

KULTUR PROJEKTE BERLIN

MEDIADATEN 2012

Lange Nacht der Museen

Lange Nacht der Opern und Theater
museumsTIP

MuseumsJournal

Gültig ab 1. November 2011

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 Werbetreibenden 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 vorbehaltendes oder später eingeräumtes Rücktrittsrecht auszuüben, den Vertrag zu den neuen Preislisten bis zur Erreichung des ursprünglich vereinbarten Auftragwertes fortsetzt.
5. Betr. Textteilanzeigen. Unzutreffend.
6. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder bestimmten Plätzen der Druckschrift wird keine Gewähr geleistet, es sei denn, dass der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrages ausdrücklich davon abhängig gemacht hat.
7. Absatz betr. Textteilanzeigen. Unzutreffend. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ kenntlich gemacht.
8. 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 Modells der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder der Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilage 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.

10. 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.
11. 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.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften angegeben, so wird die tatsächliche Abdruckhöhe der Preisberechnung zu Grunde gelegt.
13. Absatz betr. Rechnungslegung bei Zeitungen. Unzutreffend. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine kürzere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von mindestens 3 % über dem jeweiligen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank 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 Konkursen und Zwangsvergleichen entfällt jeglicher Nachlass. Bei Vorlegen 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 hieraus gleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen, ohne dass hieraus dem Auftraggeber irgendwelche Ansprüche gegen den Verlag erwachsen.
15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenausschnitt. Wenn Art und Umfang des Anzeigenauftrages es rechtfertigen, werden mindestens zwei Kopfbelege oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Aufnahmebescheinigung des Verlages.
16. Kosten für erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen und Lieferungen bestellter Druckstöcke, Matrern und Zeichnungen hat der Auftraggeber zu bezahlen.
17. Aus einer Auflagenminderung kann nur dann 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. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung 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., bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren 10 v. H., bei einer Auflage über 500.000 Exemplaren 5 v. H. beträgt.

- 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 konnte.
18. Betr. Ziffernanzeigen. Unzutreffend.
 19. Betr. Maternaufbewahrung. Unzutreffend.
 20. Erfüllungsort und Gerichtsstand für beide Teile ist, soweit das Gesetz zwingend nichts anderes vorsieht, der Sitz des Verlages.

ZUSÄTZLICHE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN DES VERLAGES

- a) Die Werbemittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich mit 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 die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages, die Auftragsbestätigung und die jeweils gültige Preisliste sind für jeden Auftrag maßgebend. Der erteilte Auftragsauftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.
- c) Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für die laufenden Aufträge.
- d) Wenn für konzernangehörige Firmen die gemeinsame Rabattierung beansprucht wird, ist die schriftliche Bestätigung einer mindestens 75-prozentigen 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 verkauften Auflage erfüllt sind. Geringere Leistungen sind nach dem Tausender-Seitenpreis gemäß der im Tarif garantierten verkauften 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.



Die gemeinnützige Landesgesellschaft Kulturprojekte Berlin GmbH realisiert Projekte zur Förderung, Vernetzung und Vermittlung von Kultur. Sie konzipiert und organisiert komplexe kulturelle Vorhaben der Stadt Berlin, ist Träger von Spielstätten und Festivals und übernimmt Serviceleistungen für Berliner Museen und andere Kulturinstitutionen.

Kulturprojekte Berlin befasst sich intensiv mit Fragen der Vermittlung von Kunst und Kultur und vernetzt berlinweit Akteure, Initiativen und Projekte in diesem Bereich.

Mit den hier vorgestellten Publikationen informiert der Herausgeber Kulturprojekte Berlin GmbH über ausgewählte Angebote der Museen und anderer Kultureinrichtungen. Diese Medien bieten damit ein ausgezeichnetes Umfeld zur Platzierung Ihrer Werbung und erreichen unter den kulturinteressierten Berlinern und Berlin-Besuchern ausgesprochen interessante Zielgruppen.

Herausgeber: Kulturprojekte Berlin GmbH
Klosterstraße 68, 10179 Berlin
www.kulturprojekte-berlin.de

**Kontakt MuseumsJournal,
museumsT!P, Programmheft
Lange Nacht der Museen:**

Andrea Murre
Tel. 030.280 18 144
murre@runze-casper.de

**Anzeigen-
verwaltung:** Runze & Casper Werbeagentur GmbH
Linienstraße 214, 10119 Berlin
Tel. 030.280 18 0
Fax 030.280 18 400
verlagsservice@runze-casper.de
www.runze-casper.de/ohg

**Kontakt Programmheft
Lange Nacht der Opern
und Theater:**

Evelyn Alter
Tel. 030.280 18 149
alter@runze-casper.de

Kontakt Druckunterlagen:

Sara Nasereddin
Tel. 030.280 18 170
anzeigen@runze-casper.de

Möchten Sie regelmäßig und aktuell informiert werden über Themen der nächsten Ausgaben und Termine? Gern nehmen wir Sie in den Verteiler unseres E-mail-Newsletters auf für die Kulturprojekte-Publikationen. Anmeldung für den Newsletter unter: www.runze-casper.de/ohg

Rücktrittsrecht: Nur schriftlich,
vier Wochen vor Anzeigenschluss

**Allgemeines zu
Druckunterlagen:** Detaillierte Informationen werden bei Auftragsbestätigung versendet. Für die rechtzeitige Anlieferung und die Richtigkeit des Inhalts digitaler Druckunterlagen haftet der Auftraggeber. Im Fall der Herstellung und Bearbeitung von Druckunterlagen durch Runze & Casper werden die Kosten dafür gesondert berechnet.

**Zahlungs-
bedingungen:** Preisangaben in Euro zzgl. gesetzl. MwSt.,
Zahlung nach Rechnungserhalt ohne
Abzug

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften vom 1.4.1977 in ihrer aktuellen Fassung sowie die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages.

Stand: November 2011, Änderungen vorbehalten

Lange Nacht der Museen – Programmheft

Zweimal im Jahr (am jeweils letzten Sonnabend im Januar und August) öffnen bis zu 100 Berliner Museen, Sammlungen, Archive, Gedenkstätten und Ausstellungshäuser ihre Pforten bis weit nach Mitternacht zur **Langen Nacht der Museen**. Zu ungewöhnlicher Stunde (18 – 2 Uhr, Programme für Kinder teilweise ab 15 Uhr) präsentiert sich die Museumslandschaft der Hauptstadt in all ihrer beeindruckenden Vielfalt auf einer Fläche von fast 400 km². Verschiedene Bus-Shuttle-Routen verbinden die teilnehmenden Häuser.



Im Programmheft werden alle teilnehmenden Institutionen mit ihren Ausstellungen und Veranstaltungen in alphabetischer Reihenfolge vorgestellt. Es gibt Informationen zu den Routen und zu Serviceangeboten. Das Programmheft erscheint jeweils ca. 5 Wochen vor der Langen Nacht und wird von jedem einzelnen Leser intensiv zur Vorbereitung dieses Highlights genutzt.

Zielgruppe/ Vertrieb: Berliner und Berlin-Besucher über Museen, kulturelle Einrichtungen, Theaterkassen, Hotels, Bürgerämter, BERLIN-Infostores, Fahr-schein-Verkaufsstellen und Kundenzentren der S-Bahn Berlin und der BVG, DINAMIX-Verteiler Hotels und Theaterkassen

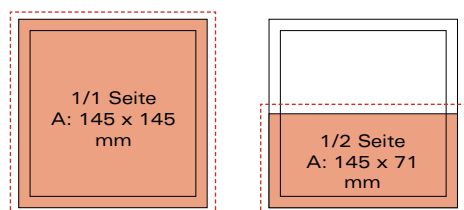
Heftformat: 145 mm B x 145 mm H, Klebebindung

Beschnittzugabe: 5 mm zum Heftformat umseitig, bei Bunddurchdruck: 5 mm

Auflage je Ausgabe: 130.000 Exemplare (Sommer-Lange-Nacht)
90.000 Exemplare (Winter-Lange-Nacht)

Farben: 4c, Euroskala

Anzeigenformate:



A: Anschnittformat
Formate Breite x Höhe in mm

⊞ Beschnittzugabe: 5 mm umlaufend

Anzeigenpreise je Ausgabe:

U 2, 1/1	4.600,00 €
U 3, 1/1	4.400,00 €
U 4, 1/1	5.000,00 €
1/1 innen	3.800,00 €
1/2 innen	1.900,00 €

Druckverfahren: Umschlag: Bogenoffset
Inhalt: Rollenoffset

Druckunterlagen: Dateien (vorzugsweise PDF_x3) sowie verbindlicher Proof an Runze & Casper. Texte und grafische Elemente mit mind. 10 mm Abstand zum Bund platzieren.

Termine:

AUSGABE	ERSCHEINUNGS-TERMIN	ANZEIGEN-SCHLUSS	DU-SCHLUSS
Winter 2012	23.12.2011	18.11.2011	02.12.2011
Sommer 2012	30.07.2012	08.06.2012	28.06.2012
Winter 2013	21.12.2012	16.11.2012	30.11.2012

Die **Lange Nacht der Opern und Theater** ist eine Gemeinschaftsveranstaltung der Berliner Bühnen mit Kulturprojekte Berlin, in Kooperation mit dem Deutschen Bühnenverein, Landesverband Berlin.

60 Bühnen öffnen ihre Pforten und zeigen von 19 Uhr bis 1 Uhr fast 200 Produktionen aus den Genres Oper und Konzert, Tanz und Theater, Chanson und Schlager, Literatur und Kabarett, Puppen- und Jugendtheater, Improvisationstheater und Akrobatik.

Zu sehen sind Ausschnitte aus Repertoirevorstellungen, aber auch extra für die Lange Nacht zusammengestellte Programme. Alle notwendigen Informationen für die Besucher bietet das Programmheft zur Langen Nacht mit Erscheinungstermin ca. 5 Wochen vor der Veranstaltung.



Zielgruppe/Vertrieb: Berliner und Berlin-Besucher über Theater, kulturelle Einrichtungen, Theaterkassen, Hotels, Bürgerämter, BERLIN-Infostores, DINAMIX, primeline; Fahrschein-Verkaufsstellen und Kundenzentren der S-Bahn Berlin und BVG

Heftformat: 105 mm B x 195 mm H, Klebebindung

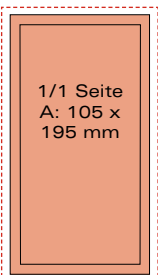
Beschnittzugabe: 3 mm zum Heftformat umseitig, bei Bunddurchdruck: 3 mm

Auflage: ca. 100.000 Exemplare

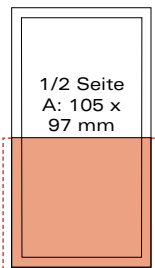
Farben: 4c, Euroskala

Umfang: ca. 100 Seiten

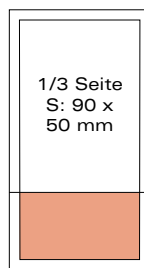
Anzeigenformate:



A: Anschnittformat
Formate Breite x Höhe in mm



S: Satzspiegelformat



⋮ Beschnittzugabe: 3 mm

Anzeigenpreise	U 3	1.900,00 €
	U 4	2.200,00 €
	1/1 innen	1.600,00 €
	1/2 innen	900,00 €
	1/3 innen	600,00 € (auf Anfrage)

Druckverfahren/ Papier: Rollenoffset/
LWC aufgebessert,
matt gestrichen, 60 g/m²

Druckunterlagen: Dateien (vorzugsweise PDF_x3) sowie verbindlicher Proof an Runze & Casper. Texte und grafische Elemente mit mind. 10 mm Abstand zum Bund platzieren.

Termine:

Erscheinungsdatum:	20.03.2012
Anzeigenschluss:	10.02.2012
Druckunterlagenchluss:	16.02.2012

Das aktuelle Vermittlungsprogramm der MuseumsModeration Berlin ist in dem quartalsweise erscheinenden **museumstIP** zusammengefasst.

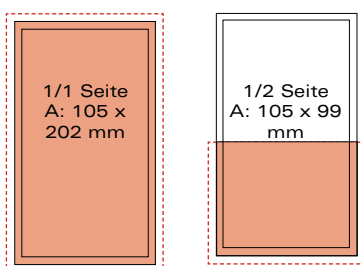
Die MuseumsModeration entwickelt im Auftrag der Berliner Museen passgenaue Bildungs- und Vermittlungsangebote für Kinder, Jugendliche, Schulklassen, Familien und Erwachsene. Zur museumspädagogischen Bandbreite gehören klassische Führungen ebenso wie Workshops, dialogische Rundgänge, Expertengespräche oder Führungen und Workshops für Blinde und Gehörlose.



Neben den Programmen in Museen und Gedenkstätten offeriert der museumstIP auch individuelle Stadterkundungen zu verschiedensten Themen.

Zielgruppe/ Vertrieb:	Berliner über Museen, Stadtbibliotheken, Kultur- und Bürgerämter, Volkshochschulen. Vertrieb auch als Beileger Abo-Auflage MuseumsJournal. Download möglich unter kulturprojekte-berlin.de/projekte/museumstip	Heftformat:	105 mm B x 202 mm H, geheftet
Auflage je Ausgabe:	25.000 Exemplare	Beschnittzugabe:	3 mm zum Heftformat umseitig
Erscheinungs- weise:	4 x jährlich	Farben:	4c, Euroskala

Anzeigenformate:



A: Anschnittformat
Formate Breite x Höhe

□ Beschnittzugabe: 3 mm

Anzeigenpreise je Ausgabe:	1/1 Seite	500,00 €
	1/2 Seite	250,00 €
	Umschlagseiten auf Anfrage	

Druckunterlagen: Dateien (vorzugsweise PDF_x3) sowie verbindlicher Proof an Runze & Casper

Termine:

AUSGABE	ERSCHEINUNGS- TERMIN	ANZEIGEN- SCHLUSS	DU-SCHLUSS
1/12 (Jan. – März)	01.01.2012	23.11.2011	30.11.2011
2/12 (April – Juni)	01.04.2012	22.02.2012	05.03.2012
3/12 (Juli – Sept.)	01.07.2012	23.05.2012	04.06.2012
4/12 (Okt. – Dez.)	01.10.2012	22.08.2012	03.09.2012

Das **MuseumsJournal** führt durch eine der bedeutendsten Museumslandschaften der Welt. Mit Berichten aus allen Museen, Schlössern, Gedenkstätten und Sammlungen in Berlin und Potsdam gibt es kenntnisreich und umfassend Auskunft über Museums- und Kunstschatze in der Region. Kunst- und Kulturgeschichte wird anhand von Schwerpunktthemen erhellt, Beiträge zu Museumspolitik und -alltag sowie Porträts von Museumsleuten runden das Bild ab.

Der umfangreiche Kalender zu Sonderausstellungen und Veranstaltungen mit Führungsangeboten, Adressen und Öffnungszeiten bietet einen unentbehrlichen Überblick. Das MuseumsJournal ist eine Publikation der Berliner Museen.



Zielgruppe/Vertrieb: Kulturinteressierte Leserschaft mit hohem Einkommen und überdurchschnittlich hohem Bildungsgrad in Berlin/Brandenburg (Nielsen V/VI) über Abonnement und Verkauf (Premium-Platzierung in den staatlichen Museen und Kulturinstitutionen)

Heftformat: 215 mm B x 280 mm H, Klebebindung

Beschnittzugabe: 5 mm umseitig

Farben: 4c, Euroskala

Auflage je Ausgabe: 7.000 Exemplare, davon 5.000 Exemplare garantierte verkaufte Auflage

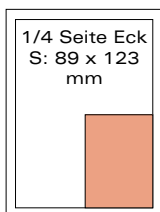
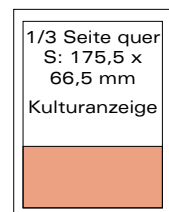
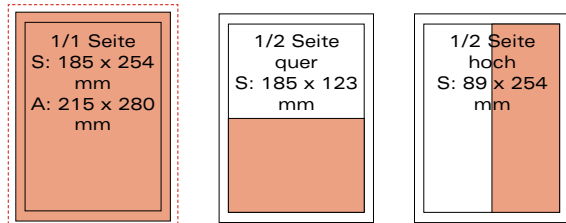
Druckunterlagen: Digitale Daten für Offsetdruck sowie verbindlicher Proof an Runze & Casper. Texte und grafische Elemente in Anschnittanzeigen mit mind. 10 mm Abstand zum Bund platzieren. Satzspiegelanzeigen immer mit Linienrahmen liefern.

Verkaufspreis: 6,90 € (Einzelheft)

Druckverfahren/ Papier: Bogenoffset/ Offset mattgestrichen

Erscheinungsweise: 4 x jährlich

Anzeigenformate:



Formate: Breite x Höhe in mm
S: Satzspiegelformat
A: Anschnittformat
Beschnittzugabe: 5 mm umlaufend

Anzeigenpreise je Ausgabe:

U 2, 1/1 Seite	2.100,00 €
U 3, 1/1 Seite	2.000,00 €
U 4, 1/1 Seite	2.500,00 €
1/1 Seite, innen	1.800,00 €
1/2 Seite, innen	900,00 €
1/4 Seite, innen	450,00 €

Kulturanzeige in Rubrik „In aller Kürze“
1/3 Seite 530,00 €
(inkl. Kulturrrabatt, inhaltliche Einschränkungen siehe Kulturrrabatt, 1 x je Heft)

Kulturrrabatt: 20 % (betrifft Anzeigen für Bücher, Bild- und Tonträger, Ausstellungen, Museen, Theater, Musicals und Ähnliches)

Rabattstaffeln:

Malstaffel		Mengenstaffel
ab 3 Anzeigen 5 %		ab 2 Seiten 5 %
ab 4 Anzeigen 10 %		ab 3 Seiten 10 %
ab 5 Anzeigen 15 %		ab 4 Seiten 15 %

Gültig jeweils für Abnahme innerhalb des Abschlussjahres

Termine:

HEFT-NR.	ERSCHEINUNGS-TERMIN	ANZEIGEN-SCHLUSS	DU-SCHLUSS
1/12 (Jan. – März)	01.01.2012	18.11.2011	25.11.2011
2/12 (April – Juni)	01.04.2012	17.02.2012	24.02.2012
3/12 (Juli – Sept.)	01.07.2012	16.05.2012	25.05.2012
4/12 (Okt. – Dez.)	01.10.2012	17.08.2012	24.08.2012

Beileger: 150,00 €/1.000 Exemplare belegbar 4.000 Exemplare (Abo-Auflage) Anlieferung für den Verlag kostenfrei an Adresse in Berlin.