

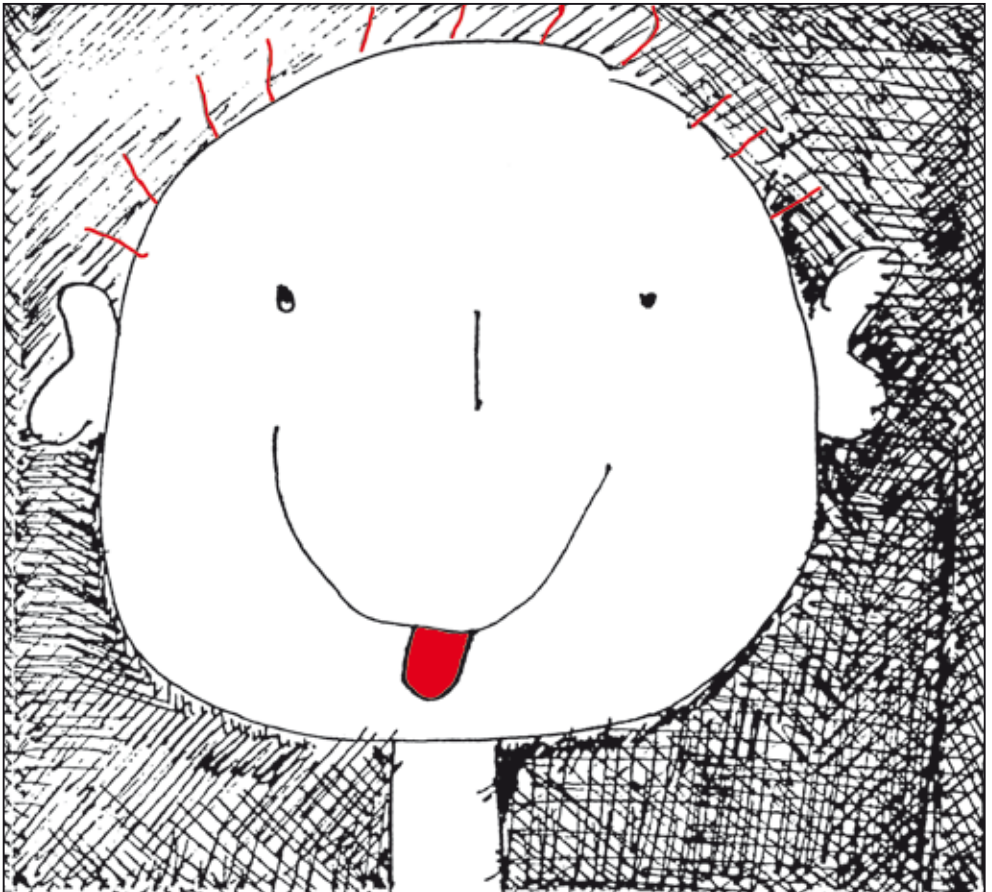
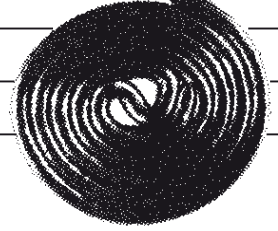
Lakritze

Das Familienmagazin für 3 Generationen

Anzeigenpreisliste

Stadt Darmstadt - Landkreis Da-Dieburg

gültig ab Februar 2010



Lakritz. Das Familienmagazin für 3 Generationen

Schon vor 20 Jahren, als Lakritz erstmals erschien, leisteten wir Pionierarbeit. Es gab noch nicht in jedem Haushalt Internet & Co, wir haben stellvertretend für Kinder und Eltern Anschriften und Termine in und um Darmstadt gesammelt und sie in „Lakritz“ gebündelt aufgeschrieben, haben Einrichtungen und Initiativen vorgestellt, und und ...

Lakritz berichtet auch künftig über Veranstaltungen und Angebote für Kinder und Eltern in und um Darmstadt. Aber wir leisten auch heute wieder Pionierarbeit: jede Lakritz-Ausgabe enthält nun einen eigenen Magazinteil mit Informationen für die Leser über 55, einer Generation, die früher „alte Leute“ waren, die heute aber selbstverständlich und aktiv zur Familie gehört. Es ist eine Generation, die nichts mehr beweisen muss und deshalb ein kostbares Gut besitzt, nämlich Zeit, Gelassenheit und soziale Kompetenz. Großeltern basteln, experimentieren und unternehmen heute viel mit ihren Enkeln, umgekehrt profitieren sie von ihren Enkeln, von deren Neugier und Tatendrang und deren aktuellem Wissen z.B. zu Computer und Handy. Es ist ein Gewinn für Alte und Junge, miteinander zu leben.

Ähnlich verhält es sich bei der Herstellung unseres Magazines. Alle Beteiligten profitieren vom Miteinander. Lakritz gibt es kostenlos, wir brauchen Menschen, die uns durch eine Anzeigenschaltung unterstützen, die Anzeigen sind unsere wirtschaftliche Basis. Wir berichten über die vielen und wichtigen Initiativen, Dienstleistungen und Angebote in der Region, andererseits finden Geschäftsleute in der generationsübergreifende Mischung der Lakritz-Nutzer eine wichtige Zielgruppe, um ihre Produkte oder Dienstleistungen erfolgreich vorstellen zu können.

Lakritz erscheint in einer Druckauflage von 16.000 Exemplaren in und um Darmstadt und im Landkreis Darmstadt-Dieburg. Kostenlos erhältlich ist es überall dort, wo sich Kinder, Eltern und Großeltern aufhalten. Dazu kommen auf unserer Internetseite derzeit ca. 12.000 Besuche pro Ausgabe..

Herausgeber und Redaktion:

Lakritz Verlag, Gudrun Diller-Etz, Textorstraße 75, 60594 Frankfurt
Tel. 069 / 6032101, gudrun.diller-etz@lakritz-magazin.de, www.lakritz-magazin.de
Bankverbindung: Sparkasse Darmstadt, Konto 624080, BLZ 508 501 50

Wissenswertes rund um die Anzeige

Auflage pro Ausgabe:	17.000 Druckauflage 12.000 Besuche im Internet (Stand Oktober 2009)
Format:	DIN A 5, 148 mm breit x 210 mm hoch, 3-spaltig (ggf. 2-spaltig)
Spaltenbreite:	1 Spalte = 41 mm; 1,5 Spalten = 63 mm; 2 Spalten = 86 mm; 3 Spalten = 131 mm
Erscheinungsweise:	kostenlos 6 x im Jahr Dez/Jan; Feb/März; April/Mai; Juni/Juli; Aug/Sept; Okt/Nov
Heftumfang:	64 Seiten (davon 16 Seiten s/w)
Redaktionsschluss:	der 10. des Vormonats
Preise:	Die genannten Preise gelten für Farbanzeigen Text zzgl der gültigen MwSt (s/w-Anzeigen kosten 20 % weniger). Die genannten Preise sind Ortspreise, sie gelten nicht für Werbeagenturen und Mittler. Gültigkeit haben die Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen in Zeitschriften.
Rabatte:	Sie gelten innerhalb eines Erscheinungsjahrganges. Bei 6 x Anzeigenschaltung jeweils 10 %, bei 3 x je 5 %. Für Farbzuschläge und Beilagen gelten keine Rabatte. Bei Anzeigenbuchung zum Jahresbeginn für das kommende Erscheinungsjahr berechnen wir jeweils 5 % Frühbucherrabatt.
Zahlung:	2 % Skonto bei Anweisung des Rechnungsbetrages innerhalb 10 Tagen nach Rechnungsdatum. 3 % Skonto bei Bankeinzug.
Zuschläge:	U4 = 20 %, U3 = 10 %, U2 = 15 %
Beihefter:	bis 20 g pro 1000 Expl. 60,- €. Anlieferung an die Druckerei
Beilage:	bis 20 g pro 1000 Expl. 76,- €. Anlieferung an die Druckerei
Themen 2010:	Feb/März = Schule/Reisen April/Mai = Ostern/Gesundheit Juni/Juli = Ausflugsziele in der Region/Bewegung Aug/Sept = Schulanfang/Lernen & Fördern Okt/Nov = Rund um die Medien/Lesen Dez/Jan = Feste & Feiern/Ernährung

Es gibt 3 verschiedene Insertionsmöglichkeiten

1. Kursangebote: Zeile 4,40 €.

2. Anzeigen Pur: konzentriert auf Anzeigen-Seiten
mm-Preis 0,83 € (ca. 1/4 weniger als Anzeigen Text).
s/w-Anzeigen sind 20 % günstiger als Farbanzeigen.

3. Anzeigen Text: Anzeigen platziert die im redaktionellen Text oder im
Veranstaltungskalender, mm Preis 1,32 €.

Beispiel Berechnung: $1,32 \text{ (mm-Preis)} \times 1,5 \text{ (Spalten)} \times 57 \text{ mm hoch} = 112,86 \text{ €}$
 $+ 20 \% \text{ Farbzuschlag} = 135,43 \text{ €}$

Beispiel Formate:



1/1 Seite (3-sp.)

131 b x 80 h

s/w 713,- €

Farbe 855,- €



1/2 Seite (1,5- bzw. 3-sp.)

63 b x 180 h (hoch)
131 b x 88 h (quer)

s/w 356,- €

Farbe 427,- €



1/3 Seite (1/3-sp.)

41 b x 80 h (hoch)
131 b x 57 h (quer)

s/w 238,- €

Farbe 286,- €

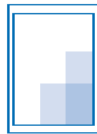


1/4 Seite (1,5-sp.)

63 b x 88 h

s/w 174,- €

Farbe 210,- €

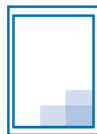


1/6 Seite (1- bzw. 2-sp.)
(ca. Visitenkartengröße)

41 b x 118 h (hoch)
86 br x 57 h (quer)

s/w 156,- €

Farbe 187,- €



1/9 Seite (1- bzw. 2-sp.)

41 b x 57 h (hoch)
86 b x 28 h (quer)

s/w 75,- €

Farbe 90,- €

Geschäftsbedingungen

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allg. Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung von Anzeigen in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung.

2. Der Auftrag ist innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln.

3. Wird ein Auftrag 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 auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind - auch bei telefonischer Auftragserteilung ausgeschlossen. Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen - außer bei nicht offensichtlichen Mängeln - innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

4. Ein Ausschluss von Mitwerbern für eine bestimmte Ausgabe oder auf der gleichen Seite kann nicht gewährt werden.

5. Übertragungen von Rechten und Pflichten des Auftraggebers aus dem mit uns geschlossenen Vertrag bedürfen der schriftlichen Zustimmung.

6. Zurückhaltung von Zahlungen oder die Aufrechnung mit solchen Ansprüchen ist nicht statthaft, es sei denn, die Gegenansprüche des Auftraggebers sind nach Grund und Höhe von dem Verlag schriftlich anerkannt oder rechtskräftig festgestellt.

7. Probeabzüge 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 gesetzten Frist schriftlich mitgeteilt werden.

8. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

9. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

10. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Ver-

lages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist.

11. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

12. 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 erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages.

13. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die 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 dem Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

14. Der Verlag liefert mit Rechnung einen Anzeigenbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

15. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittlich verkaufte Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen etwaige Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

16. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.