

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/72145/1493195/-business-punk-das-neue-business-lifestyle-magazin-am-15-oktober-2009-erscheint-das-neue-magazin> abgerufen werden.

G+J Wirtschaftsmedien

"Business Punk" - das neue Business-Lifestyle-Magazin: Am 15. Oktober 2009 erscheint das neue Magazin der G+J Wirtschaftsmedien mit dem Heft-Motto "Work hard. Play hard."

14.10.2009 - 12:31 Uhr, G+J Wirtschaftsmedien

Hamburg (ots) - Druckauflage 100.000 Exemplare / Cypypreis sechs Euro / Business Punk-Protagonist Richard Branson mit seinem Erfolgsmodell als Titelgeschichte / Oliver Kahn im Interview

Hamburg, 14. Oktober 2009 - Mit dem Business-Lifestyle-Magazin "Business Punk" erweitern die G+J Wirtschaftsmedien ihr Titelportfolio um ein neues Magazin. Das Heft richtet sich vorwiegend an Männer zwischen 25 und 39 Jahren, die etwas bewegen und Erfolg haben wollen und bereit sind, dafür hart zu arbeiten. "Business Punk" ist für alle, in deren Work-Life-Balance "Work" und "Life" kein Gegensatz sind, sondern zusammengehören, weil ihnen beides Spaß macht. "Business Punk" erscheint in diesem Jahr am 15. Oktober 2009 zunächst als "One shot" - mit der Chance auf eine Frequenzerhöhung in 2010. Die Druckauflage liegt bei 100.000 Exemplaren, der Cypypreis beträgt sechs Euro. Das 156 Seiten starke Heft im Magazin-Format wird drei Monate im Handel präsent sein. "Mit der ersten Ausgabe von 'Business Punk' demonstriert Deutschlands größte Wirtschaftsredaktion ihre journalistische Innovationskraft und die Fähigkeit, neue Dinge erfolgreich im normalen Tagesgeschäft umzusetzen", erklärt Jan Honsel, Verlagsleiter G+J Wirtschaftsmedien.

"Business Punk" wurde von einem Redaktionsteam rund um die beiden Ideengeber Anja Rützel und Nikolaus Röttger konzipiert, das Layout von der Agentur Twotype gemeinsam mit dem Art Director der G+J Wirtschaftsmedien, Dominik Arndt, entwickelt. Das Heft gliedert sich analog zum Heftmotto in die zwei Teile "Work" und "Play". In "Business Punk" geht es um Wirtschaft jenseits von Umsatzzahlen und Gewinnprognosen. Es geht um das laute, schnelle Leben hinter dem Business. Im Mittelpunkt stehen der Job-Alltag und vor allem jene Menschen, die in Unternehmen etwas unternehmen so wie Virgin-Gründer Richard Branson. Die Ikone aller Business Punks verrät in der Titelgeschichte seine Gesetze des Erfolgs: "Ich breche Regeln, das ist meine Regel". Gleichzeitig spürt das Heft der Frage nach, wie viel Anderssein man sich in einem Unternehmen überhaupt erlauben kann.

Oliver Kahn spricht im Interview über Ehrgeiz und taktische Fouls - im Fußball wie im Job. Die Scout24-Gründer erzählen, wie Erfolg und Krisen ihre Freundschaft beeinflusst haben. Und junge Anwälte, Berater und Banker berichten von ihren Nachtschichten, die sie manchmal einlegen müssen. "Man verbringt mehr Zeit im Büro als irgendwo anders. Kollegen werden zu Freunden, manche aber auch zu Konkurrenten. Man will sein Projekt schaffen, erfolgreich sein, freut sich, wenn es klappt. Der Job ist unser Alltag und bestimmt unser Leben. Trotzdem will man nach der harten Arbeit etwas erleben, ausgehen, Freunde treffen. Für alle, die dieses Leben kennen, haben wir 'Business Punk' gemacht", sagt Redaktionsleiter Nikolaus Röttger.

Das Magazin "Business Punk" ist aus dem letztjährigen Kreativwettbewerb "Grüne Wiese" des Verlagshauses Gruner + Jahr hervorgegangen und wird zum Verkaufsstart mit einer von der Agentur KNSK gestalteten Publikumskampagne in Titeln wie Stern, Focus, Spiegel, Capital oder FTD beworben. Zeitgleich startet auch die Website www.business-punk.com mit weiteren Inhalten und Informationen zum Heft sowie einem Interview mit Redaktionsleiter Nikolaus Röttger.

@@infblk@@

Pressekontakt:
Joachim Haack, Sprecher G+J Wirtschaftsmedien
c/o PubliKom Kommunikationsberatung GmbH
Telefon: +49-40-39-92-72-0, Telefax: +49-40-39-92-72-10

E-Mail: jhaack@publikom.com

Originaltext:

G+J Wirtschaftsmedien

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/72145/g-j-wirtschaftsmedien>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_72145.rss2