

Mediadaten 2011



Lebenshilfe

Zeitung

Herausgegeben von der Bundesvereinigung Lebenshilfe für Menschen mit geistiger Behinderung

Die Zeitung

Die Lebenshilfe-Zeitung (ISSN 2190-2194) informiert bundesweit Angehörige, Freunde und Förderer geistig behinderter Menschen und versteht sich als deren Sprachrohr. Sie erscheint viermal jährlich in einer Auflage von mehr als 120 000 Exemplaren im Berliner Zeitungsformat. Mit Berichten, Interviews, Reportagen und praktischen Tipps liefert sie Wissenswertes aus allen Lebensbereichen geistig und oft auch körperlich behinderter Menschen. An behinderte Menschen selbst richtet sich das Magazin der Lebenshilfe-Zeitung in leichter Sprache.

Die Lebenshilfe-Zeitung versteht sich als Ratgeber für die Angehörigen und Freunde der behinderten Menschen und ist durch ihre ausgeprägte Leser-Blatt-Bindung eine erfolversprechende Werbepattform.

Der Herausgeber

Die Lebenshilfe-Zeitung wird von der Bundesvereinigung Lebenshilfe für Menschen mit geistiger Behinderung für ihre Mitglieder und weitere Interessenten herausgegeben. Die Bundesvereinigung ist ein eingetragener, gemeinnütziger Verein, der sich in ganz Deutschland für das Wohl geistig behinderter Menschen und ihrer Familien einsetzt.

Die Leser

Die Mitglieder der Lebenshilfe erhalten ihre Zeitung regelmäßig und zuverlässig durch Posteinzelzustellung. Es sind in erster Linie die Angehörigen der betroffenen Menschen, die in der Lebenshilfe-Zeitung Informationen und Neuigkeiten finden. Auch von den Führungskräften und den Mitarbeitern/Mitarbeiterinnen der bundesweit mehr als 3 000 Lebenshilfe-Einrichtungen für geistig behinderte Menschen wird die Zeitung als wichtige Informationsquelle wahrgenommen.

Die Leser nutzen nicht nur die Berichterstattung, sondern nehmen auch die Angebote der Inserenten rund um die Bedürfnisse geistig und körperlich behinderter Menschen gerne auf. Dies bewirkt eine große Akzeptanz der Werbung und damit eine hohe Effektivität der Insertionen.

Titelbild

Der Weltkongress von Inclusion International in Berlin, der 2010 von der Bundesvereinigung Lebenshilfe mit ausgerichtet wurde, fand zeitgleich mit der Fußball-WM in Südafrika statt. Foto: Hans D. Beyer

Die Redaktion

Chefredakteurin: Prof. Dr. Jeanne Nicklas-Faust

Redaktion: Peer Brocke (leitender Redakteur), Kerstin Heidecke, Dr. Angelika Magiros
Jürgen Reuter, Dr. Markus Schäfers, Norbert Schumacher

Bundesvereinigung Lebenshilfe für
Menschen mit geistiger Behinderung e. V.

Leipziger Platz 15
10117 Berlin

Telefon: (0 30) 20 64 11-140 oder -141, Fax: -240

E-Mail: LHZ-Redaktion@Lebenshilfe.de

Anzeigenverwaltung

Joh. Heider Verlag GmbH
Paffrather Straße 102–116, 51465 Bergisch Gladbach
Postfach 20 05 40, 51435 Bergisch Gladbach

Susanne Krausewitz
Telefon: (0 22 02) 95 40-35
Telefax: (0 22 02) 2 15 31

E-Mail: susanne.krausewitz@heider-medien.de

Anzeigenleitung

Hans-Martin Heider

Telefon: (0 22 02) 95 40-35

Telefax: (0 22 02) 2 15 31

Bank-
verbindung: Deutsche Bank AG, Konto: 6 311 930, BLZ: 370 700 60
IBAN-Nr.: DE 30 3707 0060 06321 1930 00
BIC: DETDEDK

Zahlungs-
bedingungen: bis acht Tage nach Rechnungsdatum rein netto
Erfüllungsort und Gerichtsstand Bergisch Gladbach

Druckauflage: 125 902 Exemplare
 Verbreitete Auflage: 119 742 Exemplare

Zeitungspapierformat: Breite: 315 mm, Höhe: 470 mm
 (Berliner Format)

Satzspiegel: Breite: 281 mm, Höhe: 413 mm
 (5 Spalten mit je 53 mm Breite)

Erscheinungsweise: 4-mal jährlich

Termine

Ausgabe	Erscheinungs-termin	Anzeigen-schlussstermin	Druckunter-lagenschluss
01/2011	14. 03. 2011	10. 02. 2011	14. 02. 2011
02/2011	15. 06. 2011	11. 05. 2011	16. 05. 2011
03/2011	14. 09. 2011	10. 08. 2011	12. 08. 2011
04/2011	07. 12. 2011	02. 11. 2011	04. 11. 2011

Preise

Private Kleinanzeigen/Stellenanzeigen mm-Preis = 1,40 €
 (Mindestgröße 15 mm)
 Gewerbliche Anzeigen/Urlaub mm-Preis = 2,92 €

Formatanzeige

Format:	Größe (Breite x Höhe in mm)	Preise (in Euro)
1/1 Seite	281 x 413	5 988,-
1/1 Magazineinseite	224 x 280	3 190,-
1/2 Seite	281 x 205	2 935,-
1/4 Seite	110 x 280	1 595,-
1/8 Seite	110 x 140	797,-
1/16 Seite	110 x 70	398,-
1/32 Seite	53 x 70	200,-

Farbzuschlag: pro Farbe 15 % auf den Schwarz-Weiß-Preis
 (nicht rabattierfähig)

Rabatte: für Schaltungen innerhalb eines Abschlussjahres
 2 Anzeigen: 3 %, 4 Anzeigen: 5 %
 6 Anzeigen: 10 %, 10 Anzeigen: 15 %

Beilagen: bis 25 g (max. Format: 297 mm x 210 mm)
 65,- € zzgl. Portomehraufwand

alle Preise zzgl. MwSt.

Agentur-Rabatt: 15 % für Anzeigen und Beilagen
 (ohne Portomehraufwand)

Druckunterlagen: reprofähige Vorlagen (Fotos, CDs), Dokumente als
 EPS, PDF oder TIFF gespeichert, s/w-Anzeigen und
 Farbanzeigen bis 48er-Raster, Vierfarbanzeigen
 müssen im CMYK-Modus angelegt sein

Digitale Übermittlung: ISDN (0 22 02) 95 40-5 56 (Leonardo)



Allgemeine Geschäftsbedingungen der Joh. Heider Verlag GmbH für Anzeigen und Fremdbeilagen

I. Definitionen

1. **Anzeigenauftrag** im Sinne dieser AGB ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbtreibenden (Auftraggeber) in einer Druckschrift oder einem sonstigen Medium zum Zwecke der Verbreitung.
2. **Beilagenauftrag** im Sinne dieser AGB ist der Vertrag über die Beilage eines oder mehrerer vom Werbtreibenden (Auftraggeber) zu stellenden oder aufgrund eines gesonderten Auftrages von dem Verlag (Auftragnehmer) zu erstellenden Beilage zu einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung.
3. **Abraufauftrag** im Sinne dieser AGB ist der Auftrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen, wobei der Auftraggeber die einzelnen Anzeige jeweils gesondert abrufen kann.
4. **Texteilanzeigen** sind solche Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text oder den Rand und nicht an andere Anzeigen angrenzen.

II. Vertragsschluss

1. Ein Vertrag kommt dadurch zustande, dass der Auftraggeber einen entsprechenden Auftrag erteilt und der Verlag diesen annimmt. Die Annahme kann auch dadurch erfolgen, dass der Auftrag innerhalb der im Auftrag genannten Frist oder, wenn eine solche nicht bestimmt ist, innerhalb der nächsten drei Ausgaben der entsprechenden Druckschrift veröffentlicht wird.
2. Bestätigt der Verlag den Auftrag unter Benennung eines bestimmten Veröffentlichungsdatums oder einer bestimmten Veröffentlichungsfrist, so kommt der Vertrag entsprechend zustande, wenn nicht der Auftraggeber innerhalb einer Woche, spätestens aber vor dem (aus den Metadaten ersichtlichen) Anzeigenschluss des mitgeteilten Veröffentlichungstermins widerspricht.
3. Ein Beilagenauftrag kommt – auch wenn der Auftragnehmer diesen bestätigt hat – erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und Billigung dieses Musters durch den Auftragnehmer und dem Herausgeber zustande. Die Billigung kann entsprechend Ziffer 1 durch Ausführung der Beilage erfolgen.
4. Aufträge, die bei Vermittlern, Agenturen oder Annahmestellen erteilt werden, bedürfen in jedem Fall der Annahme durch den Auftragnehmer selbst.
5. Ein Abraufauftrag ist – wenn nicht ausdrücklich etwas anderes vereinbart wird – innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln. Innerhalb dieser oder der ausdrücklich vereinbarten Frist kann der Auftraggeber über die vereinbarte Anzahl hinaus zusätzliche Anzeigen abrufen.
6. Der Auftragnehmer ist verpflichtet, die Veröffentlichung von Anzeigen oder Beilagen – auch nach rechtsverbindlichem Vertragsschluss – abzulehnen, wenn deren Veröffentlichung wegen des Inhalts oder der Herkunft dem Auftragnehmer oder dem Herausgeber des Mediums nicht zuzumuten sind. Dies gilt auch, wenn Anzeigen oder Beilagen gegen gesetzliche, behördliche oder postalische Vorschriften oder die guten Sitten verstoßen, insbesondere auch wenn die Gefahr von Wettbewerbs- oder Urheberrechtsverstößen besteht.
7. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen.
8. Durch Beilagen entstehende Porto(mehr-)kosten trägt der Auftraggeber. Diese werden durch den Auftragnehmer gesondert in Rechnung gestellt und sind im Voraus zu zahlen.

III. Abwicklung

1. Für die Aufnahme von Anzeigen oder Beilagen in bestimmte Ausgaben, bestimmte Nummern oder an bestimmten Stellen wird geliefert, so, als wären dies ausdrücklich zum zwingenden Bestandteil des Vertrages gemacht und vom Auftragnehmer bestätigt wurde.
2. Bei Rubrik-Anzeigen gewährleistet der Auftragnehmer die Veröffentlichung in der entsprechenden Rubrik.
3. Für die rechtzeitige und technisch verwendbare Bereitstellung des Anzeigentextes, der Anzeigenvorlage oder der Beilage ist der Auftraggeber verantwortlich. Sind Mängel dieser Vorlagen für den Auftragnehmer erkennbar, so fordert er Ersatz an.
4. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichem Wunsch geliefert. In diesem Fall ist der Auftraggeber verpflichtet, den Probeabzug unverzüglich zu prüfen und etwaige Mängel oder Änderungswünsche mitzuteilen. Erfolgt eine Rüge oder ein Änderungswunsch nicht innerhalb der mitgeteilten Frist, gilt der Probeabzug als genehmigt.
5. Ist eine Anzeigengröße nicht ausdrücklich vereinbart, so erfolgt der Abdruck in dem Anzeigeninhalt entsprechender, üblicher Größe.
6. Anzeigenbelege werden gemäß der Vereinbarung im Anzeigenvertrag geliefert.
7. Druckvorlagen werden nur auf Anforderung zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung durch den Auftragnehmer endet drei Monate nach Ablauf des Auftrags.
8. Die Kosten für die Anfertigung der Druckunterlagen (Filme, Proofs etc.) gehen zulasten des Auftraggebers. Dies gilt auch für sämtliche Kosten, die durch vom Auftraggeber verursachte Änderungen entstehen.
9. Zuschriften auf Chiffreanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Werden sie innerhalb dieser Frist nicht abgeholt, wird der Auftragnehmer sie vernichten. Ist eine postalische Weitersendung von Zuschriften ausdrücklich vereinbart, so werden alle Zuschriften – auch wenn diese per Fax, Eilbrief oder per Einschreiben eingehen – nur per normaler Post weitergeleitet. Der Auftragnehmer sammelt diese und leitet die Zuschriften einmal wöchentlich weiter. Der Auftragnehmer hat das Recht, eingehende Zuschriften stichprobenweise zu öffnen, um einen Missbrauch des Chiffredienstes auszuschließen.
10. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung als solche nicht erkennbar sind, werden von dem Auftragnehmer deutlich mit dem Hinweis „Anzeige“ gekennzeichnet.
11. Kann ein vereinbarter Termin wegen Streik, Aussperrung, sonstigen Betriebsstörungen oder einem sonstigen Fall höherer Gewalt nicht eingehalten werden, so ist der Auftrag zum nächstmöglichen Termin auszuführen; kann eine spätere Ausführung den Zweck nicht erreichen, kann der Auftraggeber den Vertrag kündigen. Weitere Rechte stehen dem Auftraggeber nicht zu. Ein Anspruch des Auftraggebers wg. Verzögerungsschäden oder entgangenem Gewinn ist ausgeschlossen.

IV. Haftung

1. Der Auftragnehmer ist nicht verpflichtet, zur Verfügung gestellte Vorlagen auf Richtigkeit zu prüfen. Der Auftragnehmer gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
2. Wird eine Anzeige trotz ordnungsgemäßer Vorlage fehlerhaft, unleserlich oder unvollständig veröffentlicht, so hat der Auftraggeber zunächst nur Anspruch auf Nachbesserung in Form der Schaltung einer Ersatzanzeige. Weist der Auftraggeber nach, dass die Schaltung der Ersatzanzeige den Anzeigenzweck verzerlt, hat er Anspruch auf angemessene Minderung; dies gilt allerdings nur, wenn die Ersatzanzeige auch bei unverzüglicher Reklamation des Auftraggebers bereits den Zweck nicht mehr hätte erfüllen können.
3. Bei Wiederholungs- oder Abrufanzeigen hat der Auftraggeber die erschienenen Anzeigen zu prüfen und ggf. vor Erscheinen der nächsten Anzeige zu rügen. Kommt der Auftraggeber dieser Rückpflicht nicht nach, so kann er aus einem wiederholten Abdruck der fehlerhaften Anzeige keine Rechte herleiten.
4. Bei telefonisch oder mündlich aufgegebenen Anzeigen haftet der Auftragnehmer nicht für Übermittlungs- oder Verständnisfehler. Diese gehen allein zulasten des Auftraggebers.
5. Der Auftragnehmer haftet nicht für durch die Anzeige oder Beilage erfolgte Rechtsverstöße, insbesondere Wettbewerbs- oder Urheberrechtsverletzungen. Wird der Auftragnehmer durch Dritte wegen solcher Verstöße in Anspruch genommen, so hat der Auftraggeber ihn von allen Ansprüchen und Kosten freizustellen. Wird der Auftragnehmer verpflichtet, eine Gegendarstellung oder Richtigstellung abdruckend, so hat der Auftraggeber diese auf Basis der aktuellen Anzeigenpreise zu bezahlen.
6. Eine nicht unerhebliche Minderung der Auflage berechtigt den Auftraggeber lediglich zu einer angemessenen Preisminderung. Eine Auflagenminderung ist nicht unerheblich, wenn sie bei einer Sollauflage von
bis zu 50 000 mehr als 20 %
50 000 bis zu 100 000 mehr als 15 %
100 000 bis zu 500 000 mehr als 10 %
500 000 und höher mehr als 5 % beträgt.
Die Sollauflage ist die vertraglich vereinbarte, mangels Vereinbarung in der gültigen Preisliste angegebene Auflage. Weitere Ansprüche sind grundsätzlich ausgeschlossen. Dies gilt jedenfalls dann, wenn der Auftragnehmer den Auftraggeber so rechtzeitig vom Absinken der Auflage in Kenntnis gesetzt hat, dass dieser den Anzeigenauftrag zurücknehmen konnte.
7. Schadenersatzansprüche des Auftraggebers oder Dritter werden grundsätzlich ausgeschlossen, dies gilt nicht
– bei vorsätzlich oder grob fahrlässig verursachtem Schaden,
– bei leicht fahrlässiger Verletzung wesentlicher Vertragspflichten, auch durch gesetzliche Vertreter oder Erfüllungsgehilfen des Auftragnehmers; insoweit haftet er nur auf den nach Art des Produkts vorhersehbaren, vertragstypischen, unmittelbaren Durchschmittschaden,
– im Falle schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit des Auftraggebers,
– bei arglistig verschwiegenen Mängeln und übernommener Garantie für die Beschaffenheit der Ware.
§ 8. Ist der Auftraggeber Unternehmer, so hat er in entsprechender Anwendung der §§ 377, 378 HGB die Anzeige oder Beilage unverzüglich nach Erhalt oder Veröffentlichung zu prüfen und etwaige Mängel unverzüglich zu rügen; andernfalls ist er mit Gewährleistungsansprüchen wegen Mängeln, die er bei einer Prüfung hätte erkennen können, ausgeschlossen.

V. Preise/Zahlung

1. Es gelten grundsätzlich die aus der aktuellen Preisliste ersichtlichen Preise, sofern nicht im Einzelfall etwas Abweichendes vereinbart wird.
2. Ist der Auftraggeber Erstkunde, so hat er für den Anzeigen- oder Beilagenauftrag Vorauszahlung zu leisten.
3. Werden Mengenrabatte, Preisnachlässe bei Wiederholungsanzeigen oder Ähnliches vereinbart und wird die vereinbarte Menge oder Anzahl aus Gründen, die der Auftragnehmer oder seine Erfüllungsgelhilfen nicht zu vertreten haben, nicht erreicht, so hat der Auftraggeber die der tatsächlichen Anzahl oder Menge entsprechenden Preise zu entrichten.
4. Soweit keine Vorauszahlung geleistet wurde, sind alle Rechnungsbeträge binnen acht Tagen ab Zugang der Rechnung zu zahlen; mit Ablauf dieser Frist kommt der Auftraggeber ohne Mahnung in Verzug und schuldet den gesetzlichen Verzugszinsen.
5. Befindet sich der Auftraggeber mit einer oder mehreren Zahlungen in Verzug, so kann der Auftragnehmer weitere Leistungen von Vorauszahlungen abhängig machen. Dies gilt auch, wenn der Auftraggeber sich zwar nicht aktuell in Verzug befindet, er jedoch in der Vergangenheit mindestens zweimal, oder mindestens einmal mehr als vier Wochen in Verzug geraten ist.
6. Werbeagenturen oder Vermittler sind verpflichtet, sich bei den Preisen gegenüber ihren Kunden an die jeweils aktuelle Preisliste des Auftragnehmers zu halten. Die vom Auftragnehmer gewährte Provision darf nicht, auch nicht teilweise an den Kunden weitergegeben werden.

VI. Sonstiges

1. Ist der Auftraggeber Kaufmann, eine juristische Person des öffentlichen Rechts oder ein öffentlich-rechtliches Sondervermögen oder hat er im Inland keinen allgemeinen Gerichtsstand, so ist der Sitz des Auftragnehmers Erfüllungsort und Gerichtsstand.
2. Es wird die Anwendung deutschen Rechts vereinbart.
3. Sollten eine oder mehrere Bestimmungen dieser AGB unwirksam sein oder werden, so bleiben die übrigen Regelungen bestehen.