

Rolling Stone

GERMANY

MEDIA DATA

PRICE LIST NO. 32, VALID FROM 01.03.2025

2025



THE BRAND

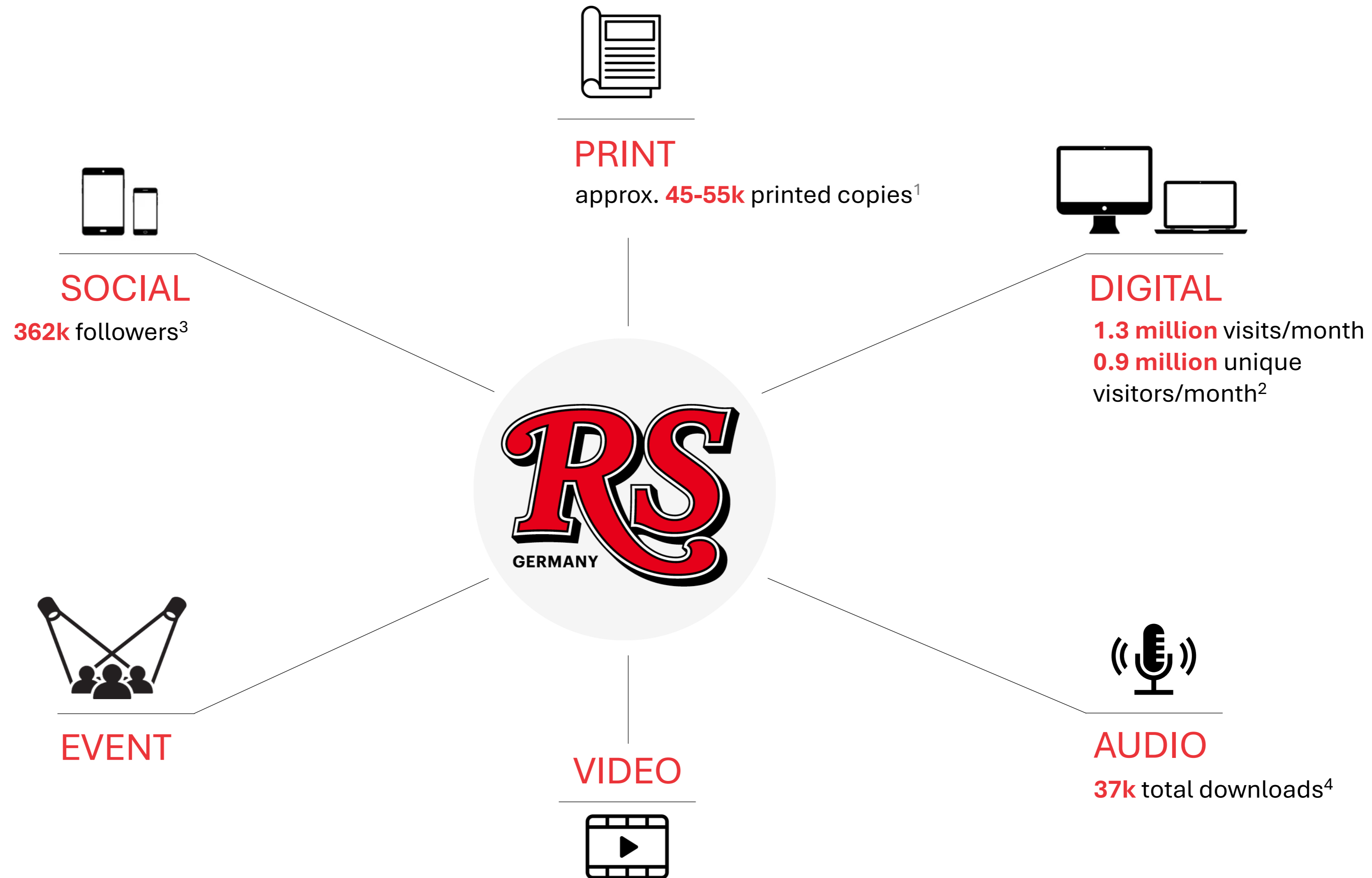
"ROLLING STONE is the leading music media brand in Germany. And works with the best writers and photographers. Always with attitude - whether in the magazine, on our digital channels or live and direct."

Sebastian Zabel, Editor-in-Chief

Probably the world's best-known music logo stands for the best pop journalism. And for more than just music - for an attitude to life, a lifestyle.

ROLLING STONE tells of the power with which the children of rock'n'roll are changing society, as well as the most exciting new bands, the most interesting artists, developments in film and literature, art and culture, politics and entertainment.

RANGE



Source: ¹ Internal survey, Nov. 2024; ² Visits / Unique Visitors Adobe Analytics Ø 2024; ³ Added reach, Facebook, Instagram, X, WhatsApp, YouTube - Oct. 24; ⁴ Added total downloads: Voluntary film review, Rolling Stone Weekly - Ø Sep. 24 to Feb. 25

COMMUNITY DIGITAL

59%

Male



41%

Female

Household
Net
Income



Ø **3.360 €**

Professional
activity



In training **4%**
Employed **74%**
Pensioner **22%**

Age



30 to 39 years **20%**
40 to 49 years **26%**
50 to 59 years **26%**
60 to 69 years **17%**

Family
stood



single **37%**
married **50%**

Consumer
scope



300 to under 500 € **19%**
500 to under € 750 **17%**
750 € and more **15%**

PRODUCT INTERESTS

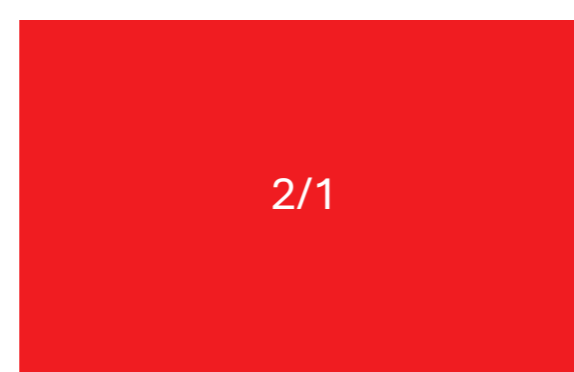
SMARTPHONES	0,63	0,51	PARFUME
HOLIDAY TRAVEL	0,59	0,49	MODE
SHOES	0,55	0,47	PASSENGER CAR
MOBILE & DESKTOP COMPUTING	0,54	0,42	STREAMING (FILM/SERIES)
BEAUTY & HEALTHCARE	0,52	0,41	CONSUMER ELECTRONICS
MOBILE APPS	0,52	0,40	CASH INVESTMENTS

In millions

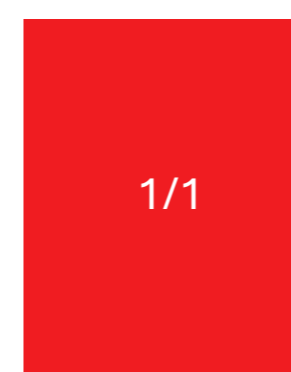
FORMAT PRICES



IMPACT PAGE
 Bleed¹
 232 x 302
 Price
 13.820,-



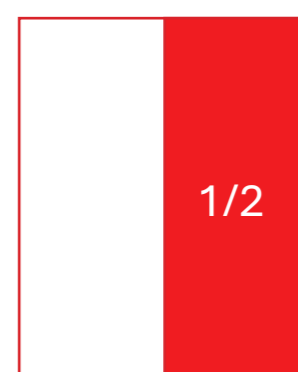
2/1
 Bleed¹
 464 x 302
 Type area
 446 x 277
 Price
 23.040,-



1/1
 Bleed¹
 232 x 302
 Type area
 212 x 277
 Price
 11.520,-



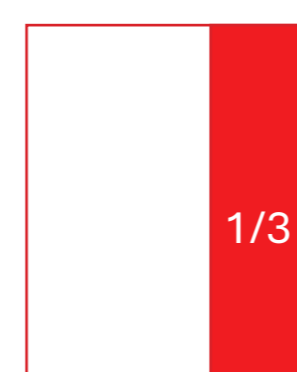
1/2
Across
 Bleed¹
 232 x 150
 Type area
 212 x 136
 Price
 6.910,-



1/2
High
 Bleed¹
 108 x 302
 Type area
 98 x 277
 Price
 6.910,-



1/3
Across
 Bleed¹
 232 x 103
 Type area
 212 x 89
 Price
 4.610,-



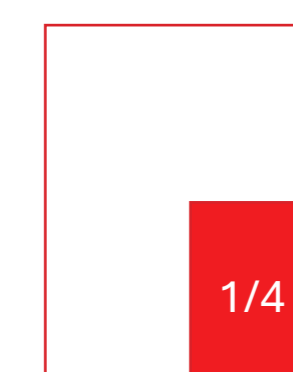
1/3
High
 Bleed¹
 71 x 302
 Type area
 63 x 277
 Price
 4.610,-



1/4
Across
 Bleed¹
 232 x 82
 Type area
 213 x 68
 Price
 4.030,-



1/4
High
 Bleed¹
 56 x 302
 Type area
 45 x 277
 Price
 4.030,-



1/4
Block
 Type area
 98 x 136
 Price
 4.030,-

All prices in Euro plus VAT. | No placement commitments for adverts placed on the same page. Special formats, inserts & other ad specials on request. 13 MM BLEED ON ALL SIDES.

PRINT ADVERTORIAL



Advertise with the **look and feel of ROLLING STONE!**

- You supply your advertising material and we create your customised, native content.

2/1 pages 23.040 €

1/1 page 11.520 €

½ page 6.910 €

Prices are eligible for discount and AE.
Plus creation costs: from €1,500, not eligible for discount or AE.



30 Jahre ROLLING STONE: Vergangenheit, Gegenwart und die Zukunft der Musik

Der deutsche ROLLING STONE wird 30 Jahre alt – ein guter Anlass, um auf Vergangenes zurückzublicken, und ein noch besserer Grund zum Feiern. Am 24. Oktober lud die Redaktion im Prince Charles in Berlin-Kreuzberg Wegbegleiter, Musiker und Künstler ein und der Abend bot alles, was man sich von einem runden Jubiläum erhofft: lebhaftes Diskussions, großartige Musik und eine Prise Nostalgie.

Zum Auftakt dreht die ROLLING STONE-Redaktion den Spieß einfach um: Nicht sie sind es, die Fragen stellen, sondern Autor und „Element of Crime“-Musiker Sven Rege-ner, der schon etliche Male von den Redakteuren interviewt worden ist. Mit ihm tauschen sich Arne Willander, Sassan Niasseri, Maik Brüggemeyer, Birgit Fuß und Sebastian Zabel über die Rolle des Magazins aus, das seit drei Jahrzehnten die deutsche Musik- und Kulturlandschaft prägt. ROLLING STONE sei für sie viel mehr als nur ein Magazin für Rockmusik. Es gehe immer darum, die Musik in den Kontext der Zeit zu stellen – was sagt die Musik über uns aus? Was macht sie mit der Gesellschaft, in der wir leben? Mit der Gründung im Jahr 1994 füllte der ROLLING STONE eine Lücke im deutschsprachigen Raum, indem er nicht nur Musikcharts und Hypes abbildete, sondern seit jeher auch die Geschichten hinter den Songs und Artists erzählt.

Dass in einer Zeit, in der Streaming-Dienste den Musikkonsum dominieren, trotzdem immer noch kuratierte Musik gefragt ist, beweisen die weiterhin guten Abonnementzahlen. „Wir sind Menschen, keine Algorithmen“, scherzt die Redaktion. Viele Menschen hätten es satt, in den Empfehlungsschleifen von Spotify und Co. auf einen begrenzten Musikstil oder bestimmte Bands reduziert zu werden – und das Magazin helfe dabei, öfter über den Tellerrand hinauszuschauen.

Der musikalische Teil des Abends begann mit einem Live-Auftritt von Christin Nichols. Ihre energiegeladene Performance setzt ein starkes Zeichen dafür, warum Live-Musik auch heute noch einen so wichtigen Teil des Magazins ausmacht. Für „The future of music“ steht auch Überraschungsgast Adesse, der Leroy Youssouf alias Bleem auf die Bühne bringt und die Stimmung im früheren Indoor-Pool der Location mit smarten R'n'B-Texten anheizt. Ohne Frage: Das Highlight ist ein exklusives Mash-up von zwei seiner noch unveröffentlichten Tracks.

Neben der Musik zählt für ROLLING STONE seit jeher auch die visuelle Ebene: Schauspieler und Fotograf Thomas Kretschmann meldet sich mit einer Videobotschaft aus Los Angeles und bedankt sich für mittlerweile 74 im Print erschienene Arbeiten. Die Kolumne „The Look“ erscheint regelmäßig auf der letzten Seite des Magazins. Mit seinen Fotografien hält er seit Jahren die popkulturellen Highlights aus seiner Perspek-



tive fest und zieht die Gäste auch live vor Ort an den Wänden der Venue in ihren Bann. Auf der Tanzfläche und in Gesprächen zwischen den Fotowänden und legendären Magazinecovern wird schließlich bis spät in die Nacht zu den DJ-Sets von Digitalism, Sarah Farina und der Detroit Techno-Legende Juan Atkins gefeiert.

Wenn ein Abend so sehr im Zeichen von Musik und Kunst steht, spielt auch der Sound eine entscheidende Rolle. Bowers & Wilkins ist als Sponsor dabei – eine Marke, die für exzellenten Klang steht und seit jeher die Werte des ROLLING STONE teilt. Mit Produkten wie dem P8 Over-Ear-Kopfhörer für ein immersives Hörerlebnis mit Geräuschunterdrückung und den P8 True Wireless In-Ear-Kopfhörer für erstklassige Audio-Performance im Alltag klingt Musik daher exakt so, wie sie von Artists kreiert wird – authentisch, direkt und stets kompromisslos intensiv. Die Gäste von Bowers & Wilkins sowie ausgewählte VIPs wurden mit den neuesten Bowers & Wilkins Kopfhörern ausgestattet: den P16 True Wireless In-Ear-Kopfhörern, die erstklassigen Sound für unterwegs bieten, und den P8 Over-Ear-Kopfhörern, die den unverwechselbaren Bowers & Wilkins Sound liefern.

Die Feier zum 30. Geburtstag eines der wichtigsten Musikmagazine Deutschlands ist nicht nur eine Hommage an die vergangenen Jahrzehnte, sondern auch ein Versprechen für die Zukunft. Denn eines ist sicher: Musik und Kultur stehen niemals still – ebenso wenig wie der ROLLING STONE.

DATES SPECIFICATIONS

ISSUE NO.	EVT	AS	YOU
02/2025	31.01.25	23.12.24	30.12.24
03/2025	28.02.25	22.01.25	27.01.25
04/2025	28.03.25	19.02.25	24.02.25
05/2025	25.04.25	19.03.25	24.03.25
06/2025	30.05.25	23.04.25	28.04.25
07/2025	27.06.25	21.05.25	26.05.25
08/2025	25.07.25	18.06.25	23.06.25
09/2025	29.08.25	23.07.25	28.07.25
10/2025	26.09.25	20.08.25	25.08.25
11/2025	24.10.25	17.09.25	22.09.25
12/2025	21.11.25	15.10.25	20.10.25
01/2026	19.12.25	12.11.25	17.11.25



PAPER FORMAT
232 mm x 302 mm (bleed)

BLEED
3 mm on all sides

BLEED MOTIFS
Design elements of the advert, that are not cut must have a distance of at least 8 mm to the format have a border around the booklet.

PAPER
Cover: PT 1 | Content: 70g/m2 Holmen TRND 1.6.

PRINT
Cover: Offset | Content: Web offset

DIGITAL PRINT TEMPLATES
Cover: ISO coated_v2 300% (ECI)
Content: PSO INP (ECI)

FILE FORMATS
Layout files: PDF
Image files: Photoshop (Mac and PC)

RESOLUTION
Image components CT: 300 dpi = 120 L/cm
Linework LW: 1,200 dpi = 480 L/cm

PROCESSING
Adhesive binding

CONTACT/DISPATCH TO:
dispo@mediahouse-berlin.de
or www.duon-portal.de