

Mediadaten nmz-Hochschulmagazin

Anzeigenpreisliste 2024



nmz
hochschulmagazin

www.nmz.de
www.instagram.com/nmzmagazin
www.facebook.com/nmzmagazin

1984-1984
1984-1984

Schwarze Stimmen
Eine Studie zur Diskriminierungserfahrungen an deutschen Musikhochschulen Seite 1-2

Stile zusammendenken
Die Hochschule für Kirchenmusik Herford-Witten sieht nach Bochum Seite 2

Elektroakustische Musik
Gemein: Der Prozess mit KST der Zürcher HKK im Gespräch Seite 3

Musikalisches Studentenfutter
Podcast „Akkus“ des Dachverbandes der Studierenden der Musikwissenschaften Seite 11

Studien-Orte
Dresden, Dörfel, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, Köln, Lüneburg, Mannheim, Mainz, München, Osnabrück, Saar, Tübingen, Wismar, Würzburg, Österreichische Musikuniversitäten Seite 5-13

Schwarze Stimmen in einer weißen Musikwelt

Studie zu Diskriminierungserfahrungen an Musikhochschulen · Von Nepomuk Riva

Eine schwarze Studentin in der Musikpädagogik fasst ihre Erfahrungen im ersten Semester an einer deutschen Hochschule mit drei Worten zusammen: „Alles erste Gefühl war, da ist niemand. Ich fühle mich so, als hätte ich gerade zu einem Gruppe, ich bin meine eigene Gruppe, weil ich die einzige aus Westafrika bin.“ Ein afrokaribischer Musikstudent ist nach einem Jahr vertrieben: „Plötzlich ist keine Perspektive auf eine Karriere hier oder wenn die Studenten mit mir gar nicht so gut haben wollen – warum haben sie mir ein Stipendium gegeben?“ Eine schwarze Popmusikstudentin, die in Deutschland aufgewachsen ist, bekommt in den Monaten vor ihrem Kommilitonen ein Interview: „Ich würde nicht so nicht richtig durchkommen, weil ich halt anders aussieht.“ Es gibt nur wenige schwarze Studentinnen an Musikhochschulen, insgesamt können sie von einer Gruppenbildung profitieren können. Die meisten Institutionen erleben sie diese schwarze Lebenswelt, welche sehen sie sich mit einer weißen Ausbildungsgruppe konfrontiert, ihre Stimmen werden oft nicht gehört, obwohl immer wieder betont wird, Musik sei eine universelle Sprache, die eine verbindende Wirkung auf alle habe.

Soll der US-amerikanische „Black Lives Matter“-Bewegung und der #MeToo-„Kampagnen“ (2017) hat die Themen Rassismus in der deutschen Musikwelt „einen Eingang in die ersten großen musikalischen Diskussionsrunden der vergangenen Jahre gefunden. In der Vergangenheit sind diese Themen oft als Randthemen behandelt worden, die sich nicht mit dem Kern der musikalischen Ausbildung befassen. Doch in den letzten Jahren haben diese Themen an Bedeutung gewonnen. Die Studierenden sind sich bewusst, dass sie in einer Welt leben, in der Rassismus und Diskriminierung eine Rolle spielen. Sie wollen ihre Stimmen hören lassen und sich für Veränderungen einsetzen. Zwischen 2016 und 2021 haben die Studierenden Interviews mit Musikwissenschaftlerinnen und Musikwissenschaftlern gegeben, die auf der Grundlage ihrer Erfahrungen von der deutschen Musikwelt berichten. Die Ergebnisse dieser Interviews sind in der Studie „Schwarze Stimmen in einer weißen Musikwelt“ zusammengefasst. Die Studie zeigt, dass die schwarzen Studierenden in der deutschen Musikwelt oft mit Diskriminierungserfahrungen konfrontiert sind. Sie erleben, dass ihre Stimmen nicht gehört werden und dass sie in einer Welt leben, in der Rassismus und Diskriminierung eine Rolle spielen. Sie wollen ihre Stimmen hören lassen und sich für Veränderungen einsetzen.

Eigene Position verstehen

Als Interviewees bestanden sie aus gerade die musikalisch-beruflichen Lebensstadien an den Hochschulen im Bereich Gesang, Streichinstrumente und Perkussion. Studien, eine solche Sensibilisierung erregte keine. Durch die Auswertung der Interviews können wir die eigene Position in der schwarzen Lebenswelt besser verstehen. Sie können auch, eine schwarze Studentin, die mit kleineren Klassen zusammen ist. Sie berichten über ihre Erfahrungen in der deutschen Musikwelt. Sie berichten über ihre Erfahrungen in der deutschen Musikwelt. Sie berichten über ihre Erfahrungen in der deutschen Musikwelt.

HERAUSGEBER Theo Geißler

REDAKTION Ursula Gaisa, Andreas Kolb

ERSCHEINUNGSWEISE halbjährlich

AUFLAGE 22.000 Exemplare (als Beilage zur nmz)

Das Hochschulmagazin erscheint zweimal jährlich als Beilage der nmz und richtet sich an Studierende, Lehrende und alle an der musikalischen Hochschulausbildung Interessierte.

Zusätzlich zu redaktionellen Hintergrundberichten, Kommentaren und News informieren hier viele Musikhochschulen Deutschlands und die Musikuniversitäten Österreichs auf eigenen Seiten über ihre Arbeit, über Studienmöglichkeiten, Personalien und Perspektiven.

Durch Werbung im nmz-Hochschulmagazin erreichen Sie exakt Ihr Zielpublikum!



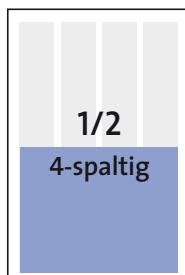
Anzeigenpreisliste nmz-Hochschulmagazin 2024



BREITE X HÖHE
285 x 415 mm

SCHWARZWEISS
1.713,- €

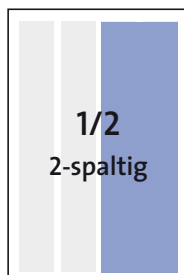
VIERFARBIG
2.157,- €



285 x 205 mm

SCHWARZWEISS
862,- €

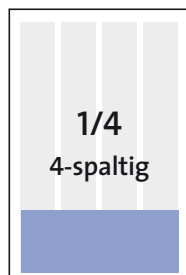
VIERFARBIG
1.269,- €



140 x 415 mm

SCHWARZWEISS
862,- €

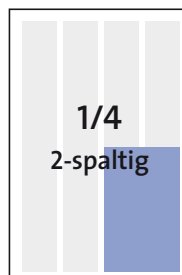
VIERFARBIG
1.269,- €



285 x 100 mm

SCHWARZWEISS
438,- €

VIERFARBIG
762,- €



140 x 205 mm

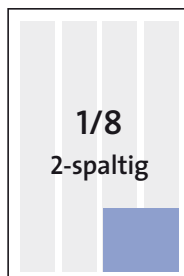
SCHWARZWEISS
438,- €

VIERFARBIG
762,- €



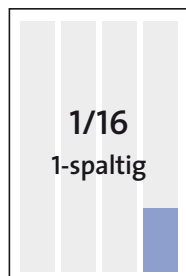
285 x 47 mm

SCHWARZWEISS
228,- €



140 x 100 mm

SCHWARZWEISS
228,- €



67,5 x 100 mm

SCHWARZWEISS
126,- €

PREISE ZZGL. MWST.

ANZEIGENANNAHME **Martina Wagner**

neue musikzeitung,
ConBrio Verlagsgesellschaft mbH
Postfach 10 02 45, 93002 Regensburg
Brunnstraße 23, 93053 Regensburg
Tel. (0941) 945 93-35
Fax (0941) 945 93-50
E-Mail anzeigen@nmz.de
Internet www.nmz.de

ANZEIGENSCHLUSS jeweils 2 Wochen vor Erscheinungstermin

KONTO Sparkasse Regensburg
IBAN: DE77 7505 0000 0000 1086 13
BIC: BYLADEM1RBG

ZEITUNGSFORMAT Berliner Format,
vierspaltig, Spaltenbreite 67,5 mm

DRUCKVERFAHREN Offsetdruck
im 70er-Raster auf Zeitungspapier

FARBEN 4c

FARBPROFIL ISOcoated_v2_300_eci.icc (FOGRA39)

DRUCKUNTERLAGEN Anzeigen können nur als Daten (PC)
abgeliefert werden (PDF, eps oder tif).
Keine Filme/Lithos!

1 AUFTRAGSERTEILUNG

1.1 Der Verlag behält sich vor, Anzeigen oder Beilagenaufträge nach freiem Ermessen anzunehmen oder abzulehnen. Im Rahmen von Abschlüssen behält sich der Verlag die Annahme oder Ablehnung der einzelnen Texte vor. Auch bei Aufträgen, die durch Verlagsvertreter angenommen werden, steht dem Verlag das Recht der Ablehnung zu. Der Rechtsweg wird ausdrücklich ausgeschlossen. Die Ablehnung wird dem Auftraggeber mitgeteilt.

1.2 Platz- und Datenvorschriften des Auftraggebers sind nur bindend, wenn sie der Verlag schriftlich bestätigt hat. Der Auftraggeber haftet dafür, dass der Inhalt seiner Anzeigen nicht gegen gesetzliche Bestimmungen oder sonstige Verordnungen usw. verstößt.

1.3 Bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen und Änderungen sowie bei nicht einwandfrei deutlich geschriebenen Manuskripten wird keine Haftung für eine richtige Wiedergabe übernommen. Abbestellungen werden vom Verlag nur schriftlich entgegengenommen.

2 AUFTRAGSABWICKLUNG

2.1 Für die rechtzeitige Lieferung der Anzeigentexte und Druckunterlagen ist der Auftraggeber verantwortlich.

2.2 Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht umgehend und rechtzeitig vor Drucklegung zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.

2.3 Bei irrtümlichem Erscheinen oder Nichterscheinen, fehlerhafter oder unvollständiger Wiedergabe einer Anzeige hat der Auftraggeber keinen Anspruch auf

Schadensersatz, der über die Gewährung einer kostenlosen Ersatzanzeige in gleichem Umfang hinausgeht.

2.4 Der Auftraggeber ist bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck einer Anzeige zur Forderung einer Rechnungsminde- rung oder einer Ersatzanzeige nur berechtigt, wenn durch die Mängel der Zweck der Anzeige erheblich beeinträchtigt wurde. Fehlerhaft gedruckte Kennziffern beeinträchtigen den Zweck der Anzeige nur unerheblich. Die Höhe der Rechnungsminde- rung bzw. die Größe der Ersatzanzeige muss im Einzelfall mit dem Verlag vereinbart werden.

2.5 Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden diese erst bei der drucktechnischen Verarbeitung deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.

2.6 Im Hinblick auf den unterschiedlichen Ausfall der Papierqualität lehnt der Verlag eine Ersatzleistung oder Rechnungsminde- rung ab, wenn die Papierbeschaffenheit den Druck einer Anzeige beeinträchtigt.

2.7 Die Pflicht des Verlages zur Aufbewahrung von Lithos bzw. Druckvorlagen auf Fotopapier endet drei Monate nach Erscheinen der Anzeige, für die sie verwendet wurden. Vom Auftraggeber zur Verfügung gestellte Unterlagen werden nur auf ausdrücklichen Wunsch des Auftraggebers zurückgesendet.

3 BERECHNUNG UND ZAHLUNG

3.1 Die in der Anzeigenpreisliste verzeichneten Preise und Rabatte gelten nur für die Dauer der Gültigkeit dieser Preisliste. Preiserhöhungen für Anzeigen können auch innerhalb der Laufzeit eines Dauerauftrages oder Abschlusses in Kraft treten.

3.2 Wird ein Auftrag aus Gründen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber

unbeschadet etwaiger Rechtspflichten den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Rabatt dem Verlag rück- zuvergüten. Bei Zwangsbeitreibung, Vergleichen und Konkurs entfällt jeder Rabattanspruch, auch für bereits erschienene Anzeigen.

3.3 Der Verlag ist berechtigt, das Erscheinen von Anzei- gen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen, ohne dass hierdurch dem Auf- traggeber irgendwelche Ansprüche gegen den Verlag erwachsen.

3.4 Beanstandungen sind innerhalb von 10 Tagen nach Rechnungsdatum zu erheben.

4 VERSCHIEDENES

4.1 Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Hauptsitz des Verlages.

4.2 Im Falle höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Scha- densersatz. Insbesondere wird auch kein Schadens- ersatz für nicht veröffentlichte Anzeigen geleistet.

4.3 Angebote auf Kennzifferanzeigen (Chiffre), die von gewerbsmäßigen Vermittlern oder unter miss- bräuchlicher Inanspruchnahme des Kennzifferdienstes eingereicht werden, werden vom Verlag nicht weiter- geleitet. Er ist ermächtigt, Angebote zu Prüfzwecken zu öffnen. Der Auftraggeber der Chiffreanzeige ist damit einverstanden, dass, wenn die Prüfung einen solchen Missbrauch ergibt, die Angebote von der Beförderung ausgeschlossen bleiben. Im Übrigen übernimmt der Auf- traggeber die Verpflichtung, für schnelle Rücksendung der den Angeboten beigelegten Anlagen zu sorgen.

4.4 Stornierungen werden nur bis zum Tag des Anzeigenschlusses akzeptiert.