

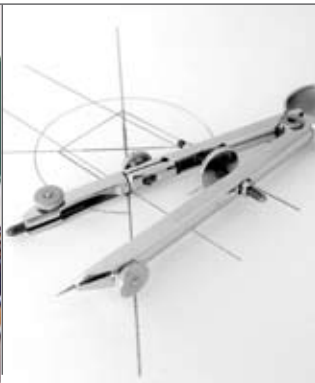


AVR Verlag

didacta

Das Magazin für lebenslanges Lernen

Mediadaten 2010 • Preisliste Nr. 5 • Gültig ab 1.3.2010



ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN FÜR ANZEIGEN & FREMDBEILAGEN IN ZEITUNGEN, ZEITSCHRIFTEN

- 1 Anzeigenauftrag im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift 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 vereinbarten bzw. der in Satz 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 Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
- 5 Für Zeitschriften unzutreffend.
- 6 Die Aufnahme von Anzeigen und Fremdbeilagen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift erfolgt dann, wenn der Auftraggeber erklärt hat, dass die Anzeige oder Fremdbeilage in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift erscheinen soll und dies vom Verlag schriftl. bestätigt worden ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
- 7 1. Absatz entfällt für Zeitschriften. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
- 8 Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlags abzulehnen, wenn deren Inhalt nach pflichtgemäßem Ermessen des Verlages gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und dessen 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 Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
- 9 Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen, Beikleber etc. ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
- 10 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 Rücktrittsrecht. Die Haftung für leichte Fahrlässigkeit wegen positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsschluss und unerlaubter Handlung ist – außer bei Verletzung wesentlicher Vertragspflichten – ausgeschlossen, Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit und Verzug sind begrenzt auf die Höhe des jeweiligen Anzeigentgelts. Im Übrigen ist die Haftung für leichte Fahrlässigkeit begrenzt auf die Höhe des vorhersehbaren Schadens. Im Kaufmännischen Verkehr ist darüber hinaus die Haftung bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit von einfachen Erfüllungsgehilfen begrenzt auf die Höhe des vorhersehbaren Schadens. Reklamationen des Auftraggebers müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
- 11 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 bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.
- 12 Für Zeitschriften unzutreffend.
- 13 Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber vierzehn Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung anlaufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
- 14 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Dem Auftraggeber bleibt jedoch der Nachweis eines wesentlich geringeren Schadens vorbehalten. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags 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 Betrags und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
- 15 Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrags werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
- 16 Für die Anfertigung bestellter Vorlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
- 17 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 durchschnittliche Auflage oder wenn eine Auflage nicht genannt ist - die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein Preiserminderungs berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20 v.H bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren 15 v.H beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche 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.
- 18 Für Zeitschriften unzutreffend.
- 19 Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrags.
- 20 Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Besondere Geschäftsbedingungen des Verlages:

- 1 Bei Anzeigenaufgabe werden die Anzeigentexte mit der geschäftsbüchlichen Sorgfalt des Verlages geprüft. Unabhängig hiervon haftet der Auftraggeber in vollem Umfang, insbesondere bei Irrführung und Täuschung des Verlages, sowie für die Verletzung von Rechten Dritter, auch im Fall leichtester Fahrlässigkeit. Mit Auftragserteilung übernimmt der Auftraggeber unter Verzicht auf jedwede Einrede oder Einwendung die Verpflichtung, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegenangabe, nach Maßgabe des zu diesem Zeitpunkt gültigen Anzeigentarifes, die sich auf Behauptungen der veröffentlichten u. durch ihn veranlassten Anzeige beziehen.
- 2 Der Inserent haftet allein und vollumfänglich für Inhalt und rechtliche Zulässigkeit des von ihm zur Veröffentlichung zur Verfügung gestellten Materials in Wort und Bild. Der Auftraggeber stellt den Verlag vollumfänglich frei von sämtlichen Ansprüchen Dritter sowie jedweden Ansprüchen aus Urheberrechtsverstößen und Copyright-Verletzungen, die dem Verlag durch die Insertion bzw. Durchführung des Auftrages, auch trotz Sisierung erwachsen sollten. Seitens des Verlages besteht keine Verpflichtung, Aufträge und Insertionen hinsichtlich der Verletzung von Rechten Dritter zu überprüfen. Sofern sisierte Anzeigen erscheinen sollten, erwächst dem Inserent hieraus kein Anspruch gegen den Verlag.
- 3 Stornierungen haben schriftlich zu erfolgen. In diesem Fall ist der Verlag jedoch berechtigt, entstandene Satzkosten in Rechnung zu stellen.
- 4 Der Verlag haftet nicht für höhere Gewalt, Naturkatastrophen oder die Folgen von Arbeitskämpfmassnahmen. In diesen Fällen wird der Verlag von seiner Erfüllungsverpflichtung oder Schadenersatzpflicht entbunden.
- 5 Ausschließlich bei Direkt-Anzeigenaufträgen gewährt der Verlag einen Kollegenrabatt in Höhe von 10/100 auf den jeweils aktuellen Grundpreis.
- 6 Hinsichtlich der Anzeigenpreise gilt grundsätzlich die jeweils aktuelle Preisliste. Für Anzeigen und Insertionen in Beilagen, Beiliefnern und Verlagsbeilagen, Sonderveröffentlichungen, Kollektiven und bei Promotion-Aktionen des Verlages oder in Zusammenarbeit mit Werbepartnern sowie Tombolen, Gewinnspielen und Verlosungen, bei gezielten PR-Maßnahmen und/oder Marketingveröffentlichungen etc., z.B. im Verbund mit TV, Radio und Plakatierungen etc. ist der Verlag berechtigt, jeweils gesonderte Preisabsprachen zu treffen und/oder Pauschalen festzulegen oder Rabattierungen zu gewähren.
- 7 Für den Fall, dass der Auftraggeber bereits zu Beginn der Jahresfrist einen oder mehrere Aufträge abgeschlossen hat, der/die im Rahmen der jeweils gültigen Preisliste zu einem grundsätzlichen Nachlass von vornherein berechtigt bzw. berechtigen würde, hat er gegebenenfalls auch rückwirkend Anspruch auf den gesamten, der tatsächlichen Abnahmemenge von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Preisnachlass.
- 8 Erfüllungsort und ausschließlicher Gerichtsstand für sämtliche zwischen den Parteien sich ergebenden Streitigkeiten ist München, sofern gesetzlich zulässig. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des Öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Die Beziehungen zwischen den Vertragsparteien regeln sich ausschließlich nach dem in der Bundesrepublik Deutschland geltenden Recht.
- 9 Sollte eine der vorstehenden Bestimmungen unwirksam oder undurchführbar sein oder werden, so berührt dies die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht. Auftraggeber wie Verlag verpflichten sich, in einem derartigen Fall eine wirksame oder durchführbare Bestimmung an die Stelle der unwirksamen oder undurchführbaren zu setzen, die dem Geist und dem Zweck der zu ersetzenden Bestimmung soweit wie möglich entspricht; dasselbe gilt für etwaige Lücken in den Geschäftsbedingungen.
- 10 Anzeigenaufträge können grundsätzlich nur schriftlich akzeptiert werden.
- 11 Platzierungsverschriften werden nur durch ausdrückliche Bestätigung des Verlages anerkannt.
- 12 Bei Kunden/Werbeagenturen, die zum ersten Mal mit dem Verlag in Geschäftsverbindung treten, kann Vorauskasse bis zum Anzeigenschlusstermin verlangt werden.

VERLAGSANGABEN + TECHNISCHE DATEN

Herausgeber:	Didacta Ausstellungs- und Verlagsgesellschaft mbH Rheinstraße 94, D-64295 Darmstadt Telefon: +49 (0) 6151 - 31 91 41 Fax: +49 (0) 6151 - 31 91 44 Internet: www.didacta.de
Gesamtrealisation:	AVR Agentur für Werbung und Produktion GmbH Weltenburger Straße 4, D-81677 München Telefon: +49 (0) 89 - 41 96 94 - 0 Fax: +49 (0) 89 - 470 53 64 ISDN: +49 (0) 89 - 47 07 89 00 E-Mail: info@avr-werbeagentur.de Internet: www.avr-werbeagentur.de
Chefredaktion:	Prof. Dr. mult. Wassilios E. Fthenakis
Anzeigenverkauf:	Katja Herrmann, Telefon: +49 (0) 89 - 41 96 94 - 27 E-Mail: kherrmann@avr-verlag.de Nadine Heckinger, Telefon: +49 (0) 89 - 41 96 94 - 31 E-Mail: nheckinger@avr-verlag.de
Copypreis:	€ 3,80
Erscheinungsweise:	4 x jährlich
Verbreitung:	Deutschland, Österreich, Schweiz
Heftformat:	200 x 280 mm
Druck:	Rollenoffset
Verarbeitung:	Rückstichheftung
Papier:	Umschlag: 200 g/m ² , Inhalt: 80 g/m ²

TITELPORTRÄT

Das **didacta** Magazin ist ein Fachmagazin, das sich als einzige Publikation am Markt dem lebenslangen Lernen widmet. Dabei behandelt es relevante Themen aus Schule, Hochschule, Aus- und Weiterbildung und schafft Verbindungen und Übergänge zwischen den einzelnen Themen- und Bildungsbereichen. **didacta** vermittelt durch fach- und praxisbezogene Beiträge Tipps und Anregungen für den gesamten Bildungsverlauf und damit u.a. die Möglichkeit, institutionenübergreifende Übergänge einfacher und besser zu begreifen und schließlich zu gestalten.

ZIELGRUPPE

Das **didacta** Magazin richtet sich an alle Bildungsbeauftragten – vorrangig Lehrerinnen und Lehrer – sowie an die pädagogischen Führungskräfte aller Schularten und pädagogische Fachkräfte in unterschiedlichsten Bildungseinrichtungen.

VERTRIEBSWEGE

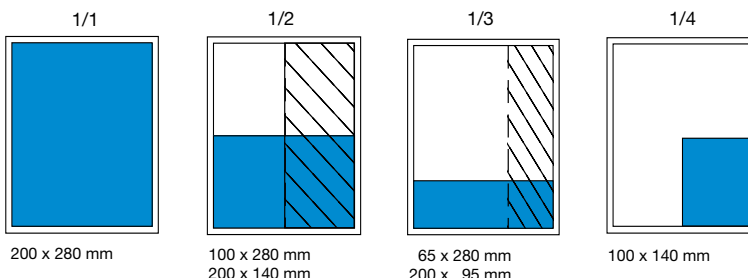
- A** **Ausgaben 2/2010, 3/2010, 4/2010:**
Auflage: 70.000 Exemplare
- ca. **20.000 Exemplare** im Direktvertrieb an weiterführende Schulen bundesweit, Kultusministerien, Hochschul- sowie Erziehungswissenschaftliche Fachbibliotheken, Bildungsmessen und -kongresse, Abonnenten
 - 10.000 Exemplare** im Direktvertrieb an Teilnehmer von pädagogischen Fort- und Weiterbildungsveranstaltungen (insbesondere für pädagogische Fach- und Führungskräfte aus dem Bereich Schule) an Medienzentren sowie fachspezifische Messen, Kongresse und Schulleitertagungen.
 - Einzelverkauf über Pressegrasso, Bahnhofsbuchhandel, ausgewählte Fachgeschäfte

- B** **Ausgabe 1/2010:**
Auflage: 90.000 Exemplare
- zusätzlich zu oben genanntem Vertrieb **20.000 Exemplare** an die Besucher, Aussteller und Referenten der **didacta – die Bildungsmesse 2010 in Köln**.

Anzeigenformate

Heftformat: 200 x 280 mm

AD-Specials:
Preise für Sonderinsertionen (Promotions, Beilagen, Beihefter, Beikleber) auf Anfrage.



- Bei angeschnittenen Motiven müssen wichtige Text- und Motivateile mindestens 5 mm vom Beschnitt entfernt sein.
 - Überbundmotive erfordern 4 mm zusätzlich Bund. Text, der über Bund läuft, muss pro Seite zusätzlich jeweils 4 mm aus der Mitte gerückt werden.
- Bei Anlieferung von fertigen Lithos bitte getrennte Seiten mit Überfüllern anlegen.

Vorzugsplatzierungen

U2 zzgl. 5%
U4 zzgl. 10%

TECHNISCHE DATEN

Druckunterlagen: Bei Reinzeichnungen, Aufsichtsvorlagen oder Dias werden die Reproduktionskosten in Rechnung gestellt.

Digitale Druckvorlagen: Wir bevorzugen Composit-High-End-PDF-Dateien oder EPS-Daten mit inkludierten Schriften und Bildern. Die übermittelten Daten müssen alle für die Belichtung notwendigen Bestandteile enthalten. Bilder (mindestens 300 dpi), Logos (mindestens 1000 dpi oder Vektor-EPS) in CMYK und Abbildungsmaßstab 1:1 verwenden. Vollständige PS-Schriftfonten, keine modifizierten Schriften, keine True-Type-Schriften. Bei offenen Dateien muss eine Bearbeitung berücksichtigt werden. Hierbei kann keine Garantie bei fehlerhafter Vorbereitung des Kunden übernommen werden.

Layout-Programme: QuarkXpress 6.0 MAC, Illustrator CS MAC, Indesign CS MAC jeweils mit eingebundenen EPS- und TIF-Formaten.

Farben: nach Eurokala DIN 16 539. Sonderfarben (z.B. HKS- oder Pantone-Farbtöne) werden aus den Farben der Eurokala erzeugt. Für jede Farbanzeige muss ein farbverbindlicher* Proof vorliegen, andernfalls übernimmt der Verlag keine Haftung. Geringe Toleranzabweichungen sind im Toleranzbereich des Offsetverfahrens begründet.

*Auf dem Prüfdruck muss ein UGRA/FOGRA-Medienkeil CMYK-TIFF vorhanden sein.

Druckreihenfolge: Black - Cyan - Magenta - Yellow

Für eine problemlose Zuordnung benennt der Auftraggeber bitte gesendete Datensätze mit Kundennamen und Stichwort. Vom Auftraggeber verschuldete Fehldrucke in Folge nicht korrekter oder unvollständiger Datenlieferungen werden in Rechnung gestellt. Der Kunde wird über Fehler und absehbare Probleme unterrichtet, sofern sie vor Erscheinen festgestellt werden. Eventuelle Korrekturen werden auf Wunsch und soweit möglich vom Auftragnehmer unter Berechnung des jeweils gültigen Stundensatzes durchgeführt. Reklamationen aufgrund nicht korrekt angelegter Daten (ohne farbverbindlichen Digitalproof, nicht zu verwechseln mit Farbdrucken aus Kopierern) finden keine Anerkennung.

Abwicklung: Die Sicherung der Auftragsqualität findet über die Vorlageninformation statt. Drucke werden in diesem Sinne treuhänderisch abgestimmt.

ISDN-Nummer: +49 (0) 89 - 47 07 89 00 (Mac Leonardo Pro)

Bankverbindungen: Stadtparkasse München, BLZ 701 500 00, Konto-Nr. 83 17 83 68
VR Bank München, BLZ 701 664 86, Konto-Nr. 73 06 300

Zahlungsbedingungen: Innerhalb von 8 Tagen nach Rechnungseingang netto ohne Abzug; bei Vorauszahlung bis zum Erscheinungstermin 2% Skonto.

Verzugszinsen lt. Ziffer 14 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen: 4,5% über dem jeweils gültigen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank.
Auf die Nettopreise wird die jeweils aktuelle Umsatz-Steuer aufgeschlagen.

Geschäftsbedingungen: Für Anzeigenaufträge gelten die auf der Rückseite veröffentlichten Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

Gerichtsstand: München

TERMINPLAN 2010

Ausgabe	EVT	Anzeigenschluss	DU-Schluss
1/2010	17.02.2010	22.01.2010	26.01.2010
2/2010	09.06.2010	14.05.2010	18.05.2010
3/2010	15.09.2010	20.08.2010	23.08.2010
4/2010	10.11.2010	12.10.2010	15.10.2010

Die Rücktrittsfrist endet 5 Wochen vor dem Erscheinungstermin.

ANZEIGEN UND PREISE

Seiten Seitenteile	Anzeigen mit Anschnitt ¹⁾	Preiskategorie A	Preiskategorie B
	Breite x Höhe mm		
1/1	200 x 280	€ 6.300,-	€ 8.100,-
1/2 hoch quer	100 x 280 200 x 140	€ 3.250,-	€ 4.160,-
1/3 hoch quer	65 x 280 200 x 95	€ 2.275,-	€ 2.925,-
1/4 hoch	100 x 140	€ 1.700,-	€ 2.190,-

¹⁾ Zu diesen Maßen ist die Beschnittzugabe von je 3 mm oben, unten, außen hinzuzurechnen. Wichtige Text- und Motivateile müssen mindestens 5 mm vom Beschnitt entfernt sein! (Toleranzen beim maschinellen Heftbeschnitt). Anschnitt und Bunderdruck ohne Aufschlag.

Mit dieser Preisliste verlieren alle früheren Listen ihre Gültigkeit.