Auflage 45.000

Deutschland, Österreich & Schweiz

Mediadaten 2022/2023

Das neue trendige Schlagermagazin

hossa! gibt Superstars der Schlager- und Volksmusik, Nachwuchskünstlern und Fans eine Plattform und eine gemeinsame Stimme – 100 Seiten Musik, 100 Seiten Gänsehautmomente, 100 Seiten Information und Unterhaltung.

Über Künstlerinnen und Künstler aus dem Schlager- und Volksmusiksegment wird viel geschrieben und spekuliert. Das Magazin *hossa!* hingegen verzichtet völlig auf unseriösen Klatsch und Tratsch. Vielmehr ist *hossa!* ein Musikmagazin für ein Genre, dessen Fanbase ständig wächst. *hossa!* spricht auf Augenhöhe mit den Stars und fördert junge Künstler. Schlager und Volksmusik sind mehr als Musikrichtungen – vielmehr ist das Genre mit einem einmaligen Gefühl von Geborgenheit und Lebensfreude sowie einem besonderen Lebensstil verbunden. *hossa!* lebt diese Lebensfreude. Deshalb lädt das Magazin zum Genießen ein. Neben viel Musik stellen etwa Künstler ihre Lieblingsrezepte vor. Reisen in die schönsten Regionen laden zum Träumen und Entdecken ein. Modeexperten geben Tipps für moderne, aber auch traditionelle Trachten.

***hossa!* verbindet Stars und Fans.**

Helene Fischer

IM RAUSCH DER SINNE

Helene Fischer startet endlich wieder Volle Kraft voraus

von *Michael Humboldt*

V*olle Kraft voraus*: So startet Helene Fischer in eine neue Phase ihres musikalischen Lebens und ihrer Karriere, mit neuen Songs, die so leidenschaftlich, abwechslungsreich und mitreißend sind, wie man es vom Schlagersuperstar gewohnt ist. Ihre zweite Single *Volle Kraft voraus* aus dem neuen Album *Rausch* handelt von der Veränderung und von den Umbrüchen des Lebens – und von der Befreiung, die jede Veränderung mit sich bringt, weil das Leben nun anders, neu, offener weitergehen kann. Man muss sich nur von der Vergangenheit lösen und den Blick nach vorne auf den Horizont wenden.

Das hat Helene Fischer nun auch privat vor und erwartet voller Vorfreude ihr erstes Kind. Natürlich wird ihr Mutterglück in den bunten Magazinen breit getreten. Wie soll es einem Superstar anders ergehen. Die pünktlich zur Veröffentlichung veröffentlichte dritte Single *Null auf 100* kommt derweil wie ein Pop-Dance-Feuerwerk daher. *Zurück aufs offene Meer* heißt es in einem weiteren neuen Titel. Das ist auch ein Motto der „neuen" Helene Fischer, die sich einmal mehr neu erfunden hat als Sängerin und natürlich als Beobachterin des Lebens. Das ersehnte Album *Rausch* hat natürlich gleich viele berauscht. Schon mit der ersten Single-Veröffentlichung *Vamos A Marte* ist ihr ein fulminanter Auftakt gelungen. Das Duett mit dem Latin-Pop-Superstar Luis Fonsi stieg auf Platz zwei der deutschen Single-Charts ein und bescherte ihr den besten Chart-Entry ihrer Karriere.

Einen Tag nach der Veröffentlichung des neuen Albums *Rausch* konnten sich Helene Fischer-Fans über ein besonderes TV-Highlight im ZDF freuen: Helene Fischers neuer Musikfilm *Im Rausch der Sinne* war eine 60-minütige Reise durch das neue Album und die Seele der Künstlerin. Gänsehaut-Momente auf der Bühne, State-of-the-Art-Inszenierungen eines internationalen Produktionsteams und den Star so persönlich und nah erleben wie noch nie zuvor: Helene Fischer setzte mit *Im Rausch der Sinne* einmal mehr neue künstlerische Maßstäbe. Jeder Song wurde auf besondere Weise neu und aufregend inszeniert. Durch den High-End-inszenierten Konzertfilm mit persönlichen Backstage-Storys führte die Künstlerin selbst. Der Grammy-nominierte britische Regisseur Russell Thomas und der international erfolgreiche Show-Designer Florian Wieder verantworteten die künstlerische Umsetzung des Konzertfilms und garantierten für besondere Show-Momente. Der musikalische Herbst 2021 gehört natürlich wieder Helene Fischer.

helene-fischer.de

RAMPENLICHT

FANTASY IM WEIHNACHTS-ZAUBER

Die Schlager-Hitgaranten feiern das Fest der Liebe

von *Michael Humboldt*

Wir wollten etwas Spezielles machen. Wir haben eine bunte Liederauswahl auf unserem neuen Weihnachts-Album – sowohl gecoverte Songs, als auch eigene Fantasy-Songs, die speziell um Weihnachten herum geschrieben worden sind", verraten Freddy und Martin. Alle Jahre wieder träumen alle von einer weißen Weihnacht – und Fantasy machen es 2021 zumindest musikalisch wieder möglich. Sechs Jahre nach ihrem erfolgreichen X-Mas-Album *Weihnachten mit Fantasy*, das mit über 100.000 verkauften Tonträgern Gold-Status erreicht hatte, präsentierten Freddy und Martin 2020 eine Fortsetzung mit dem Titel *Weiße Weihnachten mit Fantasy*, das direkt von null auf Platz sieben in den Offiziellen Deutschen Albumcharts schoss. Damit erfüllte das erfolgreiche Schlager-Duo den Fans einen langersehnten Wunsch und legt 2021 nun auch mit einer neuen Deluxe-Edition mit 14 Tracks und einer weihnachtlichen DVD – gedreht vor der idyllischen Kulisse auf der Turracher Höhe in Österreich – nach und bringt so ganz große Gefühle in die weihnachtlichen Wohnzimmer.

In den unverkennbaren Fantasy-Sound gehüllt, sorgen die beiden Schlagerstars sowohl mit Weihnachtsklassikern als auch mit neuen Songs für Besinnlichkeit unterm Tannenbaum, unter dem sie zudem ein ganz besonderes Geschenk versteckt haben – nämlich eine deutsche Version des Wham!-Hits *Last Christmas*.

Das Album und die dazugehörige DVD von Fantasy bringen auch ansonsten all das mit, was zu einer traumhaften Weihnacht gehört. Leuchtende Kinderaugen, wenn sich der Papa den roten Weihnachtsmantel umhängt beim Song *Ich spiel für dich den Weihnachtsmann*. Romantik pur, wenn man zum Fest der Liebe erkennt: *Weihnachten ist niemand gern allein*. Und natürlich die Vorfreude, die oft mit einer Kleckerei in der Weihnachtsbäckerei beginnt und die ganze Familie zusammenbringt. Wie einst Rolf Zuckowski und seine Freunde haben sich Freddy und Martin für ihre Interpretation des unvergesslichen Hits *In der Weihnachtsbäckerei* in die heimische Backstube begeben.

Fantasy lassen seit über 20 Jahren Fan-Herzen höher schlagen und haben zuletzt ihr bereits elftes Studioalbum mit dem Titel *10.000 bunte Luftballons* veröffentlicht. In diesem Winter schließt sich dann also wieder der Kreis, wenn sich zu den bunten Luftballons am Schlager-Firmament die bunten Geschenke unterm Tannenbaum hinzugesellen und Fantasy auch in diesem Jahr ihr eigenes kleines Weihnachtswunder voller Magie und Fantasie einläuten.

hossa! hat Freddy und Martin nach ihren ganz persönlichen Weihnachts-Gefühlen befragt

Freddy und Martin was bedeutet für Euch Weihnachten?

Freddy: Weihnachten ist ja irgendwie im Wandel. Das Fest ist nicht mehr so, dass sich die Leute wie früher mit Kleinigkeiten abgeben. Es wird alles immer materieller und weniger so, dass man sich einfach mal mit einem bunt gemischten Weihnachtsteller zufrieden gibt. Das finde ich schade. Für mich ist Weihnachten nach wie vor ein Fest für die Familie.

Martin: Das ist für uns auch in erster Linie ein wichtiges Familienfest. Wir sind normalerweise im Jahr über sehr viel unterwegs, sehen unsere Lieben selten. Deshalb bedeutet Weihnachten für uns, nach Hause kommen, zur Ruhe kommen, mit der Familie zusammen zu sein. Keiner ist gestresst, wir lassen uns Zeit und genießen die Momente mit der Familie.

Wie sind Eure Weihnachts-Titel entstanden?

Freddy: Wir hatten durch den Lockdown einfach mehr Zeit, um uns auf das Songwriting und Arrangieren zu konzentrieren. Die Zeit haben wir genutzt, und da wir wussten, dass sich unsere Fans auch schon lange eine neue DVD wünschen, haben wir uns

10 hossa! #13

Fantasy

Foto: Sandra Ludewig

Rezepte

HERZHAFTE WAFFELN MIT JAMAICAN JERK CHICKEN UND BUTTERMILCH-FENCHEL-SALAT

ZUTATEN für 2 Personen

HÜHNCHEN
2 Hähnchenbrustfilets (je ca. 200 g)
3-4 EL Bio Original Jamaican Jerk N°735
3-2 EL Marcella Bio Olivenöl

SALAT
2 große Fenchelknollen
1 Apfel
3 Karotten
1/2 Bund Schnittlauch
100 ml Buttermilch
70 g Crème fraîche
1/2 TL Zucker
1 EL Apfelessig
2 TL Dijon-Senf
Salz & Pfeffer

WAFFELN
230 g Mehl
1/2 EL Zucker
1/2 TL Salz
1,5 TL Backpulver
1 Ei
4 EL geschmolzene Butter
170 ml Buttermilch
170 ml Sprudelwasser

Jamaican Chicken, auch bekannt als Jerk Chicken, ist ein traditionelles Gericht, das auf den karibischen Inseln serviert wird. Es ist mittlerweile ein absoluter Klassiker unter den BBQ-Rezepten! Wir hatten Lust auf eine ausgefallene Variation und sind in den USA (genauer in Pennsylvania) unterwegs - hier wird das Jerk Chicken gern mit herzhaften Waffeln serviert.

ANLEITUNG

1. 3 EL Olivenöl mit der Jamaican-Jerk-Mischung vermischen. Die Hähnchenbrustfilets beidseitig mit der Marinade einreiben und durchziehen lassen.

2. Währenddessen Fenchelknollen halbieren, den Strunk entfernen und Fenchel in feine Streifen schneiden. Apfel entkernen und in kleine Stücke schneiden. Karotten schälen und grob raspeln. Schnittlauch in Röllchen schneiden und alles in eine Salatschüssel geben.

3. Buttermilch, Crème fraîche, Zucker, Apfelessig und Dijon-Senf verrühren und mit Salz und Pfeffer würzen. Das Dressing unter den Salat mischen und gut durchziehen lassen.

4. Den Ofen auf 200 Grad vorheizen. Falls der Grill bereit steht, dann natürlich ab auf den Grill mit dem Jerk Chicken!

5. Für den Waffelteig Mehl, Zucker, Salz und Backpulver in einer Schüssel mischen. Ei, geschmolzene Butter und Buttermilch in einer separaten Schüssel verrühren und zusammen mit dem Sprudelwasser unter die trockenen Zutaten mixen.

6. Das Waffeleisen vorheizen. 2 EL Olivenöl in einer Pfanne erhitzen und die Hähnchenbrustfilets darin 3 Minuten pro Seite anbraten. In eine Ofenform legen und im Ofen in 15-20 Minuten fertig garen. Währenddessen nach und nach Waffeln ausbacken und in ein Geschirrtuch verpackt warm halten.

7. Das Fleisch aus dem Ofen nehmen und die Waffeln kurz im Ofen nochmals richtig erwärmen. Hähnchenbrust schräg in feine Scheiben schneiden. Je einen großen Löffel von dem Buttermilch-Fenchel-Salat und einige Scheiben Jerk Chicken auf den Waffeln verteilen. Mit etwas Schnittlauch dekorieren und servieren.

Tipp! Wer es richtig knusprig mag, kann noch etwas Speck ausbraten und mit in den Waffelteig geben.

Vorbereitungszeit: 25 Minuten
Kochzeit: 15 Minuten

rimoco.de

87

RAMPENLICHT

Im Jahr 2018 hat Geri sein 30-jähriges Bühnenjubiläum gefeiert

FRECH, MUTIG und ein bisschen VERRÜCKT

Geri der Klostertaler bringt Après Ski und Ballermann zum Beben

Von Michael Humboldt

Foto: G/T Records

4 hossa! #8

FEIERLAUNE

Sie ist eine Frohnatur und verbreitet überall gute Laune. Denise Blum, Schlagersängerin aus Brandenburg, begann schon früh mit dem Singen. Nach dem Spatzenchor in der Domgemeinde und der Ausbildung in der Musikschule in Fürstenwalde gewann sie einen Gesangswettbewerb und wurde auch „Schlagerstimme" von Radio B2. Der daraus folgende Auftritt beim Schlager-Olymp in Lübars vor 22.000 Schlagerfans machte ihr Mut, sich noch intensiver auf ihre musikalische Laufbahn zu konzentrieren.

So hat sie zunächst 2016 ihr Album *So will ich leben* herausgebracht und nun die Maxi-CD *Kunterbunt*, die ihr weitere Türen öffnet.

Der Song *Kunterbunt* liegt der Sängerin besonders am Herzen. „Ich habe so viele wundervolle Menschen kennen lernen dürfen, die trotz negativer Erfahrungen immer noch lebensfroh geblieben sind und weiterhin heldenhaft ihren Alltag meistern. Denen habe ich dieses Thema gewidmet", erklärt sie. Aber auch der Song *Der Einzige* gibt einen tiefen Einblick in ihre eigene Biografie. Diese stimmungsvollen Titel sind in Kooperation mit dem Komponisten und Produzenten Hannes Marold aus Graz in Österreich entstanden. *(pk)*

denise-blum.de

Das Festival der GUTEN LAUNE

Viva Willingen

Stars der Partys

viva-willingen.de

ZUM STAR gebo

Kimberly bringt Stimmung in jede Feier. Die 22-jährige kommt aus dem nordrhein-westfälischen Mind… und war schon in ihrer Kindheit auf d… Bühne zuhause. Professionalität und … geisterung für ihre Musik zeichnen sie a… So sang sie bereits bei vielen größe… Schlagerveranstaltungen und Stadtfesten und durfte vor Größen wie Max Giesinger, Micki Krause oder Truck Stop auftreten.

Neben den ersten musikalischen Gehversuchen im Pop-Genre spürte sie schon

Marold verfasst. Die Schlagerwelt darf gespannt sein, denn 2020 soll das Jahr von Kimberly werden. *(mh)*

kimberly-music.de

36 hossa! #8

LEUCHTTURM

Mit kleinen Schritten zum HIMMEL

Patrick Himmel zu Besuch in unserer *hossa!*-Rhein/Main-Redaktion. Wir sprachen mit dem gebürtigen Frankfurter über seine aktuellen Projekte, seine neue Single *Lieben heißt Leben* und warum er sich für eine Karriere als Schlager-Sänger entschieden hat.

Von Holger Florian

„Mir ist die Nähe zum Publikum sehr wichtig. Es dauert nicht lange, und ich bin nicht nur auf der Bühne, sondern mittendrin."

Patrick, Du bist seit 2014 als Schlagersänger unterwegs und hast bereits zwei Alben veröffentlicht. Wie bist Du zur Musik gekommen?

Musik zu machen und zu singen, war immer mein größter Wunsch, mit allem was dazu gehört. Angefangen vom Kirchen- und Jugendchor, später habe ich in der Schule gesungen. Und mit 16 Jahren habe ich dann überlegt, wie es weitergeht und wie man einen Einstieg in die Musikszene hinbekommt. In meinem Bekanntenkreis gab es aber niemanden, der mit Schlager etwas zu tun hatte, geschweige denn, dass ich damals überhaupt richtig wusste, wohin ich mich musikalisch entwickeln möchte.

Du kommst aus Frankfurt. In der Tat ist die Musikszene bezüglich Schlager-Musik dort nicht unbedingt zu Hause.

In Frankfurt selbst gibt es eine sehr facettenreiche Musikszene. In den 90er Jahren war sie geprägt von House, Techno, den Anfängen des Hip-Hop, aber auch Drum 'n' Bass oder Orientalischem, aber leider von wenig bis keinem Schlager. Ich lernte dann zwei Jungs kennen, die mit dem bekannten Produzenten Moses Pelham gut befreundet waren. So habe ich zunächst den Einstieg über den Hip-Hop gehabt. Relativ human, was die Texte anbelangt, nicht dieser brutale Gangster-Rap. Unser erster Gig im Rahmen eines Hip-Hop-Jams endete dann auch direkt damit, dass wir unter Polizeischutz da heraus mussten, weil die Jungs uns sonst verprügelt hätten. Und so habe ich direkt beschlossen, dass ich in dieser Welt nicht mitspielen möchte. Dazu kam, dass mir ein anderer Produzent sagte, dass meine Hip-Hop-Texte, wenn sie melodischer gesungen werden, ohnehin viel besser als Schlagertitel passen würden. … haben wir dann gemeinsam 2014 das erste Album *Alles auf Rot* produziert.

Schreibst Du die Titel selbst?

Ich habe zunächst angefangen, meine Texte selbst zu schreiben. Später war es dann ebenso schön wie hilfreich, dass auch jemand von außen einen Blick auf mich als Künstler wirft und sich daraus spannende Geschichten und Texte entwickeln. Gemeinsam im Team ist man noch kreativer. Geschichten, die man in seinen Liedern erzählt, werden abwechslungsreicher und zusammen macht es einfach viel mehr Spaß. Und mir ist absolut bewusst, dass man nur als ganzes Team erfolgreich arbeiten kann.

Gerade ist auch Deine aktuelle Single *Lieben heißt Leben* erschienen. Eine sehr gelungene Neuauflage eines Titels, mit dem schon Bernd Clüver Anfang der 90er Jahre erfolgreich war. Wie kam die Idee zustande, diesen Titel nochmal in die heutige moderne Schlagerwelt zu transportieren?

Ich arbeite seit eineinhalb Jahren mit Chris Flanger zusammen, der mich als Radio-Promoter betreut. Er ist auch gleichzeitig der Komponist dieses Songs und hat ihn damals mit Bernd produziert. Eines Tages hat er mir den Titel vorgeschlagen. Nachdem ich ihn mir zunächst bei YouTube angehört habe, muss ich sagen, dass es eine tolle Nummer ist mit einem sehr erwachsenen Text. Das hat mir gefallen, gerade wenn er mit modernen Sounds neu arrangiert und produziert wird. Die Chance wollte ich ergreifen und bin dann direkt nach München ins Studio gefahren, wo auch noch ein Teil der originalen Audiospuren der damaligen Produktion lagen. Dort habe ich dann den Titel neu aufgenommen, und Chris ist über die Neuauflage seines Songs total happy.

Nach Deinen ersten zwei Alben hast Du im letzten Jahr bereits einige neue Singles veröffentlicht. Sind das schon die Vorboten für ein neues Album?

Ganz grundsätzlich wird es diese und weitere Titel irgendwann auch auf einem kompletten Album geben. Der Zeitpunkt steht allerdings noch nicht fest, und die Priorität ist aktuell auch voll auf meine Single-Projekte ausgerichtet. Ich muss sagen, dass ich mit dieser Strategie beim Radio einfach besser funktioniere und so in kürzeren Release-Intervallen, als es mit einem Album möglich wäre, den Namen und die Marke *Patrick Himmel* bekannter machen kann. Mein Live-Repertoire im Rahmen meiner Shows ist auch sehr umfangreich, und mit beiden Alben *Alles auf Rot* und *Neues Spiel, neues Glück* plus zahlreichen Singles ist schon einiges passiert. Und natürlich gibt es bereits fertige Produktionen, mit denen ich meine Fanbase immer wieder ein Stück weit vergrößern kann.

Wo siehst Du Dich selbst in den kommenden Jahren?

Also natürlich wäre ein Auftritt in einer großen Schlager-Show am Samstagabend - zum Beispiel bei Florian Silbereisen - ein großes Ziel. Damit verbunden die überregionale Bekanntheit, die man durch so eine Show erreicht. Hier in meiner Gegend im Rhein-Main-Gebiet kennt man mich schon recht gut, aber natürlich möchte ich auch über die Bundeslandgrenzen hinaus noch bekannter werden. Auch der ZDF-Fernsehgarten, der ja direkt bei mir in der Nähe ist, wäre natürlich ein Traum.

In den vergangenen Jahren warst Du auch einige Male bei *Immer wieder sonntags*, der Sendung von Stefan Mross, zu Gast.

Ja, ich war ja zuletzt mit meiner Single *Es kickt mich bei IwS*. Direkt dort am Sonntagmorgen auf der Bühne zu stehen, ist großartig. Meine neue Single *Lieben heißt Leben* ist auch absolut fernsehtauglich. Ich bin sehr zuversichtlich, dass es auch 2020 mit einem Auftritt klappt.

„Mit meiner Live Performance versuche ich, als Entertainer und Sänger meinen Fans immer die beste Patrick Himmel Show abzuliefern."

Wie kommen Deine Songideen zustande?

Ich arbeite gerne und seit Jahren mit meinem festen Team zusammen. Musik zu schreiben, hat was mit Vertrauen zu tun. Ich vertraue jemandem den Inhalt meines Herzens und meiner Seele an, und derjenige vollendet in seiner Geschichte meine Ideen und Gefühle. Genauso beim Komponieren – ich bin ein Pfeif-Komponist. Das heißt: ich pfeife eine Melodie in mein Handy, und dann bin ich froh, wenn jemand da ist, der das richtig aufgreift.

Welche Projekte hast Du Dir für 2020 vorgenommen?

Als meine Tochter 2014 auf die Welt kam, habe ich den Song *Du bist perfekt* geschrieben und für sie aufgenommen. Den haben wir mit einem ganzen Orchester in Sofia in Bulgarien eingespielt. Eine sehr emotionale und intensive Nummer. Jetzt haben wir wieder Familienzuwachs bekommen. Und auch für meinen Sohn habe ich einen Songtext geschrieben. Es wäre großartig, wenn ich dieses Herzensprojekt bald umsetzen dürfte.

Welches war das größte Kompliment, das Dir jemals im Zusammenhang mit deiner musikalischen Karriere gemacht wurde?

Beim Song *Du bist perfekt* sagte eine Frau aus dem Publikum, dass sie vor lauter Emotionen geweint hat, weil es sie so stark berührt hat. Das ging mir so unter die Haut, dass ich selbst feuchte Augen hatte.

Fotos: Kevin Kölke

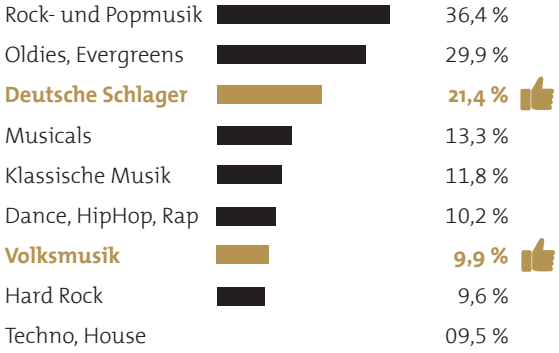
16 hossa! #8 · hossa! 17

Schlager boomt

Schlager und Volksmusik erfreuen sich steigender Beliebtheit. Das zeigen aktuelle Umfragen sowie der Erfolg von Schlager in den Charts und die Quoten der einschlägigen TV-Shows. Das Magazin *hossa!* wird diesem Trend gerecht und informiert die breite Fanbase exklusiv über aktuelle Trends und Hintergründe.

Beliebtheit von Schlager

Anteil der Befragten, welche die jeweilige Musikrichtung gerne hören:



31,3% Schlager & Volksmusik

Quelle: ifD Allensbach, 2017; 23.356 Befragte, Hochrechnung auf 70,09 Millionen Personen, deutschsprachig, ab 14 Jahren

Schlager in den Charts

Schlager in den offiziellen deutschen Albumcharts:

PLATZ	KÜNSTLER	ALBUM
1	HELENE FISCHER	HELENE FISCHER
2	Ed Sheeran	÷ Divide
3	Die Toten Hosen	Laune der Natur
4	Kollegah & Farid Bang	Jung, brutal, gutaussehend 3
5	THE KELLY FAMILY	WE GOT LOVE
6	Various Artists	Sing meinen Song Vol. 4
7	Peter Maffay	MTV Unplugged
8	SANTIANO	IM AUGE DES STURMS
9	Rammstein	Rammstein: Paris
10	Depeche Mode	Spirit

DREI Schlagerstars in den Top 10

Quelle: GfK Entertainment

Schlager im TV

Top Einschaltquoten von Schlagershows im TV:

Das Adventsfest der 100.000 Lichter	6,76 Millionen
Schlagerboom – das intern. Schlagerfest	6,25 Millionen
Die Helene Fischer-Show	6,11 Millionen
Das große Fest der Besten	5,68 Millionen
Das Glückwunschfest – Silbereisen gratuliert	5,41 Millionen
Eurovision Song Contest	9,38 Millionen

TOP QUOTEN IM TV

Quelle: Media Perspektiven Zielgruppe. +3

hossa! verbindet ...

Foto: MCP Joenesson

RAMPENLICHT

In der Rubrik „Rampenlicht" kommen die Stars, die bereits ganz oben stehen, exklusiv zu Wort. Sie erzählen über ihre Projekte und alles, was sie bewegt – unverfälscht und direkt.

LEUCHTTURM

Im „Leuchtturm" stellt *hossa!* Nachwuchskünstler vor. Wir sehen uns um: Welcher Einzelkünstler oder welche Band wird bald im Rampenlicht stehen?

Foto: Sven Doelle

FEIERLAUNE

In „Feierlaune" geht es um Mallorca, Après-Ski sowie Partyschiffe, Schlagermoves und vieles mehr. Kurzum: Gute Laune und alles, was Spaß macht, werden hier groß geschrieben.

URSPRUNG

Foto: DOC RABE Media/Adobe Stock

Viele volkstümliche Künstler finden ihre Anfänge in der Blasmusik oder in der echten Volksmusik. Die Rubrik widmet sich dem musikalischen Ursprung und dem Brauchtum.

TELLERRAND

Hier findet Swing genauso Platz wie etwa Chansons oder Künstler, die den Ursprung des Schlagers, Lieder aus den Zwanziger- und Dreißiger Jahren, für sich entdeckt haben.

… Stars und Fans!

EINBLICK

Foto: Mediengruppe RTL Deutschland

hossa! geht der Frage nach, wie die erfolgreichen Hits eigentlich entstehen. Produzenten, Komponisten und Texter gewähren in spannenden Interviews Einblick in ihre Arbeit.

Foto: Viertbauer Management

ERINNERUNG

Die Siebziger Jahre gelten als Blütezeit des deutschen Schlagers. *hossa!* spricht mit Stars der Zeit, Zeitzeugen und Künstlern, die immer noch im Rampenlicht stehen.

FREIZEIT

In „Freizeit" dreht sich alles um Reisen in die schönsten Regionen, um Mode sowie kulinarische Höhepunkte. So werden Stars etwa ihre Lieblingsrezepte und Urlaubsziele vorstellen.

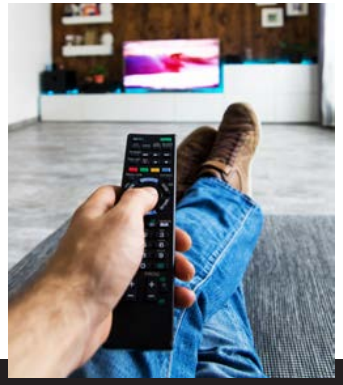


Foto: ghazii/Adobe Stock

MEDIEN

In der Rubrik erfahren die LeserInnen alles über Schlager und Volksmusik in TV und Radio. *hossa!* beleuchtet in Exklusivinterviews aber auch die Hintergründe erfolgreicher TV-Serien.

FANZONE

Foto: Telamo

Natürlich ist auch die „Fanzone" eine wichtige Rubrik. Fans sind schließlich die Basis des Erfolgs eines jeden Künstlers. In der Rubrik stellt *hossa!* Fanclubs vor.

Erscheinungsweise

4x jährlich

Druckauflage

45.000

Verbreitung

DEUTSCHLAND
ÖSTERREICH
SCHWEIZ

Nr.	Redaktionsschluss	DU-Schluss	EVT
Ausgabe 14	17.01.2022	24.01.2022	08.02.2022
Ausgabe 15	22.04.2022	30.04.2022	10.05.2022
Ausgabe 16	22.07.2022	27.07.2022	09.08.2022
Ausgabe 17	21.10.2022	25.10.2022	08.11.2022
Ausgabe 18	23.01.2023	01.02.2023	10.02.2023

Werbemöglichkeiten

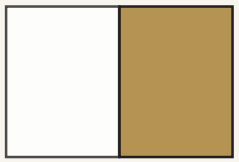
DOPPELSEITE

Klassisch/
Advertorials

6.120 €

420x297 mm
+ 3 mm Beschnitt

EINZELSEITE



Klassisch/
Advertorials

4.210 €

210x297 mm
+ 3 mm Beschnitt

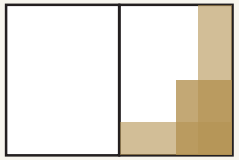
HALBSEITE

Klassisch/
Advertorials

2.600 €

Hochformat: 105x297 mm
Querformat: 210x148,5 mm
+ 3 mm Beschnitt

VIERTELSEITE



Klassisch/
Advertorials

1.700 €

Hochformat: 52,5x297 mm
Querformat: 210x74,25 mm
Blockformat: 105x148,5 mm
+ 3 mm Beschnitt

1/3 SEITE

Klassisch/
Advertorials

2.150 €

Hochformat: 70x297 mm
Querformat: 210x99 mm
+ 3 mm Beschnitt

SONDERPLATZIERUNGEN

U2, U3	5.550 €	Anzeige plus Social Media	+7%
U4	6.450 €	Kooperationen/Specialdeals	auf Anfrage
Anzeige + Webbanner	+10%	Mengenrabatt	ab 3 Anzeigen
Erstbucher-Rabatt	-10%		

Alle Preise zuzüglich MwSt.

Auflage: 45.000
Erscheinungsweise: 4x jährlich
Herausgeber: DI Presseverlag / Patric Knittel
Chefredakteur: Michael Humboldt
Verlag- und Redaktionsadresse: DI Presseverlag
Petersbergstraße 13
66119 Saarbrücken

Anzeigenkontakt: anzeigen@hossa-magazin.de
Redaktion: redaktion@hossa-magazin.de
Datenanlieferung: daten@hossa-magazin.de

Kontakt

DI Presseverlag

Patric Knittel

Petersbergstr.13

66119 Saarbrücken

Tel.: +49 - 681 - 390766-0

patric.knittel@hossa-magazin.de

Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. „Anzeigenauftrag" im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbung Treibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung. Alle Preisangaben verstehen sich zzgl. gültiger Mehrwertsteuer.

2. Die Rabattierung von geschalteten Anzeigen richtet sich nach und verändert sich mit den jeweils aktuellen Anzeigenaufkommen des Auftraggebers. Die Rabattierung von Anzeigen erhöht sich schrittweise mit dem geschalteten Anzeigenvolumen des Auftraggebers (Staffelung laut Liste) innerhalb eines Geschäftsjahres.

3. Eine nachträgliche Rabattierung und Rückvergütung von im Anfang des Geschäftsjahres gebuchten Anzeigen um eine mögliche Differenz der Firmen-Rabattierung zu Beendigung des Geschäftsjahres ist möglich.

4. Wird ein Anzeigenauftrag 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 in den Risikobereich des Verlages fällt.

5. Die Aufnahme von Anzeigen und Fremdbeilagen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift erfolgt dann, wenn der Auftraggeber erklärt hat, dass die Anzeige oder Fremdbeilage in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift erscheinen soll und dies vom Verlag ausdrücklich bestätigt worden ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

6. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige" deutlich kenntlich gemacht.

7. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form abzulehnen, wenn der Verlag aufgrund pflichtgemäßen Ermessens einen Verstoß der betreffenden Anzeige gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten feststellt oder die Veröffentlichung erkennbar für den Verlag unzumutbar ist. Beilagenaufträge werden nicht durchgeführt, wenn die Beilagen durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Darüber hinaus kann der Verlag Beilagenaufträge aus technischen und vertrieblichen Gründen bis zur Vorlage eines Musters der Beilage und ihrer Billigung ablehnen. Die Ablehnung wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Für die inhaltliche Gestaltung der Anzeige übernimmt der Verlag keine Haftung. Der Auftraggeber haftet dafür, dass sein Auftrag keine Schutzrechte Dritter verletzt und stellt insofern den Verlag von allen Ansprüchen aus der Benutzung solcher Schutzrechte frei.

8. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordertder Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Auftraggeber trägt die Gefahr für den rechtzeitigen Zugang der entsprechenden Ersatzunterlagen. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

9. 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 Nachfrist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Rücktrittsrecht. Der Verlag haftet nicht für einfache Fahrlässigkeit. Dieser Haftungsausschluss gilt nicht im Fall des Fehlens zugesicherter Eigenschaft. Der Verlag haftet nur bei Verzug oder Unzulänglichkeit für vorhersehbare Schäden, jedoch nur bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts. Schadensersatzansprüche aus Delikt sind ausgeschlossen, es sei denn, der Schaden wurde vorsätzlich oder durch grobe Fahrlässigkeit verursacht, dies gilt auch bei Handlungen unserer Verrichtungs- und Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten für grobe Fahrlässigkeit ein Ersatz auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Im übrigen gilt § 377 HGB, darüber hinaus müssen Reklamationen – außer bei offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

10. Bei Vorliegen von Tatbeständen, die als höhere Gewalt gelten - wie Streik, Aussperrung, Betriebsstörung o.Ä. - und die dem Verlag die Vertragserfüllung unmöglich oder unzumutbar machen, befreien diese den Verlag für die Dauer ihres Vorliegens von der Pflicht zur termingerechten Veröffentlichung der Anzeige. Der Auftraggeber wird hierüber unverzüglich benachrichtig und die gegenseitigen Vertragsverpflichtungen sind den veränderten Verhältnissen nach treu und Glauben entsprechendanzupassen.

11. Probeabzüge vom im Verlag gestalteten Anzeigen werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

12. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlungen werden nach Preisliste gewährt.

13. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung 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 einem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

14. Scheckhergabe gilt erst nach Einlösung als Zahlung. Ist der Auftraggeber Kaufmann, so ist die Zurückhaltung von Zahlungen wegen irgendwelcher nicht vom Verlag anerkannten Gegenansprüche des Auftraggebers nicht statthaft, eben so wenig die Aufrechnung mit solchen.

15. Tritt der Auftraggeber unberechtigt von einem erteilten Auftrag zurück, kann der Verlag – unbeschadet der Möglichkeit, einen höheren tatsächlicheren Schaden geltend zu machen – 50% des Anzeigenwertes für die durch die Bearbeitung des Auftrages entstandenen Kosten und für entgangenen Gewinn fordern. Dem Auftraggeber bleibt der Nachweis eines geringen Schadens vorbehalten. Tritt der Auftraggeber 3 oder weniger Tage vor Druckbeginn der jeweiligen Ausgabe von der Anzeigenbuchung zurück, sind 75% des Anzeigenpreises zur Zahlung fällig. Tritt der Auftraggeber am Drucktag vom Auftrag zurück oder liefert der Auftraggeber die Anzeigenvorlage nicht fristgemäß bis zum Tag vor dem Druck, sind 100% des Anzeigenpreises fällig.

16. Der Verlag liefert nach der Rechnung einen Anzeigenbeleg in Form von einer oder mehrerer Belegnummern. Eine Garantie für pünktliche oder ordnungsgemäße Zustellung übernimmt der Verlag nicht. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

17. Kosten für die Anfertigung bestimmter Druckvorlagen und Zeichnungen sowie die vom Auftraggeber gewünschte und zu vertretende erhebliche Änderung ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

18. Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechungen mit den Werbung Treibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährten Mittlungsvergütungen dürfen an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

19. Sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist, treten neue Tarife bei Preisanpassung auch für laufende Aufträge sofort in Kraft; dies gilt gegenüber Nichtkaufleuten nicht bei Aufträgen, die innerhalb von vier Monaten nach dem Vertragsabschluß abgewickelt werden sollen. 20. Ein Konzernrabatt wird für Tochtergesellschaften nur dann gewährt, wenn der schriftliche Nachweis einer Kapitalbeteiligung von mehr als 50% erbracht wird.

21. Preis für Beihefter, Beikleber und technische Sonderausführungen sind nicht Bestandteil der Preisliste und müssen mit dem Verlag direkt ausgehandelt werden. Der Verlag haftet auch nicht für Transport-, Speditions- oder Zollgebühren, wenn nicht ausdrücklich anders vereinbart.

22. Diese Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beihefter oder technische Sonderausführungen.

23. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages, Saarbrücken. Gerichtsstand ist, soweit das Gesetz zwingend nichts anderes vorsieht, der Sitz des Verlages. Für den Fall, dass der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt ist, sowie für den Fall, dass der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart. Es gilt ausschließlich deutsches Recht - auch wenn der Auftraggeber seinen Firmensitz im Ausland hat. Sollte eine Bestimmung nichtig sein oder werden, so bleibt die Gültigkeit der anderen Bestimmungen hiervon unberührt.