

SUMO

MEDIADATEN 2024





MEDIENINHABERIN

Fachhochschule St. Pölten GmbH
c/o SMO: Medien-Fachmagazin des
Bachelorstudiengangs
Medienmanagement

FAKTEN

Auflage: 2.000 Stück
Erscheinung: KW 44/2024
Dateiformate: EPS, PDF, JPEG
Anzeigenschluss: 28.05.2024

FACHLICHE LEITUNG

Prof. Dr. Johanna Grüblbauer
und Prof. Mag. Roland Steiner

SUMO ist das Medien-Fachmagazin des Bachelorstudiengangs Medienmanagement der FH St. Pölten und österreichweit in seiner Form einzigartig. Es wird von Studierenden für Medienmanager*innen in der Branche und alle Medieninteressierte produziert.

Das Magazin erscheint zwei mal jährlich, jeweils unter einer thematischen Klammer. In jeder Ausgabe werden gesellschaftsrelevante, aktuelle Themen und ihre Auswirkungen auf die Medienbranche angesprochen. SUMO ist am Puls der Zeit und geprägt vom Engagement der Student*innen. Die Beiträge entstehen durch tiefgehende Recherche. Für jeden Artikel werden mehrere Interviews geführt und diverse Meinungen eingeholt, um ein Thema von allen Seiten beleuchten zu können. Die Studierenden organisieren, unter professioneller Anleitung, eigenständig den Redaktionsalltag und sammeln durch die Arbeit am Magazin erste praktische Erfahrungen.

ZIELGRUPPEN



SUMO WIRD NACH DER VERÖFFENTLICHUNG POSTALISCH UND PERSÖNLICH DISTRIBUIERT:

- 1) Studierende, Dozent*innen und Führungskräfte der FH St. Pölten
- 2) Schüler*innen und Lehrer*innen in Berufsbildende und Allgemein Höherbildende Schulen mit Medienswerpunkt in Österreich
- 3) Zudem liegt das Magazin auf allen relevanten Bildungsmessen auf
- 4) Medienmanager*innen der gesamten Medienbranche

REDAKTIONS- UND VERTRIEBSPLAN DER 43. AUSGABE

Die Ausgabe 43 wird in der Kalenderwoche 44/2024 erscheinen.

Danach erfolgt der Vertrieb in der Fachhochschule St. Pölten, sowie der postalische Versand an Schulen und Medienmanager*innen in ganz Österreich, Deutschland und der Schweiz.

RELEASE & VERTRIEB





2/1 SEITEN

EUR 1590,-*420 x 297 mm	
-------------------------	--

PREISE & FORMATE

1/1 SEITE

	EUR 940,-* 210 x 297 mm
--	----------------------------

1/2 SEITE HOCH/QUER

EUR 530,-* 105 x 297 mm	EUR 530,-* 210 x 148,5 mm
----------------------------	------------------------------

1/3 SEITE HOCH/QUER

EUR 385,-* 70 x 297 mm	EUR 385,-* 210 x 99 mm
---------------------------	---------------------------

1/4 SEITE HOCH/QUER

EUR 300,-* 105 x 148,5 mm	EUR 300,-* 210 x 74 mm
------------------------------	---------------------------

*Alle Preise zzgl. gesetzlicher Werbeabgabe. Es gelten die AGBs für das Anzeigenwesen des Österreichischen Zeitschriftenverbandes. Diese können bei der Medieninhaberin angefordert werden. Änderungen und Irrtümer vorbehalten. Als Bildungseinrichtung ist die FH St. Pölten unecht mehrwertsteuerbefreit.

LAYOUT & DRUCK

Sonderanzeigen

// Augmented Reality – digital erweiterte Werbeanzeigen im
Magazin oder
// Digitale Werbeanzeigen auf sumomag.at auf Anfrage

Satzspiegel

// 210 mm breit, 297 mm hoch / 155 mm breit, 245,5 mm hoch

Format- und Platzierungszuschläge

// Abweichende Formate: +15% Anzeigen über Bund
// 2. und 3. Umschlagseite: +10%
// Sonstige Fixplatzierungen: +20%

Druckverfahren & Unterlagen

// UV-Druck, Farben: Euroskala (Cyan, Magenta, Yellow, Black)

Für die Richtigkeit und Vollständigkeit von übermittelten elektronischen Daten, Dokumenten und Anzeigen kann keine Verantwortung übernommen werden. Anfallende Produktionskosten für Korrekturen, Herstellung von Inseraten, etc. werden nach Aufwand verrechnet und gesondert in Rechnung gestellt. Um ein optimales Druckergebnis zu erzielen, ist den Daten unbedingt ein farbverbindliches Proof beizustellen. Nachträglich auszuführende Korrekturen und Änderungen erfolgen nur mit schriftlichem Auftrag.

Programme und Formate

Bevorzugter Datentyp für die Anlieferung von Anzeigensujets ist PDF (nach X3 exportiert). Es können aber auch sämtliche Formate für unbewegte Bilder der Adobe CS6 (wie zum Beispiel InDesign, Illustrator, Photoshop) verarbeitet werden. Grundsätzlich spricht auch nichts gegen die Anlieferung in Pixelformaten wie zum Beispiel JPG. Dabei ist aber unbedingt zu beachten, die Daten mit einer Auflösung von 300dpi bei der gewünschten Größe zu liefern. Weiters ist ein Überfüller von mindestens 3mm bei allen abfallend gedruckten Sujets zwingend erforderlich, abhängig vom Produkt an den abfallenden Seiten bzw. bei ganzseitigen Sujets umlaufend.

Stornierung

Kann nur akzeptiert werden, wenn sie schriftlich bei der Medieninhaberin einlangt. Für Stornierungen bis eine Woche vor Anzeigenschluss werden keine Gebühren verrechnet. Bei Stornierungen innerhalb von einer Woche vor Anzeigenschluss werden 30% Stornogebühr verrechnet. Es gilt in jedem Fall das Post- bzw. E-Mail-Eingangsdatum.

Lehrpläne des basken Sprachgangs, Medienauswahl der RSI, Polen

Sumo 2022

SUMO

QR Code: Scanne mich und finde weitere 8 Begriffe!

A W X U L A J B A L C
 R A S S I S M U S G I
 C O B P R Y F N C B N L
 D I V E R S I T Ä T K V F
 V A U E E V H N X V Q L I E
 J W X I I U C T J I U H M
 H K H M H S F H Q A S F I
 S O Z I A L E M E D I E N
 I V R T I E L P I F D A I
 A I M I G R A T I O N R S
 G E S E L L S C H A F T M
 M S U K W U L S

So spricht das Burgenland: Wie der ORF die sprachliche Vielfalt zwischen Neusiedl und Jennersdorf stärkt

„Dobro dan“, „Adjisten“, „Latscho di“ und „Guten Tag“, Burgenland-österreich, Ungarisch, Burgenland roman – diese drei der sechs lebendigen autochthonen Volkssprachen sind im Burgenland angekommen. Neben der anderen Bundessprache ist so von dem Minderheitensprachen geprägt wie die fünf Bundesländer Werbung, Sommerferien-Übersicht. Das zeigt sich auch im Programm des ORF Burgenland. Aber auch das bestehende Angebot aus und aus, überhaupt noch relevant? Über diese Fragen, die Rolle von sprachlicher Diversität und das Selbstverständnis der Volkssprachengemeinschaft hat SUMO mit der Kommunikationswissenschaftlerin und gebürtigen Burgenländerin **Petra Herzog** sowie der Leiterin der Volkssprachredaktion des ORF Landessenders Burgenland, **Dorothy Kelemen** gesprochen.

Es ist Sonntag, 18.30 Uhr. Das ORF Landessender Burgenland lässt sein tägliches Programm einen starken Glanz und das kreative Magazin „Dobro dan Hrost“ beginnt. Das Programm des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Volkssprachen hat mittlerweile eine lange Tradition. Die Sendung „Dobro dan Hrost“ wird beispielsweise bereits seit 1969 ausgestrahlt. Zu Beginn war es die burgenlandösterreichische Volkssprache, die ihr Recht auf ein eigenes Angebot erhielt. Danach folgten ungarisches, Romanes und schließlich auch Sendungen in Burgenlandroman. Seit dem Jahr 2009 liegt die Produktion der tschechischen und slowakischen Inhalte des ORF ebenfalls bei der Volkssprachenredaktion im Burgenland. Nachdem im ORF-Burgenland bereits Programme in autochthonen Volkssprachen produziert werden, können auch die tschechische und die slowakische Redaktion dazu. Auch wenn sie in erster Linie in Wien heimisch sind, erklärt Dorothy Kelemen, die 2021 die Leitung der Volkssprachenredaktion übernahm.

Die Wertschätzung für diese Sendungen als selbstverständlichen Teil des ORF-Angebots ist allerdings erst in jüngster Vergangenheit gewachsen. „Neben uns in Kommunikationswissenschaftlerin Petra Herzog: „Wenn wir die jüngere Generation des Burgenlands betrachten, war sie vor starken Anlaufschwierigkeiten geprägt. Die Volkssprachen wurde gesagt, dass sie in Qualität besserer Content liefern als mit einer Minderheitensprache. Folglich war das öffentliche Bewusstsein für die Bedeutung der Mehrsprachigkeit und der Volkssprachen wenig ausgeprägt. Das hat sich in der letzten 10 Jahren aber geändert. Laut Herzog erlangten die Volkssprachen in dieser Zeit größere gesellschaftliche Anerkennung und auch das Bewusstsein für die positiven Aspekte der Mehrsprachigkeit ist gewachsen. Als wichtiger Indikator identifiziert die in unserer Hinsicht unter anderem den Beitritt Österreichs zur Europäischen Union.“

Was Sprachen leben lässt

Die Arbeit der Volkssprachenredaktion hat in diesem Kontext eine nicht zu vernachlässigende Verantwortung. Sprache braucht eine Funktion, Sprache muss einen Mehrwert bieten und Sprache muss in der Öffentlichkeit präsent werden, darin sind sich Kelemen und Herzog einig. Hier kommt der ORF ins Spiel. „Wir haben als Leitmedium die Aufgabe, die

Sprachen am Leben zu halten und sicherzustellen, dass die Menschen sich in dem Programm wiederfinden“, erklärt Kelemen. Auch hinsichtlich der Sprachentwicklung sind sie der Öffentlich-rechtlichen Rundfunk in einer zentralen Position. „Petra Herzog ergänzt dazu: „Selbstmengen, Fernsehbeiträge oder die Onlinebeiträge sorgen dazu, dass die Lebendigkeit der Sprache erhalten bleibt. So bietet die Möglichkeit, dass man sich beispielweise über politische Themen auch in der Volkssprache austauschen kann. Über der maximalen Reichweite, zu welcher nicht das Beispiel Senden von ein paar Sendungen reicht aus. Laut Herzog handelt es sich bei der burgenlandösterreichischen Volkssprache um eine Gruppe, die in der Welt stark überrepräsentiert ist, was sich auch in den für sie spezifischen Programmen widerspiegeln sollte. Diese Auffassung wird von Kelemen bestätigt: Die Sendungen des ORF seien hier so konzipiert, dass sich Volkssprachensprachen von anderen Gruppen abheben. Neusiedler sind ein zum tschechischen tschechischen Kulturkreis. Es soll damit ein Mehrwert für die SprecherInnen aller Dialekte sowie Dialekte gegeben werden.“ Sowohl die Theorie, dass die ORF ein Element, dem es gelingt, ein Netzwerk mit einer zur Verfügung stehenden Sendebereitschaft zu erreichen. „Eine Frage vor der viele Medien stehen ist: Wie erreichen wir meine Zielgruppe überhaupt?“ meint Herzog. In Bezug auf Programmgestaltung gibt es zwei Richtungen. Eine Schlüsselrolle spielen dabei die Zielgruppenanalyse und die Möglichkeit, am Zielgruppenanalyse zu arbeiten. Es muss die zentrale Überlegung angestellt werden, inwieweit es Sinn macht, die Angebote in unterschiedlichen oder als selbstverständlich, Sendungen auf die breite Masse zu ziehen. Bestrebungen, hier die größere Masse zu finden, sind auch beim ORF ein Thema. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk bringt so TV für alle drei tschechischen, ungarischen, romanischen Majoritätensprachen, in denen laut Kelemen für alle etwas geboten werden soll. Im Programm mit mehr nicht ausblenden, und wobei die Radiosender weiterhin bestehende, auch wenn die Sendungen für Jugendliche und Kinder ausgebaut, „Wir sehen ein ganz klar ein Trend weg von analoger Radio und hin zu Radio. Wir haben durch unsere Möglichkeiten als Prozessverfügbare zu erreichen“, erklärt Kelemen. Beim jüngeren Publikum vor allem das Online-Angebot, betont. In jeder Volkssprache werden diese Inhalte auch verstärkt auf Social Media platziert.



ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

Zahlung innerhalb von 7 Tagen nach Rechnungsdatum netto.
Die Abrechnung erfolgt nach der Veröffentlichung des Magazins im Oktober 2024.
Bei Zahlungsverzug werden Verzugszinsen von 15% sowie Einziehungskosten verrechnet.

BANKVERBINDUNG

Kontoinhaberin:	Fachhochschule St. Pölten GmbH
Bank:	Sparkasse St. Pölten
BIC:	SPSPAT21XXX
Kontonummer:	AT15 2025 6007 0000 2579

DATENANLIEFERUNG

Bitte übermitteln Sie uns Ihre Anzeigendaten als EPS, PDF oder JPG mit einer Auflösung von mindestens 300dpi bis spätestens **28.05.2024** an sumooffice@fhstp.ac.at.
Als Betreff schreiben Sie bitte "Anzeige". Die Rechnungslegung erfolgt nach erfolgter Einschaltung, fällig ohne Abzug.

IHRE ANSPRECHPARTNER*INNEN

sumooffice@fhstp.ac.at

01

Felix Ptacek

E-Mail:
mm221046@fhstp.ac.at

02

Sarah Scheuringer

E-Mail:
mm221019@fhstp.ac.at

03

Julia Schuster

E-Mail:
mm221051@fhstp.ac.at

04

Nicolas Wald

E-Mail:
mm221042@fhstp.ac.at

05

Benedikt Waser

E-Mail:
mm221043@fhstp.ac.at

06

Peter Zapfel

E-Mail:
mm221017@fhstp.ac.at

