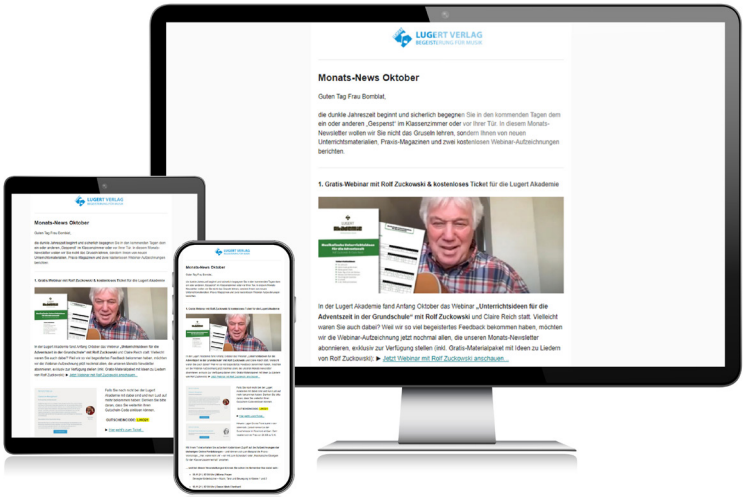
Online-Mediadaten 2022
Grundschule & Sekundarstufe

gültig ab 1. Januar 2022



LUGERT VERLAG
BEGEISTERUNG FÜR MUSIK

Als **musikpädagogischer Fachverlag** helfen wir **seit über 40 Jahren** dabei, **Begeisterung für Musik** zu wecken.

Mit unseren Fachzeitschriften, Lehrmaterialien und Fortbildungen sorgen wir vom Kindergarten bis zum Abitur für spannende Musikpraxis und mehr Spaß im Musikunterricht.

Unsere Zielgruppe

Unsere Kund*innen gliedern sich in Grundschul- sowie Sekundarstufenlehrkräfte aus dem Fachbereich Musik. (inkl. fachfremd Lehrende und Referendar*innen).

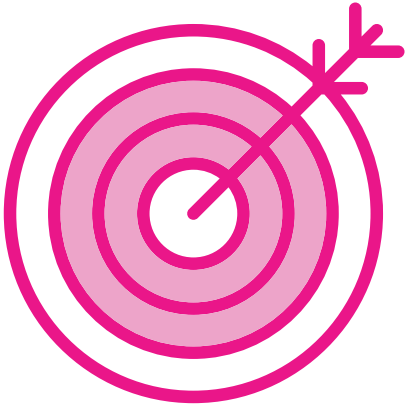
Für jedes Segment entwickeln wir fortlaufend neue Lehrmaterialien sowie vierteljährlich erscheinende Praxis-Magazine. Darüber hinaus bieten wir Fortbildungen in Form von Online-Akademien und regelmäßig stattfindende Präsenz-Kongresse an.

Wir stellen Lehrkräften Material zur Verfügung, das vor allem durch aktuelle Bezüge und die Einbeziehung der Musikkultur der Jugendlichen den Unterricht für die Schüler*innen interessant macht. Unsere Zielgruppen sind daher aufgeschlossen gegenüber neuen Inhalten und Praktiken und teilen unseren Ansatz, musiktheoretische und -praktische Inhalte ansprechend und schülernah vermitteln zu wollen.

Unsere Anforderungen an Werbepartner*innen:

Um den Ansprüchen unserer Zielgruppe auch weiterhin gerecht zu werden, sind wir bemüht dieser auch mit Anzeigen und Werbeangeboten Dritter einen Mehrwert zu bieten. Aus diesem Grund nehmen wir ausschließlich Werbeanfragen an, die einen wie auch immer gearteten musikalischen bzw. musikpädagogischen Bezug haben. Im Zweifelsfall behalten wir uns vor, Werbe- und Kooperationsanfragen abzulehnen.

Detaillierte Informationen zu Werbemöglichkeiten in unseren Praxis-Magazinen für Grundschule und Sekundarstufe erhalten Sie auf Anfrage.

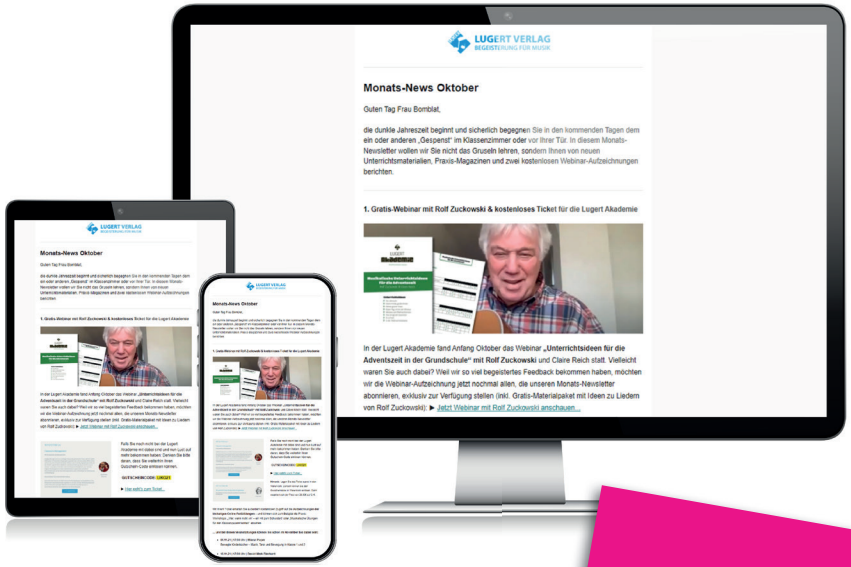


Newsletter

Unser **„Monats-Newsletter"** liefert den Leser*innen Informationen zu Neuerscheinungen, Angeboten und Aktionen, Fortbildungsthemen sowie neuen Folgen des Lugert-Podcasts.
Jedes unserer Kundensegmente (Grundschul- und Sekundarstufenlehrer*innen) erhält einen separaten Newsletter mit entsprechend ausgewählten Inhalten. Die Anzahl der Werbeplätze im Monats-Newsletter ist begrenzt, Konkurrenzprodukte werden nicht aufgenommen.

Außerdem bieten wir Ihnen die Möglichkeit, einen **„Stand-Alone-Newsletter"** zu versenden der ausschließlich von Ihnen bereitgestellte Themen und Angebote beinhaltet. Hier ist außerdem eine weitere Eingrenzung Ihrer gewünschten Zielgruppe möglich (z.B. nur Referendar*innen, nur Abonnent*innen der Praxis-Magazine).

Mit einem Advertorial in unserem Newsletter erreichen Sie eine attraktive Zielgruppe und können so punktgenau auf Ihr Angebot (z.B. Neuerscheinung, Ankündigungen, spezielle Angebote, Aktionen, Veranstaltungen, Fortbildungen, Stellenangebote usw.) aufmerksam machen.



Reichweite:
(Stand Januar 2022)

Grundschule: 60.000
Sekundarstufe: 26.000
Insgesamt: 86.000

Monats-Newsletter

Platzierungen im Monats-Newsletter:

Advertorial mit Überschrift, Textbaustein, Bild und Link
Ihre Inhalte werden optisch und inhaltlich so aufbereitet, dass sie sich harmonisch in unseren Newsletter einbinden und Ihnen eine optimale Ansprache unserer Zielgruppe ermöglichen.

Die redaktionelle Aufbereitung und Betreuung der von Ihnen angelieferten Inhalte sind im Preis enthalten. Vor Versand werden alle Inhalte final mit Ihnen abgestimmt.

Wir benötigen von Ihnen:

- Bild (680 x 680 Pixel oder 510 x 680 Pixel)
- Textvorgabe (max. 500 Zeichen)
- Link

Preise:

Grundschule:	**1.800 €**
Sekundarstufe:	**780 €**
Paketpreis GS + SEK:	**2.450 €**

(statt 2.580 € bei Einzelbuchung)

Versanddetails zum Monats-Newsletter

Anzeigen- sowie Anlieferungsschluss für den Monats-Newsletter ist der 15. Kalendertag des jeweiligen Monats.

Wir behalten uns kurzfristige Themenänderungen vor.

Versandtermin	Thema Grundschule	Thema Sekundarstufe
31. Januar 2022	Bodypercussion & Cupsongs	Schultaschen-Percussion
28. Februar 2022	Gamification Musikunterricht	Gamification Musikunterrich
31. März 2022	Boomwhackers	I-Pad im Musikunterricht
30. April 2022	Musikrefendariat	Musikrefendariat
31. Mai 2022	Gemeinsam Bewegen	Filmmusik und Sounddesign
30. Juni 2022	Musicals	Szenische Interpretation
31. August 2022	Schulstart	Schulstart
30. September 2022	n.n.	n.n.
31. Oktober 2022	n.n.	n.n.
30. November 2022	n.n.	n.n.
31. Dezember 2021	n.n.	n.n.

Stand-Alone-Newsletter

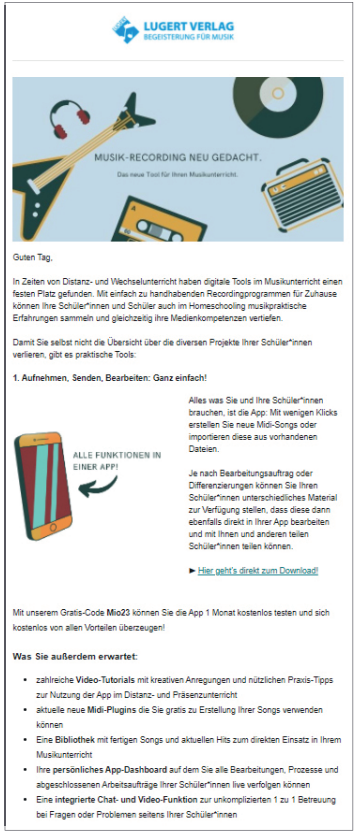
Versand als Stand-Alone-Newsletter (nur 1x pro Monat buchbar):

Exklusives Advertorial-Mailing mit Text, Bildern und Links:
In einem Stand-Alone-Newsletter werden keine anderen Inhalte oder Anzeigen aufgenommen. Vor der Buchung bitten wir daher um eine Anfrage mit inhaltlichen Details.

Die redaktionelle Aufbereitung und Betreuung der von Ihnen angelieferten Inhalte sind im Preis enthalten. Die Freigabe der finalen Inhalte sowie die Festlegung des Versandtermins erfolgen nach individueller Absprache.

Wir benötigen von Ihnen:

- bis zu 3 Bilder (680 x 680 Pixel oder 510 x 680 Pixel oder 680 x 340 Pixel)
- Textvorgabe (max. 2.800 Zeichen)



Preise:

Grundschule:	**5.400 €**
Sekundarstufe:	**2.340 €**
Paketpreis GS + SEK:	**7.350 €**

(statt 7.740 € bei Einzelbuchung)

Lugert-Podcast

Dein Podcast für guten Musikunterricht

Der Lugert Podcast erscheint in regelmäßigen Abständen (mindestens einmal im Monat) und widmet sich aktuellen Themen der Musikpädagogik. In Gesprächen mit engagierten Musiklehrkräften, spannenden Innovationsgeber*innen und außergewöhnlichen Künstler*innen wird das Fach Musik aus unterschiedlichsten Perspektiven betrachtet.

Der Lugert Podcast kann kostenlos auf der Lugert-Website sowie auf allen gängigen Streaming-Plattformen gehört werden. Die Länge einer Folge variiert zwischen 30 und 60 Minuten.

Mit einer Platzierung im Rahmen unseres Podcasts erreichen Sie eine attraktive Zielgruppe in einem modernen, aufstrebenden Medium.

Mögliche Platzierungen:

Präsentieren Sie relevante Angebote, optional auch persönlich eingesprochen von unserem Podcast-Host und Musik-Redakteur Finn Hansen.

Einzeln: einmalige Einbindung zwischendurch oder am Ende der Folge.

Als Podcast-Sponsor im Jahrespaket:
Einbindung zwischendurch oder am Ende,
in mind. 12 Folgen.

Preise:

Einzeln: **ab 200 €**
Jahrespaket: **ab 2.100 €**
(statt 2.400 € bei Einzelbuchung)

Reichweite:
(Stand Januar 2022)

Durchschnittlich 2.300 Hörer*innen pro Folge, 1.300 Spotify-Abonnent*innen

Praxis-Webinare

Gratis-Webinare

Seit 2020 veranstalten wir regelmäßig kostenlose Praxis-Webinare, in denen wir aktuelle Inhalte näher beleuchten und anhand praktischer Beispiele bearbeiten. Bisher haben mehr als 8.000 Musiklehrende an diesen Webinaren teilgenommen.

Alle Webinare sind auf die jeweiligen Bedürfnisse der Zielgruppe zugeschnitten und praxisnah gestaltet, um den Teilnehmenden einen größtmöglichen Mehrwert für Ihre Berufspraxis zu bieten.

Stellen Sie Ihr Produkt unserer interessierten Zielgruppe in einem eigenen Praxis-Webinar vor und vermitteln Sie Nutzen und Vorteile aus erster Hand.

Wir hosten das Webinar und Sie erhalten die Möglichkeit, Musiklehrende mit einem von Ihnen aufbereiteten und durchgeführten Online-Workshop unmittelbar zu begeistern.

Im Fokus des Webinars sollte dabei die Anwendbarkeit Ihres Angebotes im Schulkontext stehen, die Sie den teilnehmenden Musikpädagog*innen anhand konkreter Beispiele näher bringen. Praxisbezug und ein inhaltlicher Mehrwert für alle Teilnehmenden sind dabei unabdingbar, Produktplatzierungen oder Werbeeinblendungen sollten nur sehr eingeschränkt stattfinden.

Gerne beraten wir Sie bei der Umsetzung Ihres Workshops und stellen Ihnen unsere erfahrenen Hosts und Musikredakteur*innen zur Seite. Zur Bewerbung des Workshops können Sie sowohl unseren Newsletter als auch unsere Social-Media-Kanäle dazu buchen.

Onlinekongress Musikunterricht (OMU)

Auf Anfrage bieten wir Ihnen gern auch eine Platzierung innerhalb unseres Onlinekongress Musikunterricht (OMU) an. Im Fokus des dreitägigen Online-Events steht jährlich ein aktuelles wissenschaftlich-pädagogisches Schwerpunkt-Thema, das anhand von Fachvorträgen und Praxis-Workshops erarbeitet wird. Von einer Nennung als Sponsor bis zur Kommunikation Ihrer Angebote beim OMU sind viele Umsetzungsideen möglich – sprechen Sie uns einfach an!

Preise:

Praxis-Webinar: **ab 2.000 €**
(mind. 60 Min, pro 100 Teilnehmende)
OMU: **nach individueller Absprache**

Reichweite:
(Stand Januar 2022)

Gratis-Webinare mit durchschnittlich 800 Teilnehmenden

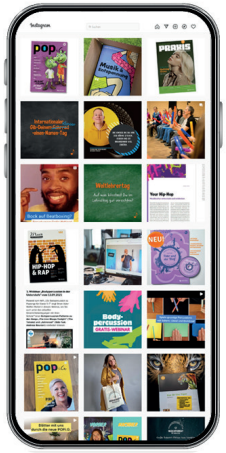
Onlinekongress Musikunterricht mit durchschnittlich 300 Teilnehmenden

Social Media: Facebook und Instagram

Als **„Lugert Verlag“** veröffentlichen wir auf Instagram und Facebook mehrmals wöchentlich Posts und Stories zu unseren Neuerscheinungen, Produkten und Veranstaltungen sowie zu Themen für Musikpädagog*innen. Die veröffentlichten Inhalte richten sich dabei an Grundschul- und Sekundarstufenlehrer*innen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Davon sind 76% weiblich und 23% männlich und vornehmlich zwischen 25 und 44 Jahren alt.

Mit einer Werbeplatzierung auf unseren Seiten erreichen Sie nicht nur unsere bestehende Zielgruppe, sondern haben außerdem die Möglichkeit von unserer Erfahrung im Bereich Zielgruppendefinition und Anzeigenschaltung auf Facebook- und Instagram zu profitieren, um Ihr Angebot optimal zu vermarkten.

Veranstalten Sie zum Beispiel ein Gewinnspiel oder nutzen Sie unsere Kanäle zur Ankündigung und Vermarktung von Wettbewerben, Angeboten, Fortbildungen, Produktneuheiten oder Aktionen jeglicher Art.



Reichweite:
(Stand Januar 2022)

Facebook: **14.200 Abonnent*innen**
wöchentliche Reichweite 190.000

Instagram: **2.600 Abonnent*innen**
wöchentliche Reichweite 80.000

Social Media: Facebook und Instagram

Mögliche Platzierung:

Video- oder Bild-Post mit Text und Link auf unserer Instagram- und Facebook-Seite.

Ihre Inhalte werden von uns textlich so aufbreitet, dass Ihnen eine optimale Ansprache unserer Zielgruppe ermöglicht wird. Die Freigabe der finalen Posts sowie die Festlegung des Veröffentlichungstermins erfolgen nach individueller Absprache. Aus rechtlichen Gründen müssen wir alle Posts als Werbeanzeige kennzeichnen.

Wir benötigen von Ihnen:

- Bild oder Video im quadratischen Format (1.080 x 1.080 Pixel, max. Video-Länge 1 Min)
- Textvorgabe (max. 500 Zeichen)
- Link

Posts können zusätzlich als Werbeanzeige an eine vorher definierte Zielgruppe ausgespielt werden. Je nach Zielgruppe und Kampagnenziel (Interaktionen, Traffic oder Conversion) empfehlen wir Ihnen nach persönlicher Absprache eine Anpassung für das Anzeigenbudget.

Gerne beraten wir Sie bei der Gestaltung Ihres ansprechenden Text- und Bild-Beitrages und dem Volumen Ihres Werbebudgets.

Preis:

Post (Instagram + Facebook)	**500 €**

Plattformübergreifende Kampagnen

Für eine breite Ansprache Ihrer Zielgruppe bieten wir Ihnen auch die Möglichkeit, mehrere Werbeplatzierungen zu kombinieren und je nach Ihren Vorstellungen anzupassen. Die Buchung aller Posts/Anzeigen müssen zeitlich im engen Zusammenhang stehen und innerhalb einer maximalen Zeitspanne von 6 Wochen veröffentlicht werden.

Grundschule Online-Paket	• Post auf Instagram und Facebook • Advertorial im Monats-Newsletter	**1.995€** (statt 2.100€ bei Einzelbuchung)
Grundschule Print-Kombipaket „POPi.G.“	• Post auf Instagram und Facebook • Advertorial im Monats-Newsletter • Halbseitige Anzeige im Magazin „POPi.G. - Popmusik in der Grundschule“ mit ca. 11.000 Abonnent*innen	**2.850€** (statt 3.171€ bei Einzelbuchung)

Sekundarstufe Online-Paket	• Post auf Instagram und Facebook • Advertorial im Monats-Newsletter	**1.025€** (statt 1.080€ bei Einzelbuchung)
Sekundarstufe Print-Kombipaket „Musik und Unterricht“	• Post auf Instagram und Facebook • Advertorial im Monats-Newsletter • Halbseitige Anzeige im Magazin „Musik und Unterricht“ mit ca. 3.500 Abonnent*innen	**1.405€** (statt 1.562€ bei Einzelbuchung)
Sekundarstufe Print-Kombipaket „Praxis des Musikunterrichts“	• Post auf Instagram und Facebook • Advertorial im Monats-Newsletter • Halbseitige Anzeige im Magazin „Praxis des Musikunterrichts“ mit ca. 6.000 Abonnent*innen	**1.740€** (statt 1.936€ bei Einzelbuchung)

Häufig gestellte Fragen

Wie lange sind die Newsletter und Social-Media-Posts sichtbar?
All unsere Newsletter werden automatisch auch auf unserem Blog unter www.lugert-verlag.de/news veröffentlicht, wo Bilder, Texte und Links allen Leser*innen auch nach Versand zugänglich sind. Nach Veröffentlichung bleiben die Inhalte mindestens ein Jahr auf unserer Seite bestehen, außer Sie wünschen dies ausdrücklich nicht.

Gleiches gilt für alle Posts die auf unserem Instagram- und Facebook-Kanal veröffentlicht und auch später weiterhin dort abgerufen werden können.

Kann ich nachvollziehen, wie oft der Inhalt meiner Anzeige im Newsletter oder auf Social Media angesehen wurde?
Nach vorheriger Anfrage lassen wir Ihnen 2 Wochen nach Versand des Newsletters gerne genaue Zahlen zu Öffnungsrate und Link-Klicks für Ihre Newsletter-Anzeige zukommen. Gerne erstellen wir Ihnen dazu auch einen UTM-Link, mit dem Sie alle Ergebnisse auf Ihren Seiten genau tracken können.

Auch für unsere Social-Media-Posts können wir Ihnen exakte Zahlen zu Reichweite und Link-Klicks 2 Wochen nach Post-Veröffentlichung bzw. nach Beendigung der Anzeigenkampagne zukommen lassen.

Ich habe keine Webadresse, auf die ich mit einem Newsletter-Beitrag oder einem Social-Post verlinken könnte. Ist dies zwingend notwendig?
Um den Erfolg Ihrer Online-Kampagne messen zu können, empfehlen wir dringend die Einbettung eines Weblinks mit weiteren Inhalten zu Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung. Natürlich können Sie jedoch auch ohne einen Link werben.

Kann ich auf Instagram und Facebook auch Gewinnspiele durchführen lassen?
Ja, auf beiden Social Media-Seiten können Sie Gewinnspiele umsetzen. Nur das Liken Ihrer Seite als Teilnahmebedingung des Gewinnspiels ist aufgrund der Facebook-Richtlinien nicht erlaubt. Gerne beraten wir Sie vorab, wie ein Gewinnspiel optimal umgesetzt werden kann.

Darf ich einen Social-Media-Post auch auf meinen eigenen Seiten teilen oder bewerben?
Gerne können Sie einen Post auf unserer Instagram- oder Facebook-Seite auch auf Ihren Seiten teilen. Über eine Werbepartnerschaft können Sie über unsere Seiten veröffentlichte Inhalte gerne auch als Branded-Content anzeigen und selbst bewerben.

Wie gehen Sie mit negativen Kommentaren und Rückfragen unter Social-Media-Posts um?
Grundsätzlich lassen wir auch kritische Nachfragen und Diskussionen zu, moderieren diese aber gerne in Absprache mit Ihnen. Sollten vermehrt Nachfragen auftauchen, lassen wir Ihnen diese gerne gesammelt zukommen, damit Sie diese gegebenenfalls klären können. Bisher haben wir jedoch keine negativen Erfahrungen mit unseren Follower*innen gemacht und erfreuen uns an einem regen Austausch mit unserer Zielgruppe.
Sie haben noch keine Antwort auf Ihre Fragen erhalten? Kontaktieren Sie uns gern, wir freuen uns Ihnen weiterzuhelfen.

Allgemeines & Kontaktdaten

Druckunterlagen und digitale Anzeigen-Inhalte:
Anzeigen können digital als druckoptimierte PDF- oder JPG-Dateien angeliefert werden. Für die Verwendung im rein digitalen Kontext empfehlen wir das PNG-Format.

Kontakt für den Anzeigenverkauf:
mediameer
Marie Berlin
Krokusweg 8 · 51069 Köln
Telefon: +49 (0)221-608 78 089
marie.berlin@mediameer.de
www.mediameer.de

Anlieferungsadresse:
Lugert Verlag GmbH & Co. KG
Hauptstraße 18
21447 Handorf
E-Mail: s.bomblat@lugert-verlag.de

Geschäftsführung:
Sebastian Lugert
Lugert Verlag GmbH & Co. KG
Hauptstraße 18
21447 Handorf
Telefon: +49 (0) 41 33 | 22 44 224
Telefax: +49 (0) 41 33 | 22 44 212
E-Mail: s.lugert@lugert-verlag.de
www.lugert-verlag.de

Zahlungsbedingungen:
Jede Anzeigenrechnung ist maximal 14 Tage nach dem Rechnungsdatum zahlbar. Bei Verzug werden die banküblichen Zinsen plus mindestens 3% für Dispositionskredite aufgeschlagen.

Bankverbindung:
Lugert Verlag GmbH & Co. KG
Volksbank Nordheide
IBAN: DE84 2406 0300 4701 0789 00
BIC: GENODEF1NBU

Weitere Spezifikationen für die Anzeigenschaltung in unseren Zeitschriften (Kombi-Pakete) entnehmen Sie bitte den jeweiligen Mediadaten.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen in Online-Medien sowie Zeitungen und Zeitschriften

1. Anzeigenauftrag im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift oder einem Online-Medium zum Zweck der Verbreitung.

2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der in Nummer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

4. 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 Rückerstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht oder wenn der Auftraggeber im Falle von Preiserhöhungen, statt ein ihm vorbehaltenes oder später eingeräumtes Rücktrittsrecht auszuüben, den Vertrag zu den neuen Preislisten bis zur Erreichung des ursprünglich vereinbarten Auftragswertes fortsetzt.

5. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift wird keine Gewähr geleistet, es sei denn, dass der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrages ausdrücklich davon abhängig gemacht hat.

6. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort »Anzeige« kenntlich gemacht.

7. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen- und Beilagenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen Grundsätzen des Verlages abzulehnen. Dies gilt auch für Aufträge, die an den Schaltern der Geschäftsstellen, bei Annahmestellen oder bei Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

8. 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 drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe der Anzeige.

9. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Weitergehende Haftungen für den Verlag sind ausgeschlossen. Reklamationen müssen innerhalb vier Wochen nach Eingang von Rechnungen und Belegen geltend gemacht werden. Für Fehler bei telefonischen Übermittlungen jeder Art übernimmt der Verlag keine Haftung.

10. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht fristgemäß zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.

11. Sind keine besonderen Größenvorschriften angegeben, so wird die tatsächliche Abrechnung zugrunde gelegt.

12. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu zahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine kürzere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.

13. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von mindestens 3% über dem jeweiligen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank sowie die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückgestellt und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangt. Bei Konkursen und Zwangsvergleichen entfällt jeglicher Nachlass. Bei Vorliegen eines wichtigen Grundes 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 offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen, ohne dass hieraus dem Auftraggeber irgendwelche Ansprüche gegen der Verlag erwachsen.

14. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Beleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Aufnahmebescheinigung des Verlages.

15. Kosten für erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen und für Lieferung bestellter Druckstöcke, Matern und Zeichnungen hat der Auftraggeber zu bezahlen.

16. Aus einer Auflagenminderung kann nur dann ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise zugesicherte durchschnittliche Auflage oder, wenn eine Auflage nicht zugesichert ist, die durchschnittliche verkaufte Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird, und zwar bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren um 10 v. H., über 500.000 um 5 v. H. Darüber hinaus sind etwaige Preisminderungs- und Schadenersatzansprüche 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 kann.

17. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

18. Erfüllungsort und Gerichtsstand für beide Teile ist, soweit das Gesetz zwingend nicht anderes vorsieht, der Sitz des Verlages.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages:

a) Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

b) Die allgemeinen und zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages und die jeweils gültige Preisliste sind für jeden Auftrag maßgebend. Der erteilte Anzeigenauftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.

c) Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge.

d) Wenn für konzernangehörige Firmen die gemeinsame Rabattierung beansprucht wird, ist die schriftliche Bestätigung einer mindestens 75%igen Kapitalbeteiligung der Muttergesellschaft erforderlich.

e) Im Falle höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung des Verlages auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz. Insbesondere wird auch kein Schadenersatz für nicht veröffentlichte oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen geleistet.

f) Bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt (z. B. Streik, Beschlagnahme u. dgl.) hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80% der garantierten Auflage erfüllt sind. Geringere Leistungen sind nach dem Tausender-Seitenpreis gemäß der im Tarif garantierten Auflage zu bezahlen.

g) Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.

h) Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet 3 Monate nach Erscheinen der jeweiligen Anzeige, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist.

i) Die Übersendung von mehr als 2 Farbvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus. Der Verlag muss sich die Berechnung entstehender Mehrkosten vorbehalten.