



2012

Mediadaten Nr. 17 | gültig für 2012

180.000 Druckauflage



... sozial
engagieren!



... ermutigend
zur
Seite stehen



... gemeinsam
geht vieles
besser

2 Verband
3 Magazin
4 Leser
5 Formate
6 Preise
7 Spezial

8 Ad-Specials
9 Sonderformate
10 Konditionen . Rabatte
11 Daten
12 Allgemeine Geschäftsbedingungen

Ihr Partner für Medien

Wir, **die Zweiplus Medienagentur**, sind die Marketingagentur der Zeitschriften des Deutschen Caritasverbandes und betreuen neben dem Magazin „Sozialcourage“ noch weitere Caritas-Publikationen. Wir haben uns auf Verbände und Organisationen spezialisiert. Seit 1992 arbeiten wir in den Bereichen Freizeit, Mobilität, Politik, Soziales, Umwelt und Natur. Unsere Kunden profitieren von unserer Kompetenz bei Marketing, Gestaltung und Produktion zahlreicher Magazine sowie beim Vertrieb von Medienprodukten. Wir sind in die jeweiligen Branchen unserer Kunden bestens vernetzt und identifizieren uns mit deren ethischen Grundsätzen.

Wir setzen höchste Maßstäbe an

- Zuverlässigkeit und Qualität
 - faires Miteinander
 - nachhaltiges Arbeiten und Wirken sowie
 - hundertprozentige Unabhängigkeit der Redaktionen, mit denen wir zusammenarbeiten.
- Maßstäbe, die selbstverständlich auch für die von uns vertretenen Verbände und Medien gelten.

Gerne informieren wir Sie über unsere Dienstleistungen rund um die Themen Zeitschriften, Anzeigenmarketing und Vertrieb.

Der Deutsche Caritasverband Für die Gestaltung einer sozialen Gesellschaft

Die Caritaskampagne 2012 setzt sich unter dem Motto „Armut macht krank“ für zwischenmenschliche Hilfe und den Erhalt des solidarischen Gesundheitssystems ein.

Kampagnenwebsite 2012:
www.jeder-verdient-gesundheit.de



Caritas, das bedeutet: konkrete Hilfe für Menschen in Not, auf der Grundlage christlicher Nächstenliebe. 1897 von dem jungen Priester Lorenz Werthmann gegründet, 1916 als Sozialdienst der katholischen Kirche legitimiert – der Deutsche Caritas Verband engagierte sich von Anfang an auf vielen Gebieten sozialer Not, kümmerte sich um Seeleute ebenso wie um Fürsorgeerziehung und Krankenpflege.

Der größte Wohlfahrtsverband Deutschlands organisiert die soziale Arbeit der katholischen Kirche.

Not sehen und handeln – Caritas. Das ist der Leitspruch des größten Wohlfahrtsverbandes in Deutschland mit über 500.000 hauptamtlichen Mitarbeitern und nochmals 500.000 Ehrenamtlichen. Damit ist die Caritas auch der größte Arbeitgeber im Land.

Die Mitarbeiter verteilen sich auf weit über 24.000 Beratungsstellen, Sozialstationen, Heime...

Diese sind rechtlich selbständig und gestalten ihre Angebote, wie sie vor Ort benötigt werden.

Der Deutsche Caritasverband

- **versteht sich als Anwalt und Partner Benachteiligter**
- **gestaltet Sozial- und Gesellschaftspolitik mit**
- **trägt zur Qualifizierung sozialer Arbeit bei**

Im Einzelnen bedeutet das:

- vorausschauende Hilfskonzepte und neue Formen der sozialen Arbeit entwickeln
- fachliche, politische und finanzielle Lösungswege vorbereiten, um der Not nachhaltig entgegen zu wirken

Sozialcourage

Das Magazin für ehrenamtliche Mitarbeiter der Caritas

Druckauflage

180.000 Exemplare

Distribution

80.000 Exemplare Einzelversand
100.000 Exemplare Mehrfachversand
an ehrenamtliche Mitarbeiter,
Gemeinden, Auslage in den
Geschäftsstellen der Caritas

Erscheinungsort

Freiburg

Erscheinungsweise

4 x im Jahr + 1 Spezial-Ausgabe

Verbreitungsgebiet

Bundesrepublik Deutschland

Sozialcourage ist seit vielen Jahren eine feste Größe für ehrenamtlich tätige und sozial interessierte Menschen: Das Magazin ist ein Forum für diejenigen, die sich für eine solidarische Gesellschaft einsetzen und neue Wege zu einem sozialen Engagement suchen.

Sozialcourage erscheint 4-Mal im Jahr, mit einer Auflage von 180.000 Exemplaren, bundesweit mit

- einer überregionalen Ausgabe
- 24 Regionalausgaben
- der Zielgruppenausgabe „Nah dran“ – Leben mit Handicaps



Die Regionalausgaben bestehen aus einem Mantelteil mit übergeordneten Themen aus aller Welt und einem regionalen Teil mit entsprechenden aktuellen Berichten, sozialen Adressen und Tipps. So entsteht ein besonderer Special-Interest-Titel – mit großer Nähe zum Leser.

Sozialcourage möchte mit seinen Inhalten

- **über Entwicklungen im sozialen Bereich informieren**
- **Möglichkeiten des Ehrenamtes aufzeigen**
- **ehrenamtlich Tätige unterstützen**

Für den Leser bedeutet das: hoher Nutzen durch Information und Service, abgestimmt auf seine persönlichen Wertmaßstäbe.

Leseverhalten und Konsumverhalten

Die Leser von Sozialcourage sind zu

- **64,4% Frauen**
- 35,6% Männer
- **60% von ihnen sind älter als 50**

Die Leser und ihr sozialer Status

Die Leser von Sozialcourage sind

- überdurchschnittlich gebildet
- stark interessiert an Politik- und Wirtschaftsthemen
- stark interessiert an Natur- und Umweltschutz-Themen
- sehr gut informiert
- intensive Leser – für jede Form der Literatur zugänglich
- außerordentlich an Kultur interessiert
 - 49% möchten viel über andere Kulturen lernen
 - 20% bekunden besonderes Interesse an der Kunst- und Kulturszene

Ihr finanzieller Status ist überdurchschnittlich:

- 30% haben monatlich 2.500 bis 3.500 Euro zur freien Verfügung
- 30% behalten monatlich 500 Euro oder mehr übrig

Insgesamt sind sie konsumfreudig und leisten sich gerne etwas.

Wertmaßstäbe

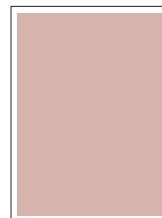
- verantwortungsbewusstes Handeln steht vor kurzfristigen Gewinnen
- Religiosität spielt eine wichtige Rolle
- „christliche Nächstenliebe“ wird aktiv gelebt
- „der Gesellschaft etwas zurückgeben“ ist Motivation

Quelle: Sonderuntersuchung der Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2006/Die komplette Leserstudie können Sie gerne bei uns anfordern.



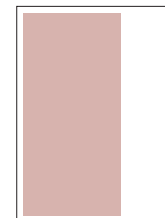
Formatgrößen in mm, Breite x Höhe

- 1** Satzspiegel
- 2** Anschnittformat



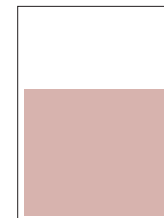
1/1 Seite

- 1** 195 x 246
- 2** 228 x 303



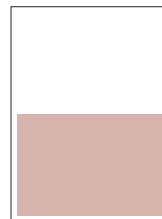
2/3 Seite hoch

- 1** 128 x 246
- 2** 150 x 303



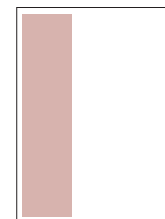
2/3 Seite quer

- 1** 195 x 162
- 2** 228 x 200



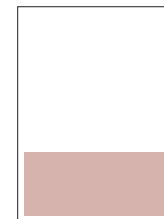
1/2 Seite quer

- 1** 195 x 120
- 2** 228 x 148



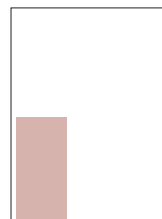
1/3 Seite hoch

- 1** 61 x 246
- 2** 72 x 303



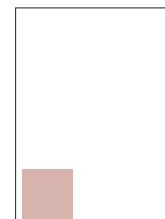
1/3 Seite quer

- 1** 195 x 78
- 2** 228 x 97



1/6 Seite hoch

- 1** 61 x 120



1/12 Seite

- 1** 61 x 60

Erscheinungstermine 2012

Ausgabe	Erscheinungs- termin	Anzeigen- schluss
1	15.02.2012	16.01.2012
2	16.05.2012	20.03.2012
3	15.08.2012	07.06.2012
4	14.11.2012	17.09.2012

Anlieferung der Druckvorlagen 3 Werktage
nach Anzeigenschlusstermin

Druckauflage – 180.000 Exemplare

Größe in Seitenteilen	Formate im Satzspiegel (in mm)		Preise in €	
	Breite	Höhe	s/w	2/4-farbig
1/1	195	246	3.950,-	6.150,-
2/3 hoch	128	246	2.640,-	4.100,-
2/3 quer	195	162	2.640,-	4.100,-
1/2 quer	195	120	2.025,-	3.140,-
1/3 hoch	61	246	1.390,-	2.140,-
1/3 quer	195	78	1.390,-	2.140,-
1/6 hoch	61	120	720,-	1.100,-
1/12	61	60	390,-	590,-

Sozialrabatt

Für Unternehmen mit sozialem Auftrag (z.B. Caritas-Werkstätten oder Behindertenwerkstätten), die ihre Produkte und Dienstleistungen in bester Qualität anbieten und den Lesern die Möglichkeit bieten, sozial gerecht einzukaufen, gewähren wir einen **Sozialrabatt von 50%**.

50%

Anzeigen in Spezial-Ausgabe

Ausgabe	Erscheinungs-termin	Anzeigen-schluss
Spezial	26.11.2012	12.09.2012

Anlieferung der Druckvorlagen bis zum
17.09.2012

Druckauflage

60.000 Exemplare

Erscheinungsort

Freiburg

Erscheinungsweise

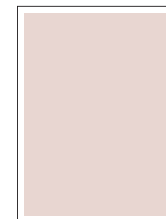
1 x im Jahr

Verbreitungsgebiet

Bundesrepublik Deutschland



- 1 Satzspiegel
- 2 Anschnittformat



1/1 Seite
1 195 x 246
2 228 x 303

Größe

in Seitenteilen

Formate

im Satzspiegel (in mm)

Preise

in €

1/1	Breite		Höhe		s/w	2/4-farbig
	195	246	1.620,-	2.530,-		

Geringfügige Änderungen der Satzspiegelmaße bleiben dem Herausgeber vorbehalten.

Die **Spezial-Ausgabe** von Sozialcourage greift das aktuelle Jahresthema des Deutschen Caritasverbandes e.V. auf und erscheint zum Ende des Vorjahres.

Preisänderungen bleiben vorbehalten. Es gilt die am Erscheinungstag gültige Preisliste.

Mehr Aufmerksamkeit durch besondere Formate

Zusätzlich zu den üblichen Anzeigenformaten bieten wir Ihnen zahlreiche besondere Werbemöglichkeiten. Ad-Specials fallen auf und animieren den Leser, sich intensiver mit dem Produkt auseinanderzusetzen. Sie werden dabei als originelle, sympathische und informative

Werbung begrüßt. Nutzen Sie Ad-Specials als Erweiterung für Ihre klassische Kampagne oder um Highlights zu setzen, zum Beispiel bei Neueinführungen oder Aktionen. Wir beraten Sie gerne.

Beilagen sind der Zeitschrift lose beigefügte Drucksachen. Sie können verarbeitungsfertig vom Auftraggeber angeliefert oder auf Anfrage durch uns hergestellt werden.

Belegung

- Gesamtauflage
- Aboauflage
- Teilauflagen nach Diözesen ab 20.000 Exemplaren möglich

Beilagen

bis 25 g	82,- €/Tsd.
bis 30 g	90,- €/Tsd.
bis 40 g	100,- €/Tsd.
höhere Gewichte nur nach Rücksprache	

Mindestpapiergewicht

100 g/qm (bei zweiseitigen Beilagen),
80 g/qm (bei mehrseitigen Beilagen)

Mindestformat

105 mm x 148 mm

Höchstformat

210 mm x 290 mm

Anlieferung von Beilagen

Der Anlieferungszeitraum wird Ihnen von Zweiplus Medienagentur mitgeteilt.

Es gibt viele Möglichkeiten, eine Beilage zu gestalten:



Beilagen mit Warenproben

bis 25 g

86,- €/Tsd.



CD-Rom-Beilagen in geschl. Hülle

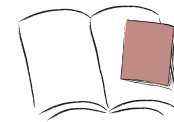
bis 25 g

86,- €/Tsd.



Postkarten-Beilage

40,- €/Tsd.



Booklet- und Poster-Beilagen

nach Gewicht

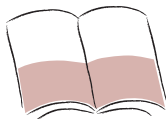
Manchmal muss es der spezielle Auftritt sein. Wir helfen dabei, diesen individuellen Auftritt zu finden und entwickeln auf Wunsch gerne speziell gestaltete Anzeigen.

Schaufensteranzeigen¹ in Sozialcourage werden ab 1/1 Seite konzipiert. Der Kunde liefert Fotos und Produktinformationen, nach denen wir seine Wünsche gestalterisch umsetzen.

in €	1/1	2/1
Mediakosten ²	5.840,-	11.680,-
Grafikkosten ³	1.500,-	2.500,-
Summe	7.340,-	14.180,-

Die Kosten beinhalten die Leistungen:

- Mediakosten zur Veröffentlichung in Sozialcourage
- Layout im vorgefertigten Raster mit Anpassung an hauseigenes Corporate Design bei Lieferung digitaler Bilder und Texte
- Aufbereitung der Druckdaten
- eine Korrekturstufe und Freigabepäsentation per PDF



Sonderformat Breitbandanzeige

1/1 Seite quer, 4c, Anschnitt	6.150,- €
-------------------------------	-----------

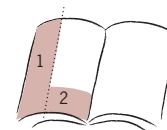
Format: 456 mm breit x 148 mm hoch
Volumen: 1/1 Seite, rabattfähig



Sonderformat Leserbriefseite

4c, Satzspiegel	1.610,- €
-----------------	-----------

Format: 94 mm breit x 120 mm hoch
Volumen: 1/4 Seite eck, rabattfähig



Sonderformat L-Anzeige

4c, Anschnitt	4.280,- €
---------------	-----------

Format: 1 72 mm breit x 303 mm hoch
2 156 mm breit x 97 mm hoch

¹ Eine Schaufensteranzeige ist eine redaktionell gestaltete Anzeige, die sich optisch vom Heftinhalt unterscheidet und mit dem Begriff „Anzeige“ gekennzeichnet wird. Der Buchungstermin liegt zwei Wochen vor dem regulären Anzeigenschluss.

² Rabatte auf Mediakosten, z.B. Malstaffel, siehe Seite 10.

³ nicht rabattierbar.

Frühbucher-Rabatt

Für Anzeigenbuchungen, die bis zum 30. November 2011 vorliegen, gewähren wir 7,5%.

Rabatte nach Malstaffel

2 Anzeigen in 12 Monaten	5%
3 Anzeigen in 12 Monaten	10%
4 Anzeigen in 12 Monaten	15%

Agenturen gewähren wir einen Rabatt von 15%.

Kombi-Rabatt

Bei zusätzlicher Schaltung in „neue caritas“ gewähren wir 5% Rabatt.

Treue-Rabatt

Kunden, die jährlich mind. 2 Anzeigen bei uns beauftragen, belohnen wir für eine ununterbrochene Buchungstreue von mind. 5 Jahren mit 2,5%, mind. 10 Jahren mit 5% und ab 15 Jahren mit 7,5% zusätzlichem Treuerabatt.

Sonderrabatte für einmalige Ereignisse und Projekte

Bei besonderen Anlässen (z.B. Firmenjubiläum, Charity-Projekte etc.) können Sie Anzeigen, die das entsprechende Ereignis bewerben, im Format 1/1-Seite mit einmaligem Sonderrabatt von 50% buchen. Zusätzliche Rabatte (AE etc.) sind nicht möglich.

Präambel Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass wir aus Rücksicht auf unsere Kunden jegliche Rabattform konsequent nur für zukünftige Erscheinungstermine und nicht rückwirkend gewähren können. Vielen Dank.

Platzierungszuschläge werden nicht erhoben. Platzierungswünsche werden nach Möglichkeit berücksichtigt.

Farbzuschläge gelten für Normfarben nach Euroskala und werden voll rabattiert. Geringe Tonwertabweichungen sind im Toleranzbereich des Offset-Druckverfahrens begründet.

Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Preisänderungen bleiben vorbehalten. Es gilt die am Erscheinungstag gültige Preisliste.

Portomerkosten für Beilagen und Beihefter Zusätzlich berechnet werden die zum Zeitpunkt des Erscheinens geltenden Portomerkosten. Diese sind nicht rabattierfähig und werden für die Abonnentenaufgabe vorab in Rechnung gestellt.

Zahlungen sind 10 Tage nach Erhalt der Rechnung fällig. Verzugszinsen werden in der Höhe der banküblichen Zinsen für Dispositions-Kredite berechnet. Bankeinzug ist möglich.

Für die Abwicklung von Aufträgen gelten die aktuellen **Geschäftsbedingungen**.

Rücktrittstermine Stornierungen sind bis Anzeigenschluss ohne Berechnung einer Stornogebühr möglich. Für Stornierungen bis eine Woche nach Anzeigenschluss erheben wir eine Stornogebühr von 10% des Nettopreises; bei Stornierungen danach muss der volle Anzeigenpreis entrichtet werden.

Abweichend hiervon gilt für Beilagen-, Beihefter-, Postkarten- und Sonderformat-Buchungen: Stornierungen sind bis vier Wochen vor Anzeigenschluss des Hauptmediums möglich. Für Stornierungen nach Beginn dieser Frist bis zum Anzeigenschluss fällt eine Stornogebühr von 10% des Nettopreises an; bei Stornierungen nach Anzeigenschluss ist der volle Preis zu entrichten.

Bankverbindung Sparkasse Darmstadt
BLZ 508 501 50, Konto 11 004 431

Datenformate

- **PDF 1.3** mit eingebetteten Schriften, Farb-/Graustufenbilder in 300 dpi.
- **Offene Dateien** (Quark, InDesign) mit verwendeten Bildern und Schriften, wenn diese nicht als Outline oder Kurven umgewandelt wurden
- **Platzierte EPS-, Tiff- und andere Dateien** (ebenfalls mit den enthaltenen Schriften)

Datenlieferung

- **per E-Mail**
an produktion@zweiplus.de
- **digitale Daten per CD**
an Zweiplus Medienagentur
Produktion Sozialcourage
Pallaswiesenstraße 109
64293 Darmstadt
- **per FTP-Server:** Zugangsdaten auf Anfrage bei Frau Raabe, 06151 8127-203

Heftformat 228 mm x 303 mm

Satzspiegel 195 mm x 246 mm

Beschnittzugabe Außenseiten je 3 mm

Druckunterlagen Digitale Daten

Druckverfahren Rollenoffset, Rückendrahtheftung, Fußanlage

Papier 90 g/qm ungestrichen Recycling, Papierklasse 4

Rasterweite 60 Linien/cm, Winkelung Schwarz 45°

Rasterpunktform Elliptischer Kettenpunkt

Tonwertzuwachs

Kontrollfeld	40%	80%
Cyan	19%	12%
Magenta	19%	12%
Yellow	19%	12%
Schwarz	22%	13%

Die Toleranzen betragen +/- 4% (Mittelton) bzw. +/- 3% (Dreiviertelton), wobei die Spreizung der Farben max. 5% betragen darf.

Lithoaufbau Laut PSO sollte der max. Farbauftrag in der Rolle 300% bzw. im Bogen 350% betragen.

Druckreihenfolge Schwarz, Cyan, Magenta, Yellow

Plattenkopie Die Plattenkopie wurde nach Installation von der Fogra abgenommen. Die Linearisierung wird regelmäßig kontrolliert. Auf jeder Platte wird der Ugra/Fogra-Digital-Plattenkeil mitbelichtet.

Proofs oder Kontrollausdrucke Um Fehler zu vermeiden, ist es bei der Übermittlung der digitalen Daten unbedingt erforderlich, dass folgende Unterlagen zur Kontrolle vorliegen:

- s/w: Ausdruck
- farbig: Einen mit den digitalen Daten identischen, farbverbindlichen Proof oder Farbausdruck. Auf den gelieferten Proofs muss der Fogra-Medienkeil vorhanden sein. Nur dann kann festgestellt werden, ob das Proof den Daten entspricht und im Druck erreicht werden kann.

Hinweis Aufgrund der Herstellungsweise des Papiers können leichte Farbabweichungen entstehen, die aber keinen Grund für eine Reklamation darstellen.

Ohne entsprechenden Ausdruck oder Farbproof kann keine Gewähr für die Vollständigkeit der belichteten Daten und des Druckergebnisses übernommen werden.

Für Anzeigen und Fremdbeiträge in Zeitungen und Zeitschriften

1. Anzeigenauftrag im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Interessenten in einer Druckschrift zum Zwecke 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 Ziffer 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. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bei bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf. Textteilanzeigen sind Anzeigen, die

maximal mit einer Anzeigenseite an den Text angrenzen! Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

6. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen 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 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.

7. Für die rechtzeitige Lieferung geeigneter, 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 für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

8. 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 Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages.

Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind auch bei telefonischer Auftragserteilung ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche 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, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schaden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen, die nicht leitende Angestellte sind; 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 vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

9. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und nur für Textteilanzeigen 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.

10. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, nächstrealisierbare Anzeigengröße der Berechnung zugrunde gelegt. Preisänderungen bleiben vorbehalten. Es gilt die am Erscheinungstag gültige Preisliste.

11. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt.

Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden 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.

12. 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 offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

13. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Auftrages 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.

14. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstücke, Matrern und Zeichnungen sowie vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

15. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisermäßigung 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 Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisermäßigung berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exempl. 20 v.-H., bei einer Auflage bis zu 100.000 Exempl. 15 v.-H., bei einer Auflage bis zu 500.000 Exempl. 10 v.-H., bei einer Auflage über 500.000 Exempl. 5 v.-H. beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisermäßigungsansprüche 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. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

17. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen der Gerichtsstand 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, auch bei Nichtkaufleuten, zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand des Verlages vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

a) Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen

mit den Werbung Treibenden 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 die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beihefter oder technische Sonderausführungen. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.

c) Bei Neuaufnahme einer Geschäftsverbindung behält sich der Verlag vor, Vorauszahlung zum Anzeigenabschlussstermin zu verlangen.

d) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden.

e) Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, Arbeitskämpfe, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

SOZIALCOURAGE – ein prämiertes Magazin

2x „Silber“ beim BCP–„Best of Corporate Publishing“-Award, Europas größtem Wettbewerb für Unternehmenspublikationen.





Gerne informieren wir Sie über Werbemöglichkeiten rund um die Sozialcourage.

Corporate Publishing Agentur

Zweiplus Medienagentur
Petra Wedel e.K.
Pallaswiesenstraße 109
64293 Darmstadt
Tel. 06151 8127-0
Fax 06151 893098
www.zweiplus.de

Anzeigenleitung

Annette Selzer

Tel. 06151 8127-200, selzer@zweiplus.de

Anzeigenverkauf und Beratung

Nicole Deege

(Beilagen, Sonderwerbformen und Kooperationen)

Tel. 06151 8127-101, deege@zweiplus.de

Claudia Schmidt

Tel. 06151 8127-207, claudia.schmidt@zweiplus.de

Anzeigendisposition

Doreen Raabe

Tel. 06151 8127-203, raabe@zweiplus.de

Christine Schäffer

Tel. 06151 8127-205, schaeffer@zweiplus.de

Herausgeber

Deutscher Caritasverband e.V.
Dr. Thomas Becker (Herausgebervertreter)
Referat Publizistik
Karlstraße 40
79104 Freiburg

Redaktion

Gertrud Rogg (Chefredakteurin)
Dr. Bernhard Seiterich (Chef vom Dienst)

