

# Die Epilog

Zeitschrift zur  
Gegenwartskultur

»Denken statt Blättern.«

— *BR*

»Facebook und Foucault? Klar gibt es  
da eine Verbindung.«

— *Zeit Online*

»Ganz spannend, was da kommen wird!«

— *Deutschlandfunk*

»Zweimal um die Ecke denken.«

— *MOZ*



»Über 100 Seiten sehr hochwertig bedrucktes Papier  
mit sehr hochwertigen Texten drauf.«

— *WDR 3*

»Mal keine Angst vor dem großen Wandel haben.  
Das klingt verlockend.«

— *Voll auf die Presse*

# Inhaltsübersicht

Seite 3	Kurz und knackig
Seite 4	Profil und Inhalte
Seite 5	Die-Epilog-Leser*innen
Seite 7	Aktuelle Ausgabe: Zärtlichkeit
Seite 8	Anzeigenformate und -preise
Seite 9	Technische Daten
Seite 11	Kontakt
Seite 12	Allgemeine Geschäftsbedingungen für Werbeaufträge in Die Epilog





# Kurz und knackig

## Die Epilog ist:

- 2012 an der Bauhaus-Universität Weimar gegründet worden
- feste Größe der Independent-Magazin-Szene
- seit 2019 mit Die Epilog e.V. auch über das Blattmachen hinaus in der deutschsprachigen Kulturszene fest verankert
- aktiv auf Festivals, Lesungen und mit eigens konzipierten Veranstaltungsformaten

## Die Epilog erscheint:

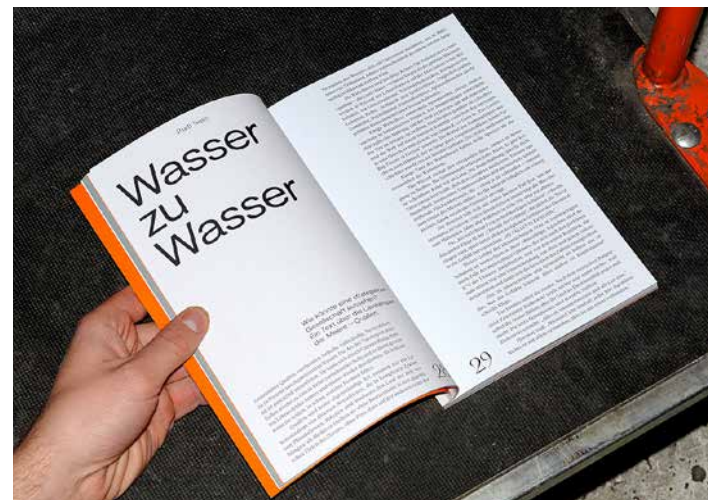
- am 29.04.2020 (DU: 20.03.2020)
- mit einer Auflage von 5.500 Exemplaren
- zum Copypreis von 10 Euro
- auf 128 Seiten
- im Format 175 x 270 mm
- in richtungsweisender Gestaltung und qualitätsbewusstem Druck

## Die Epilog ist erhältlich:

- bundesweit und im deutschsprachigen Ausland
- in Bahnhofsbuchhandlungen und überall, wo es gute Zeitschriften gibt
- im Pressegroßhandel von Großstädten sowie kulturellen und wissenschaftlichen Zentren
- an ausgewählten Sonderverkaufsstellen
- bei themenbezogenen Veranstaltungen und Messen, u. a.:

*It's A Book Leipzig, Leipziger Buchmesse,  
Miss Read Berlin, Torstraßenfestival,  
Indiecon Hamburg, Frankfurter Buchmesse*

# Profil und Inhalte



Keine Zeit für die Krise.

Nie hat sich unsere Gesellschaft so schnell gewandelt wie heute. Wer den Überblick behalten will, fürchtet keine Brüche, sucht nicht nach Kontinuität, sondern nach Veränderung.

So wie Die Epilog.

Einmal im Jahr wirft sie einen Blick auf den großen Wandel in Alltag und Gesellschaft. In Interviews, Reportagen, Essays und kurzen Theorieschnipseln nimmt sie die Fäden der Veränderung auf und verbindet sie zu einer konsistenten und optimistischen Perspektive auf den Gesellschaftswandel.

Statt auf aufklärerischen Pathos setzt sie dabei auf skurrile und alltägliche Phänomene, die fast unbemerkt übergreifende Veränderungen prägen und widerspiegeln.

# Die-Epilog-Leser\*innen

Die Epilog richtet sich an junge Menschen im Wandel, die sich mit der stetigen Veränderung arrangieren. Umbrüche und Unübersichtlichkeit empfinden sie jedoch nicht als Bedrohung, sondern als Chance für ungehemmte **Experimentierfreude und Individualisierung**.

Unsere Leser\*innen sind reflektiert und verantwortungsbewusst, ohne jedoch über diese Eigenschaften ihren Lebensinhalt definieren zu wollen. Wichtiger ist ihnen der **Unterhaltungswert** kultureller und gesellschaftlicher **Bildung**. An ihre persönliche Umgebung stellen sie erhebliche **qualitative und ästhetische Ansprüche**. Dabei stehen sie als *early adopter* **Neuerungen in Kultur und Lifestyle** besonders affirmativ gegenüber.

Das Sinus-Institut fasst unsere Leser\*innen im Milieu der **Expeditiven** zusammen. In der Sinus-Studie von 2018 heißt es zu dieser Gesellschaftsgruppe:

**»Die ambitionierte kreative Avantgarde: Transnationale Trendsetter – mental, kulturell und geografisch mobil; online und offline vernetzt; nonkonformistisch und immer auf der Suche nach neuen Grenzen und nach neuen Lösungen.«**

Als Prototypen einer wissensbasierten Ökonomie siedeln sich die Expeditiven in der **mittleren und oberen Mittelschicht sowie der Oberschicht** an.

Unsere Leser\*innen sind ein junges, neugieriges Publikum, das sich von **Innovation und Kreativität** begeistern lässt. Die Offenheit für neue Erfahrungen verbindet es mit einem hohen Sendungsbewusstsein; bei uns erreichen Sie **Trendsetter\*innen und Multiplikator\*innen**. Denn Die Epilog bietet ihren Leser\*innen gleichermaßen **Genuss wie Qualität** — ein optimaler Kontext für hochwertige Produkte und anspruchsvolle Veranstaltungen.



# Die-Epilog-Leser\*innen

## Bildung



## Kultur



## Lifestyle



## Unsere Leser\*innen sind:\*

- 18–36 Jahre alt
- 53 % weiblich, 47 % männlich
- bildungsaffin und kulturinteressiert
- experimentierfreudig
- urban und weltoffen
- stilbewusst und individualistisch

## Unsere Anzeigenkunden:



\* Basierend auf einer Auswertung der Social-Media-Daten von etwa 6.500 Die-Epilog-Leser\*innen.



# Aktuelle Ausgabe



**Ausgabe 9 (ET: 29.04.2020, AS: 28.02.2020)**

## **Thema: Zärtlichkeit**

Die Epilog Nr. 9 lädt zu auf dem Teppich liegen, streicheln und Schokolade schmelzen: Während sich die Fronten der gesellschaftlichen und politischen Realitäten verhärten, Mauern hochgezogen werden und die Mitte fast geschlossen nach rechts wandert, erkunden wir die Nischen der Zärtlichkeit.

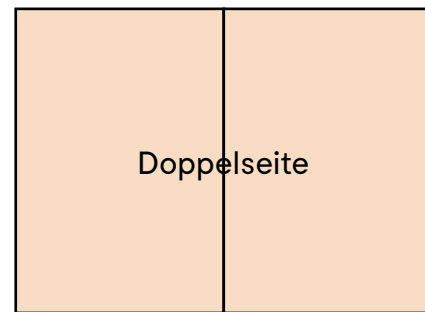
Wird Die Epilog jetzt etwa hygge? Nein, ganz sicher nicht. Wir entdecken Zärtlichkeit nicht als Rückzug, sondern als politische Strategie. Kann Zärtlichkeit den Diskurs, aber auch konkret unsere Körper und unser Verhältnis zu den Menschen um uns neu ordnen? Welches widerständische Potenzial hat Nähe? Welches wird unser Wir? Die Epilog

erkundet Soft Power und Radical Softness, fragt nach dem Lebensgefühl der Generation Zartbitter und findet Liebe an hoffnungslosen Orten. Sie sucht nach der Rückseite von Self-Care und nach der Zärtlichkeit im BDSM.

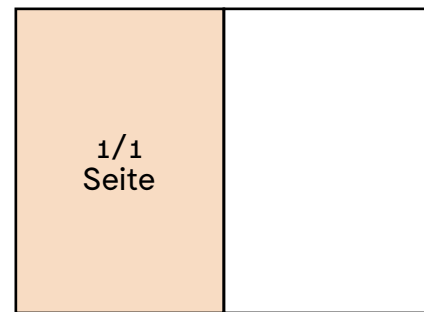
Die Epilog ist eine Zeitschrift des Unterlaufens: Unser Aufruf ist nicht Make Love, Not War, sondern die Frage, ob Kriege Liebe machen können. Ist die Zartheit nicht vielleicht zu lange zur natürlichen Begleiterin der Fragilität erklärt worden, und ist es nicht Zeit für neue Momente: eine offensive Zärtlichkeit, die ihre Gegensätze mitdenkt und transzendiert, Dichotomien überwindet? Wir liegen auf dem Teppich und erkunden die Flusen. Bis Mai 2020: Dann kuscheln wir auf.

# Formate und Preise

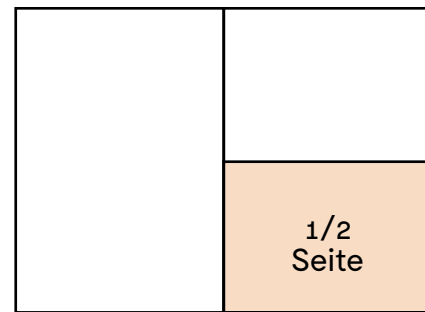
350 x 270 mm



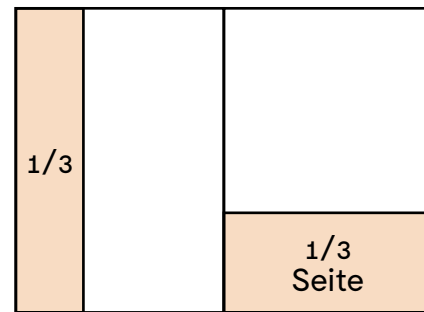
175 x 270 mm



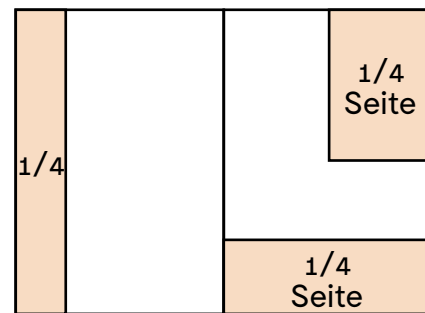
175 x 135 mm



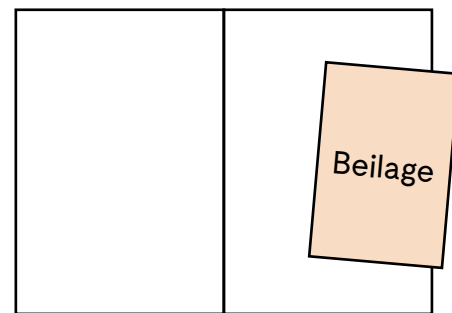
58 x 270 mm  
175 x 90 mm



43,5 x 270 mm  
175 x 67,5 mm 87,5 x 135 mm



Max. 150 x 225 mm



## Preise

- 1/1 Seite 2.250,-
- U2 oder U3 2.700,-
- U4 2.950,-
- Doppelseite 3.900,-
- Doppelseite vor Editorial 4.900,-
- 1/2 Seite 1.350,-
- 1/3 Seite 900,-
- 1/4 Seite 680,-
- Beilagen pro 1.000 190,-

## Rabatte

- Kultursonderpreis 15 %
- Agenturprovision\* 15 %
- Zwei Frequenzen 5 %

## Newsletter

- Banner-Anzeige (Format 600 x 270 Pixel, einmalig zum Release) 100,-
- Kooperationspartner (4x im Jahr) *auf Anfrage*

Alle Preise verstehen sich in € und zzgl. gesetzlicher MwSt.

\* Für eingetragene Mediaagenturen.



# Technische Daten

## Termine

- DU: 20.03.2020
- ET: 29.04.2020

## Format

- Heftformat: 175 mm × 270 mm
- 3 mm Beschnittzugabe, keine Schnittmarken

## Farbprofil

- Innenseiten: PSO Uncoated ISO 12647 (ECI)
- Umschlag: ISO Coated v2 300% (ECI)

## Bindung

- Klebebindung
- *Hinweis:* Durch die Bindung werden ca. 4 mm am Bund optisch verdeckt

## Datenformat

- Dateien im PDF-/X-3-Standard
- Einbettung aller Schriften (als Pfade) und Bilder
- Bildauflösung mindestens 300 dpi
- Farbbilder im CMYK-Modus, keine Sonderfarben
- Keine DCS-Codierung
- Doppelseitige Anzeigen als Einzelseiten im PDF anlegen

## Datenübertragung

- Per E-Mail oder Downloadlink an:  
*gestaltung@die-epilog.de*
- Mitlieferung eines farbverbindlichen Proofs (Euroskala) an:  
*Die Epilog e. V., Zossener Str. 47, 10961 B*

# Technische Daten

## **Anmerkungen**

Ein Rücktritt ist nur schriftlich bis zum Anzeigenschluss möglich. Wir bemühen uns um die exakte Wiedergabe Ihrer Anzeige.

Bedingt durch das Druckverfahren können jedoch geringe Farb- und Tonabweichungen vorkommen.

Die Druckunterlagen gehen in das Eigentum des Verlags über und werden nicht zurückgeschickt.

Bei Anlieferung fehlerhafter oder nicht den oben genannten Angaben entsprechender Druckunterlagen können Reklamationen vom Verlag nicht anerkannt werden.

Es gelten die AGB für Werbeaufträge in Die Epilog.

# Kontakt

**Die Epilog e. V.**

Zossener Str. 47

10961 Berlin

[www.die-epilog.de](http://www.die-epilog.de)

**Geschäftsführung:**

Lisa Dreier

[dreier@die-epilog.de](mailto:dreier@die-epilog.de)

+49 (0) 176 / 31 63 15 44

**Ansprechpartnerinnen Media:**

Verena Mühlegger

[muehlegger@die-epilog.de](mailto:muehlegger@die-epilog.de)

+49 (0) 177 / 34 52 80 0

Friederike Schneider

[schneider@die-epilog.de](mailto:schneider@die-epilog.de)

+49 (0) 176 / 67 07 46 43





# Allgemeine Geschäftsbedingungen für Werbeaufträge in Die Epilog

§ 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.

§ 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 § 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

§ 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.

§ 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.

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

§ 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 aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters 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.

§ 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.

§ 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 Erfüllungsgehilfen. 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 Erfüllungsgehilfen, in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren 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.

§ 9 Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist 14 Tage nach Zugang zur Zahlung fällig, sofern sich ein anderer Zahlungstermin nicht aus einer abweichenden schriftlichen Vereinbarung der Parteien ergibt.

§ 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 offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

§ 11 Der Verlag liefert mit der Rechnung kostenfrei bis zu drei Anzeigenbelege. Je nach Art und Umfang des Auftrages 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.

§ 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.

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

§ 14 Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, 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-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss 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. Vom Verlag gewährte Mittlervergütung darf weder ganz noch teilweise an die Auftraggeber weitergegeben werden.