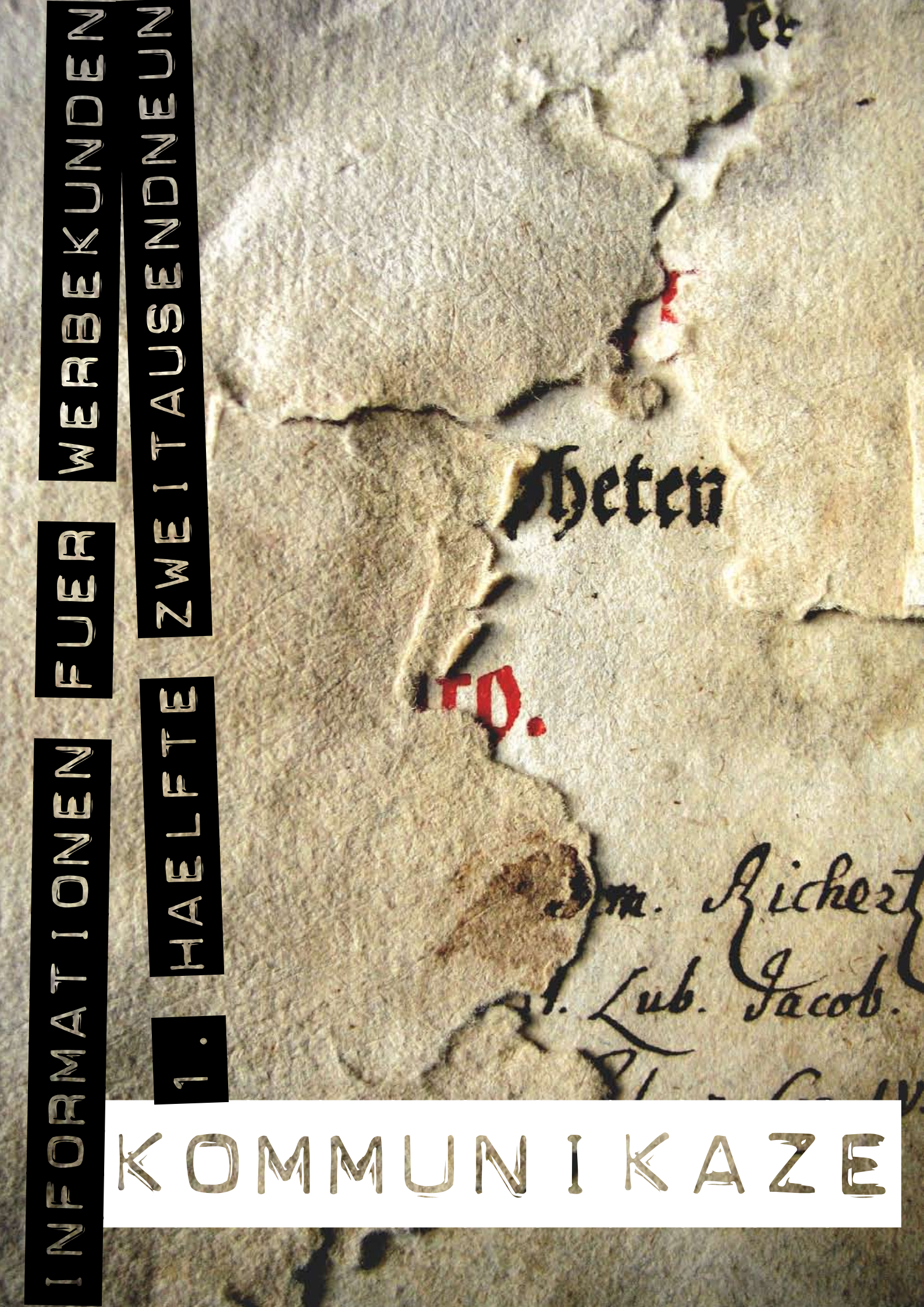

1. HAELFTE ZWEITAUSENDNEUN

INFORMATIONEN FUER WERBEKUNDEN

KOMMUNIKAZE

„Am nächsten Morgen dann ein Anruf von Christoph Schlingensief: Er hat meinen Auftritt verfolgt und fragt an, ob ich für sein nächstes „Projekt" zur Verfügung stehe – gegen Bezahlung, versteht sich. Grundorfs Schulden wollen getilgt sein, und so sage ich nach einer spontanen Redaktionskonferenz zu – unter der Bedingung, dass ich nicht als Hitler verkleidet mit einem riesigen Stofftier auf den Rücken geschnallt vor der deutschen Oper an einer Laterne hängen und vorbeikommende Passanten mit Katzenscheiße bewerfen muss.
Schlingensiefs Absage kommt am frühen Nachmittag."

Stefan Berendes, „Abschalten, Baby!"

„Ihr Latte Machiatto sieht ganz schön übel aus. Abgelöffelt wie unser Gespräch. Immer wieder ins Stocken, dann zum Stillstand gekommen. Das Kakaopulver, beim Servieren noch auf der Sahnespitze thronend, jetzt braunes Schweigesediment am Glasrand. Jede klebrige Maser ein Altersring im Baumstumpf unserer Konversation. Abgesägt vor Jahrzehntelsekunden. Meine Hände schwitzen, haben den ganzen Wald abgeholzt und trotzdem keinen Zündstoff für ihr Feuer gefunden. Schon schaut sie aus dem Fenster und denkt ans Flüchten: Über alle Berge, zu den sieben Zwergen. Das ist die Punkversion einer Schweigeminute. Keine Möglichkeit für einen Neuanfang. Der richtige Moment ist schon lange vorbeigezogen. Einmal, zweimal, ein drittes Mal, und jetzt ist es zu spät. Keine Chance für die Liebe, lockere Verbindung lebenslänglich. Wenn überhaupt! Dabei haben auch Zwerge mal klein angefangen. Weiß sie das etwa nicht?"

Jan Paulin, „Minutenschwere"

„Im heutigen Theater liegt doch nur mehr ein schmaler Grat zwischen der traditionellen Darstellung durch Sprache und Ausdruck und der völligen Verwüstung des Bühnenraums durch die Darsteller. Nackte Schauspieler, die unter wildem Getöse das Bühnenmobiliar begatten oder gleich die halbe Requisite in Schutt und Asche legen, gehören seit dem Ende des 20. Jahrhunderts zum guten Ton einer jeden anspruchsvollen Inszenierung. Bei dieser Vorstellung wird es mir selbst in Pirna mulmig, und auch auf meinem Platz im linken Oberrang fühle ich mich nicht sicher. Bin es doch wahrscheinlich wieder ich, der am Ende des dritten Akts vom darstellenden Ensemble nach vorne gezogen wird, um bis aufs Letzte entblößt in der großen Schlussszene auf die Bühne ejakulieren zu müssen."

Darren Grundorf, „Und wenn ich einfach nur hier hinten sitze?"

„Und warum das alles? Warum die ganze Mühe? Nur damit die Menschen sich schlecht fühlen und hässlich, weil ihre Haare nicht von Natur aus fünf verschiedenen Haarfarben haben und ihre Körper nicht in garstig geformte Hosen passen? Wir sollen uns anstrengen und uns verändern! Wir sollen das Beste aus uns machen! Keiner kann uns vorschreiben, glücklich zu sein in unseren minderwertigen und deformierten Körpern und sowieso: Das ganze Leben muss optimiert werden. Mehr Spaß, mehr Möglichkeiten, Kochrezepte, Orgasmen, Gehaltsverhandlungen, und die Wohnzimmerdeko nicht zu vergessen! Zum Mitnehmen im Taschenformat."

Anna Groß, „Ihr werdet Erzeugnisse sein!"

GUTEN TAG

Sehr geehrte Damen und Herren,

„Jaja", werden Sie jetzt denken, „da will schon wieder irgendjemand Geld." Richtig. Aber erstens verlangen wir ja nicht viel, und zweitens sind wir schließlich nicht irgendjemand.

Auf den kommenden Seiten werden wir Ihnen näherbringen, wie eine Werbung Ihres Unternehmens in Kommunikaze, der studentischen Zeitschrift für facts & fiction, sich für uns UND für Sie zu einer Win-Win-Situation entwickeln kann.

Hört sich doch ganz gut an, oder? Finden wir auch. Also los!

Mit freundlichen Grüßen für die Redaktion,

Volker Arnke Stefan Berendes

WAS IST KOMMUNIKAZE?

Seit dem Jahr 2003 erscheint an der Universität und in der Stadt Osnabrück die studentische Zeitschrift Kommunikaze – und die bleibt auch im mittlerweile sechsten Jahr ihres Bestehens das erste Haus am Platz, wenn es um facts & fiction geht: Als einzige studentische Publikation dieser Art in Osnabrück gibt sie Studierenden die Möglichkeit, Selbstgeschriebenes zu publizieren und sich journalistisch und literarisch auszuprobieren: kreativ und frech, „keck, pfiffig und humorvoll serviert", ohne formale und inhaltliche Zwänge, aber nicht ohne Punkt und Komma! Die Ausgaben behandeln das Leben an und auch jenseits der Universität, bieten Kreatives und Skurriles und enthalten Kurzgeschichten, Glossen, Interviews, Lyrik und alles Mögliche dazwischen.

Mit ihrem eigenwilligen Mix aus Ersnthaftigkeit und Ironie hebt Kommunikaze sich wohltuend vom Einheitsbrei anderer Publikationen an der Universität ab. Kein Wunder: Wo sonst schinden sich Redakteure beim Berlin-Marathon bis zur Berufsunfähigkeit, widmen eine ganze Ausgabe dem „Mythos Pferd" oder berichten aus dem einzigen Phallusmuseum der Welt (das übrigens in Reykjavik zuhause ist)? Mit Mut zur Kreativität und einer einzigartigen Themenauswahl hat sich Kommunikaze mittlerweile eine treue Leserschaft geschaffen: Die Ausgaben sind schon kurz nach Erscheinen vergriffen, das Onlineangebot der Zeitschrift verzeichnet rund 2.500 Besucher monatlich, und auch die regelmäßig stattfindenden Lesungen des Team Kommunikaze finden regen Zulauf und großen Anklang beim Publikum. Außerdem wurde Kommunikaze ausgezeichnet mit dem Förderpreis der Universität Osnabrück im akademischen Jahr 2007/2008 und mit dem AStA Kulturpreis07 des Allgemeinen Studierendenausschusses der Universität Osnabrück.

Bis auf Weiteres wird Kommunikaze besonderen Lesespaß bieten: den Wahnsinn im Alltag und das Alltägliche im Wahnsinn, die Story hinter der Story. Kurz gesagt: facts & fiction.

KOMMUNIKAZE PRINT

Hinter dem Erscheinen der Zeitschrift steht ein momentan zehnköpfiges Redaktionsteam aus Studierenden, das durch einen Webmaster, mehrere Illustratoren und einen Zeichner ergänzt wird. Dazu gesellt sich eine ständig wachsende Zahl von freien Autoren: In den bislang erschienenen über 30 Ausgaben der Kommunikaze haben rund 40 Autorinnen und Autoren publiziert.
Die gedruckte Ausgabe erscheint vierteljährlich und liegt kostenlos in der Mensa, den Bibliotheken, Osnabrücker Buchhandlungen sowie in ausgesuchten Kneipen und Cafés (mit entsprechendem studentischen Publikum) aus.

KOMMUNIKAZE WEB

Für die nötige Dosis facts & fiction sind unsere Leser natürlich nicht nur auf die gedruckte Ausgabe angewiesen: Unser Onlineangebot **www.kommunikaze.de** zählt monatlich etwa 2.500 Besucher und rund 200.000 Klicks und bietet alle Beiträge der Kommunikaze-Ausgaben zum Nachlesen – ergänzt durch Online-exklusive Texte, MP3s von Lesungen und zahlreiche Infos über die Kommunikaze und ihre Redaktion.

KOMMUNIKAZE LIVE

Kommunikaze gibt es nicht nur als Zeitschrift auf Papier und im Internet, sondern in regelmäßigen Abständen auch live: Die Redaktion gestaltet eigene Lesungsauftritte und -touren – mal in eigener Regie als abendfüllendes Programm, mal als Support Act im Rahmen größerer Veranstaltungen in Kooperation mit anderen Veranstaltern.

Außerdem entstehen auch Veranstaltung in Zusammenarbeit mit Anderen. Das jüngste Beispiel ist die Literaturveranstaltung „Literatur Parcours“ am 13. Juli 2007, die unsere Redaktion zusammen mit dem Forum Osnabrück für Kultur und Soziales (FOKUS e.V.) geplant und durchgeführt hat, und die verschiedenste Akteure wie den Osnabrücker Poetry Slam, das erste unordentliche Zimmertheater oder das Klangkollektiv Elektrant aus Münster zu einem literarischen Stadtrundgang der besonderen Art vereinte. Die Veranstaltung zählte rund 150 Teilnehmer, die sich einen vielfältigen, abwechslungsreichen und spannenden Eindruck von den verschiedenen Künstlern machen konnten. Unterstützt wurde der Literatur Parcours vom Kulturamt der Stadt Osnabrück sowie von der Oldenburgischen Landesbank. Eine Fortsetzung der Veranstaltung ist für die Zukunft angedacht.

KOMMUNIKAZE & FRIENDS

Alle Welt redet neuerdings vom Networking, die Kommunikaze-Redaktion allerdings bemüht sich schon seit langem, mit den verschiedensten Kulturschaffenden und anderen Akteuren zusammenarbeiten! Das schließt Freundschaften mit verschiedenen Hochschulinitiativen ebenso ein wie Kooperationen mit der Osnabrücker Stadtillustrierten Stadtblatt, FOKUS e.V., dem Jugend- und Veranstaltungszentrum Westwerk, dem Unabhängigen Filmfest Osnabrück, dem Osnabrücker Poetry Slam, dem Kulturamt der Stadt Osnabrück, dem Studentenwerk und nicht zuletzt den ASten von Universität und Fachhochschule, der Redaktion des italienischen Onlinemagazins Rivista inutile u.v.a.

KOMMUNIKAZE IN DER PRESSE

Neue Osnabrücker Zeitung vom 30. Januar 2007:

Hauptsache schön abwegig

Studenten geben Literatur-Magazin „Kommunikaze" heraus

tw **OSNABRÜCK. Thomas Gottschalk hat sie bekommen, Wiglaf Droste spendete den Titel und an der Osnabrücker Universität wird sie produziert: die studentische Zeitschrift Kommunikaze. Sie soll Fakten und Fiktion in skurriler, kreativer, witziger und nachdenklicher Weise bieten.**

Das literarische Quartett: Volker Arnke, Kalle Kalbhenn, Jan Paulin und Stefan Berendes (von links) machen Kommunikaze, ein studentisches Magazin, das Fakten und Fiktion in Lyrik und Prosa präsentiert. Foto: Hermann Pentermann

Im Januar 2003 hatten Jan Paulin, Stefan Berendes und Darren Grundorf den gleichen Gedanken: Sie wollten eine Zeitschrift für und von Studenten machen. Den Namen Kommunikaze nahmen sie von einem Buch des Satire-Autors Wiglaf Droste. Inzwischen hat der seinen Segen dazu gegeben.

Im Februar erscheint die 23. Ausgabe von Kommunikaze. Erhältlich ist das Heft in der Mensa, in der Uni-Bibliothek, in Buchhandlungen, Studentenkneipen und Cafés. Es kostet nichts, da es über den Haushalt des Studentenparlaments und Anzeigen finanziert wird.

Mitmachen kann bei Kommunikaze jeder. Die einzige Voraussetzung ist der Mut zum Abwegigen. „Wir wollen etwas Kreatives machen", sagt Jan Paulin. Sein Kollege Stefan Berendes ergänzt: „Von Anfang an wollten wir nichts über Hochschulpolitik machen, sondern ein Medium sein, wo sich alle finden können, die mal Kurzgeschichten oder Reportagen schreiben oder lesen wollen." Kommunikaze dient zudem als Plattform, um Kontakte zu knüpfen. Mit Fokus e.V., dem Unabhängigen Filmfest und den Uni-Filmemachern „DesFilmeurs" gibt es bereits Kooperationen oder sind in Planung.

Das Magazin soll aus dem rein studentischen Umfeld herauswachsen. Jan Paulin, Stefan Berendes und ihre Kollegen Volker Arnke und Kalle Kalbhenn freuen sich, wenn sie durch die Arbeit an Kommunikaze nicht nur ideell profitierten.

Jan Paulin berichtet, dass er bei seiner Bewerbung bei der Deutschen Journalistenschule in Hamburg mit seinem Engagement bei Kommunikaze Punkte sammeln konnte. „Die Arbeit an dem Heft ist eine gute Übung, um zu schreiben und selbstständig Themen zu finden", meint der Student. „Für mich war Kommunikaze ein Türöffner zur Kulturarbeit in Osnabrück", sagt Stefan Berendes.

Ob Kommunikaze auch der Türöffner in die Welt des Fernsehens ist, wissen die Macher noch nicht. Aber sie haben es immerhin versucht: Als Thomas Gottschalk während im Herbst 2006 kurz in Osnabrück weilte, wurde er von einem Kommunikaze-Mitarbeiter entdeckt. Der radelte wie ein Wirbelwind nach Hause, holte fünf Hefte und übergab sie dem Showmaster mit den Worten: „Wenn Sie mal wieder ein Thema für eine Sendung brauchen – mit uns hat sich noch keiner gelangweilt." Jetzt, so mutmaßen die Autoren nicht ganz ernst, haben die Hefte einen Ehrenplatz in Gottschalks Villa in Malibu.

BEI UNS WERBEN

Mit Werbung in der Kommunikaze erreichen Sie ein kulturell und literarisch interessiertes studentisches Publikum zwischen Anfang zwanzig und Anfang dreißig, denn bei der Verteilung der Kommunikaze gehen wir strategisch vor: Schwerpunktorte sind hierbei Speisesäle und Cafeterias der Universitätsmensa, die Lesesäle der Universitätsbibliothek und studentisch stark frequentierte Kneipen und Cafés im Stadtgebiet. Der Status der Kommunikaze als studentische Initiative an der Universität Osnabrück erlaubt eine Verteilung der Ausgaben dort, wo die Studierenden sie auch direkt lesen können (und wollen).

Anstatt den Studierenden also neben zahlreichen Mitbewerbern vor der Mensa eine Publikation in die Hand zu drücken, die dann in aller Regel spätestens zwanzig Meter weiter wieder im Papierkorb landet, erreicht die Kommunikaze ihre Leserschaft dort, wo auch Zeit und Muße zum Lesen vorhanden sind.

Darüber hinaus wird ein einziges Heft durchschnittlich von mehreren Studierenden gelesen. Das Ergebnis: Sie erreichen mit einer Anzeigenschaltung zum äußerst günstigen Preis einen viel größeren Teil der Osnabrücker Studierendenschaft, als die verhältnismäßig geringe Auflage von 1.100 Exemplaren vermuten lässt.

Und auch über die gedruckte Ausgabe hinaus bieten wir Ihnen Werbemöglichkeiten an: Da wäre zum Beispiel unsere Homepage, die sich wachsender Beliebtheit erfreut und mit momentan rund 2.500 Besuchern monatlich ebenfalls ein geeignetes Forum für Ihre Werbung bietet.

Und schließlich suchen wir auch für unsere Veranstaltungen regelmäßig nach Sponsoren, die im Gegenzug auf unseren Werbemitteln und im Rahmen der Veranstaltung selbst auftauchen.

Fazit: Kommunikaze bietet große Werbewirkung zum kleinen Preis! Und Ihre Werbung bei uns identifiziert Ihre Firma als ein Unternehmen, das die studentische Kultur unterstützt.

MEDIADATEN

Hier finden Sie unsere Mediadaten im Überblick. Bei Rückfragen können Sie sich natürlich jederzeit an uns wenden!

Auflage:	1.100 Exemplare
Erscheinen:	vierteljährlich
Vertrieb:	kostenlose Verteilung an Studierende
Format:	DIN B 5 (176 x 250mm)
Papier:	Umschlag: 130 g/sqm granuliert, Innenteil: 90g/sqm Recyclingpapier
Farbe:	Innenteil s/w, Umschlag außen vierfarbig

WERBEPREISE

Im Folgenden haben wir die unterschiedlichen Werbemöglichkeiten in Kommunikaze und die zugehörigen Preise aufgelistet. Auch hier gilt: Wenn Sie noch Fragen haben oder besondere Werbungen mit uns vereinbaren wollen, stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung!

PRINTWERBUNG

In der gedruckten Ausgabe von Kommunikaze bieten wir Ihnen Anzeigenschaltungen in verschiedenen Größen und Ausführungen an. Die folgenden Arten von Anzeigenschaltungen sind möglich:

Anzeigenschaltungen im Umschlag

Anzeigenschaltung ganzseitig auf der hinteren, äußeren Umschlagseite vierfarbig, Format: 176 x 250mm (plus umlaufend 3 mm Beschnittzugabe):	**400,00 Euro**
Anzeigenschaltung ganzseitig auf einer inneren Umschlagseite s/w, Format 176 x 250 mm (plus umlaufend 3 mm Beschnittzugabe):	**150,00 Euro**

Anzeigenschaltungen im Innenteil

Anzeigenschaltung ganzseitig im Innenteil, s/w, Format: 176 x 250mm (plus umlaufend 3 mm Beschnittzugabe):	**125,00 Euro**
Anzeigenschaltung halbseitig im Innenteil, s/w, Hochformat: 83 x 240mm:	**75,00 Euro**
Anzeigenschaltung halbseitig im Innenteil, s/w, Querformat: 166 x 120mm:	**75,00 Euro**

Anzeigenvorlagen

Bitte lassen Sie uns im Falle eines Anzeigenauftrages Ihre Anzeigenvorlage zeitnah per Post oder Email zukommen! Verarbeiten können wir alle gängigen geschlossenen Dateiformate (etwa JPEG, TIFF, belichtungsfähige PDF, EPS,...).
Bitte achten Sie darauf, dass Ihre Vorlage mit mindestens 300 dpi aufgelöst und – sofern es sich um eine Anzeige auf der äußeren Umschlagseite hinten handelt – im Farbmodus CMYK angelegt ist.
Bei Rückfragen helfen wir Ihnen gern weiter!

Belegung mit Flyern/Prospekten

Gerne belegen wir unsere Gesamtauflage mit Ihren Flyern oder Prospekten! Bitte beachten Sie, dass wir dabei Prospekte und Flyer nur bis zu einem maximalen Format von DIN B 5 (176 x 250mm) verwenden können. Überzählige Flyer und Prospekte erhalten Sie nach Erscheinen der Ausgabe natürlich zurück!

Belegung der Auflage mit Flyern oder Prospekten:	**125,00 Euro**

Rabatte

Bei einer Anzeigenschaltung/Belegung in vier Ausgaben erhalten Sie einen Rabatt von 10% auf die Gesamtsumme Ihres Auftrages.

ONLINEWERBUNG

Alternativ oder ergänzend zur Printwerbung können Sie auch auf unserer Homepage werben, indem Sie uns ein Werbebanner zukommen lassen. Das Banner erscheint auf unserer Onlinepräsenz www.kommunikaze.de am rechten Seitenrand und bleibt für die Besucher auf allen Bereichen der Seite sichtbar. Natürlich kann von Ihrem Banner aus auch auf Ihre eigene Onlinepräsenz verlinkt werden!

Onlinewerbung auf www.kommunikaze.de

Platzierung eines Onlinebanners auf allen Bereichen der Seite, Format s. unten.
Preis pro Monat: **100,00 Euro**

Vorlagen & Format

Bitte lassen Sie uns im Falle einer Onlinewerbung Ihre Bannervorlage bis spätestens sieben Tage vor Beginn des Monats, in dem Ihr Banner geschaltet werden soll, per Email zukommen.
Verarbeiten können wir die meisten gängigen Grafik- und Webformate (z.B. JPEG, GIF, TIFF, FLASH,...).

Ihr Banner sollte in der Breite 120 Pixel nicht überschreiten. Die Höhe ist dagegen – nach Absprache mit uns – weitestgehend frei wählbar.

Bei konkreten Fragen helfen wir Ihnen gern weiter!

Rabatte

Bei einer Buchung Ihrer Bannerwerbung für einen Zeitraum von zwei Monaten erhalten Sie einen Rabatt von 10% auf die Gesamtsumme Ihres Auftrages.

„Hut ab vor den Kommunikazinnen und Kommunikazen! Sie schreiben das Osnabrücker Studentenleben neu. Immer am Puls der Zeit. Es sei denn, der Puls geht nach, dann gehen sie schon mal voraus.
Immer mit Facts, die zu Fiction werden und Fiction, die wie Facts wirken. Immer mit Grafik, die Freude macht!"

Jörg Ehrnsberger
Autor, Dozent, mehrmaliger Gewinner des Osnabrücker Poetry Slam

„Statt NEON oder Spex öfter mal Kommunikaze lesen!"

Stadtblatt Univercity
Ausgabe 10/05

„Kommunikaze - ein Synonym für den Pool, aus dem Verleger und Medienmogule schöpften, wäre es mit Geld bezahlbar – doch Kommunikaze konnte man noch nie kaufen, lediglich lesen und hören(…) An dieser Stelle ist es also Zeit, ein Dankeschön an die Redaktion auszusprechen, dafür, dass sie uns mit ungezwungenen, angenehmen Anekdoten versorgen, die Farbe in das Leben an der Uni bringen. Weiterhin viel Erfolg!"

Daniel Rüffer
AStA der Universität Osnabrück

„Lach- und Sachgeschichten wie bei der Maus und dem rosa Elefanten!"

www.devonk.de
Kulturschaffende

„Es war mir wie ein ewiger Sonntag im Gemüte."

Josef von Eichendorff
Aus dem Leben eines Taugenichts

KONTAKT

KOMMUNIKAZE

Zeitschrift für facts & fiction

c/o AStA der Universität Osnabrück
Alte Münze 12
49074 Osnabrück

www.kommunikaze.de
www.kommunikaze.org
info@kommunikaze.de

Ansprechpartner:

Werbung und Anzeigen:

Volker Arnke

Tel. 017622861025
arnke@kommunikaze.de

Heftinhalt und Layout:

Stefan Berendes

Tel. 017624553255
berendes@kommunikaze.de

Hinweis:

Eine jeweils aktuelle Version dieser Informationsmappe finden Sie zum Download im PDF-Format auf www.kommunikaze.de