

Mediadaten 2025

gültig ab 15. September 2024



POP MUSIK IN DER GRUNDSCHULE

pop i.G.

**Popmusik in der
Grundschule** liefert modernen
Grundschullehrkräften praxisnahe
Unterrichtsideen, die
die Schüler*innen begeistern.

Das Magazin

Das Magazin

POPi.G. – POPMUSIK IN DER GRUNDSCHULE

bereitet Chart-Hits, beliebte Kinderlieder oder YouTube-Phänomene für den Unterricht auf – und liefert dazu Arrangements, Leadsheets und Mitspielsätze, Choreografien und durchdachte Arbeitsblätter.

In jeder Ausgabe gibt es sowohl Unterrichtsideen für den einstündigen Musikunterricht als auch Anleitungen für größere musikalische Projekte zu besonderen Anlässen.

Zu jedem Heft erscheint eine Audio-CD und eine Digitalausgabe. Außerdem gibt es viele Materialien in der Lugert-Play-App.

Die Zielgruppe

Die Leserinnen und Leser von „POPi.G.“ sind Grundschullehrkräfte, die ihren Musikunterricht modern und schülernah gestalten möchten.



Termine & Anzeigenpreise

POPMUSIK IN DER GRUNDSCHULE

Ausgabe	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss	DU-Termine
49	27.01.2025	05.12.2024	19.12.2024
50	22.04.2025	26.02.2025	12.03.2025
51	11.08.2025	19.06.2025	03.07.2025
52	27.10.2025	04.09.2025	18.09.2025

Der Rücktrittstermin ist mit dem Anzeigenschluss identisch.

Anzeigenformat (Anschnittsformat)	Preis
$\frac{1}{1}$	3.000,- EUR
$\frac{1}{1}$ U4	3.450,- EUR
$\frac{1}{2}$ quer	1.650,- EUR
$\frac{1}{3}$ hoch – $\frac{1}{3}$ quer	1.150,- EUR
$\frac{1}{4}$ hoch – $\frac{1}{4}$ quer	825,- EUR

Malstaffel:

- ab 2 Anzeigen 5%
- ab 3 Anzeigen 10%
- ab 5 Anzeigen 15%

Kombinationsrabatte:

Bei gleichzeitiger Schaltung derselben Anzeige in den weiteren Zeitschriften des Lugert-Portfolios wird bei Schaltung in 2 Zeitschriften 10% und bei Schaltung in 3 Zeitschriften 12% Rabatt gewährt.

Informationen zu digitalen Werbeplätzen und Kombinationsrabatten senden wir Ihnen gern auf Anfrage.

Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Vermittlungsprovision: 15 %

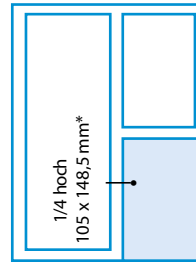
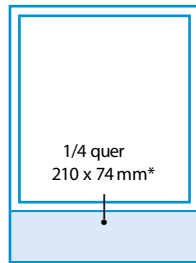
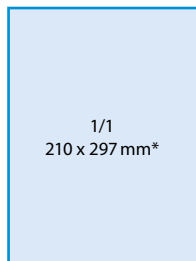
Beilagen: bis 20g = 250,- EUR/1000 Ex. Je weitere 5g = 7,- EUR

Beilagen sind der Zeitschrift lose beigefügte Drucksachen.

Beilagen können bis zwei Wochen vor dem Erscheinungstermin angeliefert werden.

Formate: bis zu 210 x 297 mm

Anzeigenformate



* zzgl. 3 mm Beschnitt

Allgemeines & Kontaktdaten

Druckauflage:

13.000

Erscheinungsweise:

4-mal pro Jahr

Copypreis:

Digitalabo: 94,90 EUR
Kombiabo (4 Hefte + digital): 104,90 EUR
Kombiabo + CD (4 Hefte mit CD + dig.): 114,90 EUR

Heftformat:

Breite: 210 mm
Höhe: 297 mm

Druckunterlagen:

Druckunterlagen können digital als druckoptimierte PDF-, TIFF- oder JPG-Dateien angeliefert werden.

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
Telefon: +49 (0) 41 33 | 22 44 211
Telefax: +49 (0) 41 33 | 22 44 212
E-Mail: info@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

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften

1. Anzeigenauftrag im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung zum Zwecke der Verbreitung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungs-treibenden in einer Druckschrift.

2. Anzeigenaufträge sind im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln. 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 befugt, 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 Schalter 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 Fremdstücks der Zeitung oder der Zeitschrift erwecken oder Bestandteile 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 Abdruckhöhe der Preisberechnung 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 offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen, ohne dass hieraus dem Auftraggeber irgendwelche Ansprüche gegen den 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, Matrern 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 Auf-traggeber 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 Werbungsmit-tel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrech-

nungen mit den Werbungsstreibenden an die Preislite 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 Preislite sind für jeden Auftrag maßgebend. Der erteilte Anzeigenauftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.

c) Eine Änderung der Anzeigenpreislite gilt ab Inkraft-treten 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.