Anmerkung: Termine vorbehaltlich Änderungen

*Vorgezogener Anzeigenschluss für Vorzugsplatzierungen liegt 4 Wochen vor Anzeigenschluss.

BLAU Premiumumfelder

BLAU bietet exklusive Umfeldplatzierungen

UM DIE ECKE LOS ANGELES, SILVER LAKE. Jede Stadt hat ihre Mikrokosmen, wir stellen sie vor. In L.A. spazieren wir durch die kleinen Oasen von Silver Lake, trinken vegane Shushies und lassen uns von Nachbarn und ihren Hunden mit Liebe überschütten.

UM DIE ECKE NAPOLI, CENTRO STORICO. Jede Stadt hat ihre Mikrokosmen, wir stellen sie vor. In Neapel besuchen wir die Toten, kosten Veau-kuchen und raten Rätsel mit einem Zahlenzauberei.

BLITZSCHLAG 'ICH WAR WIE VERSTEINERT'. Es ist ein Augenblick der Gewissheit: Dieses Kunstwerk trifft mich im Kern. Angela Missoni über zwei Totemfiguren von Roger Selden, die sie seit vier Jahrzehnten begleiten.

BLITZSCHLAG DIESE WAFFE BEWEGT MICH. Es ist ein Augenblick der Gewissheit: Dieses Kunstwerk trifft mich im Kern. David Lynch über die außergewöhnliche Schönheit der Broening Automatic Water-Cooled Submachine Gun.

Um die Ecke In jeder Ausgabe nimmt BLAU seine Leser mit und berichtet über eine ganz besondere Ecke der Welt.

Blitzschlag Besondere Persönlichkeiten sprechen in jeder Ausgabe über die von Ihnen ausgewählten Kunstwerke.

Anzeigenformate & Preise

2019

Größe	Anzeigenformat	Preise für Anzeigen
in Seitenteilen	Breite × Höhe	EUR
2/1 Seite	466 × 280 mm	44.850,-
1/1 Seite	233 × 280 mm	25.500,-
2/3 Seite	130 × 266 mm	19.200,-
1/2 Seite (hoch / quer)	98 × 266 mm / 216 × 128 mm	14.950,-
1/3 Seite (hoch)	65 × 266 mm	9.850,-
Vorzugsplatzierungen		
Opening Spread	2. Umschlagsseite und Seite 3	52.300,-
Cover-Gatefold	4-seitig	111.400,- zzgl. techn. Kosten
Against Editorial	Linke Seite neben „Auftakt“	27.750,-
Facing Table of Content 1 (FTC)	Seite neben Inhalt	27.050,-
Facing Table of Content 2 (FTC II)	Seite neben Inhalt II	26.650,-
Umschlagsseite	4. Umschlagsseite (OBC)	33.300,-
Innenseiten	1. Doppelseite	49.050,-
	2. Doppelseite	46.150,-

Ad Specials & Preise

2019

Beihefter	Formate	Preise pro angefangene Tsd. Exempl. **
	Breite × Höhe	€
Bis 2 Seiten	Max 233 mm × 280 mm	88,-
4 Seiten	Max 233 mm × 280 mm	101,-
8 Seiten	Max 233 mm × 280 mm	112,-
Beikleber		
Postkarte	105 mm × 148 mm	83,-
Warenprobe/ Scent Seal	Min 55 mm × 75 mm	96,-
Booklet	Min 55 mm × 75 mm	96,-
Beilage		
Bis 20g	Max 213 mm × 260 mm	101,-
Bis 30g	Max 213 mm × 260 mm	106,-
Bis 40g	Max 213 mm × 260 mm	112,-

15 % Agenturprovision bei Buchung über eine von uns anerkannte Agentur. Rabatte werden bei Ad Specials-Buchungen nicht gewährt.

Ad Specials-Aufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines verbindlichen Musters des Ad Specials und dessen Rückbestätigung bindend.

Ggf. zzgl. technische Kosten.

Keine regionale Belegung möglich, nur in der Gesamtauflage buchbar.

BLAU Kennzahlen

Erscheinungsweise	6 Ausgaben im Jahr 2019 (Samstags in der Abo Auflage von DIE WELT* sowie eigenständig am Kiosk)
Copypreis	Kiosk: 6,00 EUR
Druckauflage ges.	mind. 100.000 Exemplare
Welt Print Werktag	67. 223 Exemplare (IVW Q IIII 2018)

Soziodemografie DIE WELT/BLAU Gesamtbevölkerung

Geschlecht

Männer	64%	49%
Frauen	36%	51%

Altersgruppen

20 - 39 Jahre	34%	28%
40 - 59 Jahre	37%	35%
60 Jahre und älter	23%	31%

Bildung und Haushaltsnettoeinkommen

Studium	38%	16%
3.000 Euro und mehr	54%	37%

Technische Daten 2019

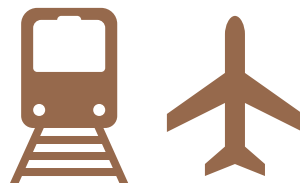
Format	B 233 mm × H 280 mm
Druckverfahren	Umschlag: Bogenoffset Inhalt: Rollenoffset
Papier	Umschlag: 200 g/m2 Profimatt Inhalt: 90 g/m2 SCA Graphosilk
Verarbeitung	Bundleimung (Bunddopplung 3 mm je Seite, bei Doppelseiten 6 mm insgesamt)
Auflösung	300 dpi
Beschnitt	5 mm umlaufend (6 mm Zugabe bei Doppelseiten)
Farbprofil	Umschlag: ISO Coated v2 Inhalt: ICC-Profil (PSO LWC Improved – Fogra 45L)
Farben	Eurofarben 4/4
Daten	High-End-PDF mit Formatmarken
Lieferadresse DU	Apdtp-berlin@axelspringer.de
Lieferadresse Proofs	AdMedia-Pool Herstellung & Logistik WELT-Gruppe Axel Springer SE Axel-Springer-Straße 65 10888 Berlin

Supplement-Strategie BLAU

Vertriebswege



- ◆ BLAU hat sich als Supplement in DIE WELT mit seiner einzigartigen Annäherung an Themen aus Kunst und Kultur fest etabliert. DIE WELT-Abonnenten erhalten BLAU als zusätzliches Magazinangebot zur Zeitung.



- ◆ Der Ausbau als eigenständiges Kunstmagazin am Kiosk war der konsequente nächste Schritt. In 2018 startete BLAU bundesweit und flächendeckend im hochfrequentierten Einzelhandel.



- ◆ Das individuelle BLAU Vertriebsnetz bestehend aus Museumsshops, Concept Stores und kunstaffinen Buchläden komplettiert die vielschichtige Abverkaufsstrategie.

BLAU wird als eigenständiges Magazin im direkten Umfeld der exklusiven Zielgruppe sichtbar und erreicht über alle drei Vertriebs Säulen noch mehr aktive Leser.

media impact

Kontakt

Media Impact GmbH & Co. KG
Axel-Springer-Straße 65
10888 Berlin

Publisher BLAU

Michael Sandvoss
 General Manager Luxury Sales
 Tel.: (089) 743 2596 490
 michael.sandvoss@mediaimpact.de

Marketing Manager

Francesca Falk
 Tel.: (030) 2591 72993
 francesca.falk@mediaimpact.de

Luxury Sales

Kathleen Schwieze
 Deputy Director Luxury
 General Manager Luxury Sales
 Tel.: (089) 743 2596 473
 kathleen.schwieze@mediaimpact.de

Christine Malecki
 Senior Sales Manager Luxury
 Tel.: (089) 743 2596 483
 christine.malecki@mediaimpact.de

Liliana Jaar Garcia
 Sales Manager Luxury
 Tel.: (089) 743 2596 482
 liliana.jaar-garcia@mediaimpact.de

Region Nord Nielsen I

Christopher Tyziak
 Tel.: (040) 347 273-05
 christopher.tyziak@mediaimpact.de

Region Mitte Nielsen IIIa

Marcus Brendel
 Tel.: (0160) 98 77 2494
 marcus.brendel@mediaimpact.de

Stefan Jung
 Tel.: (069) 962385 45
 stefan.jung@mediaimpact.de

Region West Nielsen II

Marcus Brendel
 Tel.: (0160) 98 77 2494
 marcus.brendel@mediaimpact.de

Region Ost Nielsen V bis VII

Leonie Reinicke
 Tel.: (030) 259 1730-93
 Leonie.reinicke@mediaimpact.de

Region Süd/Süd-West Nielsen IIIb, IV

Sebastian Prah
 Tel.: (089) 743 259 64-91
 sebastian.prahl@mediaimpact.de