

WES

Mediakit 2009



PREISE & SPECS

ANZEIGEN- PREISE	Deutschland/ Frankreich/ Italien/ Spanien	U.K.	Skandi- navien/ Benelux	Österreich	U.S.A.	Kanada	Australien & Neuseeland	Japan
	4. Umschlagseite	€14.400	£8.500	€12.500	€ 5.800	\$19.058	\$15.400 CAN	\$7.146 AUD
2. Umschlagseite DS	€15.300	£8.750	€13.300	€ 7.100	\$18.433	\$15.520 CAN	\$9.044 AUD	¥1.600.000
3. Umschlagseite	€ 8.200	£5.000	€7.150	€ 4.500	\$12.853	\$ 9.955 CAN	\$4.940 AUD	¥1.000.000
Doppelseite	€10.950	£7.500	€9.500	€ 5.400	\$15.873	\$13.200 CAN	\$6.460 AUD	¥1.200.000
Einzelseite	€ 6.350	£4.000	€5.500	€ 3.500	\$ 9.520	\$ 7.700 CAN	\$3.800 AUD	¥ 700.000
1/2 Seite	€ 3.450	£2.200	€3.000	€ 1.800	\$ 4.856	\$ 4.950 CAN	\$2.280 AUD	¥ 380.000
1/4 Seite	€ 1.900	£1.150	€1.650	€ 1.200	\$ 3.427	\$ 2.750 CAN	\$1.368 AUD	¥ 200.000

PREISE GÜLTIG 2009

(35% RABATT AUF WELTWEITE SCHALTUNGEN)

DEADLINES

ISSUE	STREET DATE	BOOKING DEADLINE	ARTWORK DEADLINE	TRADE SHOW EXPOSURE
JANUAR 09 (V4N12)	15/12/08	01/12/08	02/12/08	-
FEBRUAR 09 (V5N1)	19/01/09	05/01/09	06/01/09	BBB, Bright
MÄRZ 09 (V5N2)	16/02/09	02/02/09	03/02/09	-
APRIL 09 (V5N3)	16/03/09	02/03/09	03/03/09	-
MAI 09 (V5N4)	14/04/09	30/03/09	31/03/09	-
JUNI 09 (V5N5)	18/05/09	04/05/09	05/05/09	-
JULI 09 (V5N6)	15/06/09	01/06/09	02/06/09	-
AUGUST 09 (V5N7) PHOTO	30/06/09	18/06/09	19/06/09	BBB, Bright
SEPTEMBER 09 (V5N8)	17/08/09	03/08/09	04/08/09	-
OKTOBER 09 (V5N9)	14/09/09	31/08/09	01/09/09	-
NOVEMBER 09 (V5N10)	12/10/09	28/09/09	29/09/09	-
DEZEMBER 09 (V5N11)	16/11/09	02/11/09	03/11/09	-
JANUAR 10 (V5N12)	14/12/09	30/11/09	01/12/09	-
FESTIVAL GUIDE	30/04/09	09/04/09	10/04/09	-
BERLIN GUIDE 2009	22/06/09	04/06/09	05/06/09	-
STUDENT GUIDE	21/09/09	03/09/09	04/09/09	-

DISCOUNTS

SCHALTUNG	RABATT
4X	10%
8X	12,5%
12X	15%

FORMATE

ENDFORMAT DOPPELSEITE.....426x276 mm
SATZSPIEGEL.....394x257 mm

Bedingt durch die Klebebindung kann es bei Doppelseiten über den Bund zu Versatz zwischen den Motivteilen kommen. Darum empfehlen wir eine Bundoopplung von 3 mm pro Seite.

ENDFORMAT EINZELSEITE.....213x276 mm
SATZSPIEGEL.....203x257 mm

NUR DOPPEL- UND EINZELSEITE:
*Beschnittzugabe an allen Seiten = 3 mm
Mindestabstand für Schriften und Bildelemente zum Beschnitt wegen Anschnittgefäbr = 8 mm*

1/2 SEITE HORIZONTAL.....197 x 124 mm

1/2 SEITE VERTIKAL.....95 x 257 mm

1/4 SEITE.....95 x 124 mm

WIE UND WOHN

Offene Daten: Quark oder Indesign

Bilddaten: Illustrator mit Schriften in Pfade umgewandelt oder Photoshop Tif.

PDF: Akzeptieren wir NUR entsprechend unseren Joboptionen (siehe rechts).

Bis zu 10MB an ads@viceland.de mailen.

Größere Daten auf unseren Server laden:

www.viceland.com/germanyupload

User: germanyupload

Passwort: de2006

Verzeichnis: ads

Daten sinnvoll benennen (Kunde/Issue) und nach erfolgreichem Upload eine Info-Mail an ads@viceland.de schicken!

GRAFIKEN

CMYK, keine Vollton-/Sonderfarben, 300 dpi, Strichbilder mind. 1200 dpi

Profil für Umschlag: Iso-Coated, Profil für Inhalt: Iso-Webcoated

Profile und Distiller-Joboptionen unter: www.viceland.com/germany/job.zip

Keine Haftung für Abweichungen im Toleranzbereich der Druckverfahren.

SONDERWERBEFORMEN

Informationen zu Beilegern, Beiheftern, Beiklebern und ähnlichem im Magazin sind auf Anfrage verfügbar. Verbindliche Muster sind unbedingt erforderlich.

Produktions-Kontakt

VICE

Produktion, Bennjamin Pollach

Brunnenstr. 196, 10119 Berlin

Tel: +49 30 4005449-26, Fax: +49 30 4005449-20

E-Mail: bennip@viceland.de

PRESSE

„Man weiß gar nicht, wofür man das *Vice* Magazine zuerst loben soll ...“

–**FAS**

„Make way for the new honesty.“

–**Observer Magazine**

„Berufsjugendliche lieben es.“

–**Welt am Sonntag**

„Sie erobern mit ihrem rotzgelben Magazin die Welt.“

–**de:bug**

„It's so authentisch.“

–**TAZ**

„[Among the] biggest brand success stories of the year.“

–**Advertising Age**

„Glanzvoller ist Trash-Journalismus kaum denkbar.“

–**Berliner Zeitung**

„Vice is so cool - in a way MTV would love to be.“

–**CNN**

„Scurrilious ... the hottest magazine.“

–**NME**

„[A] hipper than-thou alternamag with dreams of world domination.“

–**The New Yorker**

„Vice is the rarest of beasts—a success story in the cut-throat style magazine sector.“

–**Media Guardian**

„Probably the best youth culture mag in the world.“

–**New York Press**

„Die *Vice*-Macher gelten als größte Experten in coolen Geschmacklosigkeiten.“

–**Süddeutsche Zeitung**

„Often so far and away the funniest print publication in the world that it's sort of embarrassing to compare anything else with it. The *Vice* zeitgeist is hard to define, but you know it when you see it.“

–**Business Week**

“Vice magazine has built a small empire out of a raw, ironic sensibility, risqué photographs, and a willingness to deal in taboo subjects.”

–**New York Times**

“Vice is the most eclectic - and influential magazine of the decade.”

–**The British Journal of Photography**

“It's [*Vice*] take no prisoners approach has captured the imagination of what marketing people call 'trendsetting metropolitans' aged 21 - 34. The Cassandra Report, the influential consumer guide, named the magazine the number-one tastemaker in this crucial demographic for the past five years.”

–**The Guardian**

ADC GOLD 2008 FÜR ZEIT-SCHRIFTENGESTALTUNG

TESTIMONIALS

„The most arrogant people I've ever met. I want to be in business with them.“

–**Van Toffler, President, MTV**

„Die Konventionen so genannter „Trend-Magazine“ weitestgehend ignorierend, hat sich *Vice*—nicht zuletzt auch aufgrund seiner Distributionskultur—sein Standing als eine der progressivsten Publikationen und somit ernstzunehmende Kommunikationsplattform für die extrem kritische, urbane Audience erkämpft. Die entsprechende Werbestrategie vorausgesetzt, empfiehlt sich eine nähere Betrachtung.“

–**Till Buchner,
Senior Media Planner,
OMD**

„Vice is fucking cool.“

–**Gwen Stefani**

„VICE überrascht und überzeugt eine Zielgruppe, die Faker und Bemühte ignoriert und dank Internet auch abstrafte. Wer Lovemarks, also Marken zu denen man unerschütterlich loyal ist, aufbauen möchte, sollte sich nicht nur mit dem Magazin, sondern auch mit den Vernetzungsmöglichkeiten zwischen Print, Online und Event beschäftigen. Der Lohn? Authentisch-echte Kontaktpunkte in das Leben der jungen Zielgruppe hinein. Nur VICE schafft das!“

–**Tim Alexander, International
Account Director, Saatchi & Saatchi**

„Gratuliere. Endlich mal wieder ein streitbares und herausforderndes Printmedium.“

Die Perversionen der Popkultur im Rückwärtssalto: Das mag einigen nicht so gut gefallen, birgt aber eine große, wenn auch manchmal schmerzhaft Wahrheit.“

–**Michael Müller
Geschäftsführer, Krauts PR**

„It's dope.“

–**Jay-Z**

„Vice is our *Vanity Fair*.“

–**Iris Alonzo, Creative Director,
Americam Apparel**

VICE KONTAKTE

Benjamin Ruth
benjamin@viceland.de
+49 30 4005449-21

Julia Hofbauer
julia@viceland.de
+49 30 4005449-18

Benny Eichelmann
benny@viceland.de
+49 30 4005449-25

Carsten Kritscher
carsten@viceland.de
+49 30 4005449-14