

Inhalt

- 1 idee licht
- 2 Von der Idee zum Konzept^e
- 3 Anzeigenpreise und Formate
- 4 Referenzen
- 5 Technische Daten, Nachlässe
- 6 AGB

MAGAZIN
idee licht 2019

GÜLTIG AB 1. Januar 2019

2019
preisliste

1

IDEE LICHT



1 x jährlich

nächste Ausgabe: 11/2019

**IDEE LICHT NR. 14 MAGAZIN
DEKORATIVES LICHT, LED**

EINZELPREIS: € 6.00
DEUTSCHLAND

IDEE LICHT

Druckauflage: 70.000 Exemplare
Zeitschriftenhandel: 12.000 Exemplare
Fachhandel: 58.000 Exemplare

Verlag, Herausgeber:

LICHT MARKETING KG
Druck- und Verlagshaus, Neue Medien
Siedlungstr. 20
D-75180 Büchenbronn

Internet:

www.lichtmarketing.de

E-Mail:

info@lichtmarketing.de

Konzeption:

Michael Müseler

Grafik & Repro:

LICHT MARKETING KG

Kooperation Handel:
Zeitschriftenhandel:

MBV GmbH, Karlsruhe
Hubert Burda Media / MZV

Anzeigendisposition:

Tel. +49 (0)72317-82946
Fax +49 (0)72317-82945

anzeigen@lichtmarketing.de



Von der Idee zum Konzept

Die Deutschen wohnen in durchschnittlich vier Räumen mit 6 bis 10 Leuchten - Haus, Garten und Flure eingeschlossen. Gleichzeitig sind für 83 % der Verbraucher die Lichtverhältnisse wichtig für das persönliche Wohlbefinden, wie eine von der Messegesellschaft Frankfurt in Auftrag gegebene Studie belegt. Und rund 50 % der Konsumenten vertrauen auf den spezialisierten Fachhandel, wenn es um die Anschaffung von Leuchten geht. Licht genießt also einen hohen Stellenwert und der Leuchtenfachhandel ist vom Verbraucher anerkannt. Insgesamt also eine recht komfortable Ausgangssituation mit vergleichbar guten Ertragschancen. Um das Absatzpotenzial zu erschließen, geht es aus Marketingsicht nun konkret darum, die Kommunikationslücke zwischen Angebot und Nachfrage zu schließen.

Das Magazin IDEE LICHT wird neben dem sehr erfolgreichen Vertrieb über den spezialisierten Fachhandel seit 2007 gezielt im Zeitschriftenhandel platziert. Damit wird das Angebot an Publikumszeitschriften zwischen den existierenden Publikationen in den Bereichen Einrichten, Bauen, Bad und Küche um das wichtige Segment Beleuchtung erweitert.

Das Format IDEE LICHT bietet Markenherstellern die gezielte Ansprache und Produktinformation vom Architekten bis zum privaten Kunden. Direkt und mit dem vollen Engagement des autorisierten Fachhandels.

Service für Industriekunden

- Briefing mit Produktauswahl
- Inhaltliche Abstimmung
- Layout & Design durch unsere Agentur

Optionale Leistungen:

- Professionelle Milieuaufnahmen
- Produktfotografie
- QR Codes
- ePaper



Farb-Anzeigen

2/1 Seite (Innenteil)	7.800 €
1/1 Seite (Innenteil)	4.250 €
1/2 Seite (Innenteil)	2.300 €
1/3 Seite (Innenteil)	1.900 €

**Dualer Vertrieb: Fachhandel & Zeitschriftenhandel**

Mit dem Magazin IDEE LICHT erreichen Sie Ihre Vertriebs- und Marketingziele schneller oder übertreffen sogar die bisher gesetzten Erwartungen. Denn unser Heftkonzept setzt auf ein duales Vertriebssystem: Bahnhofsbuchhandel und Zeitschriftenhandel (Kioskverkauf) einerseits - und der spezialisierte Leuchtenfachhandel und Planer andererseits.

Der beratungskompetente Fachhandel ist ein wichtiger Multiplikator für den Erfolg der IDEE LICHT. Daher betreiben wir über Kooperationspartner (z.B. Lichthauspartner) eine intensive Aufklärung und Information des Handels und schaffen eine solide und verlässliche Basis für den Verteilerfolg.

So erreichen Sie mit Ihrer Produkt- und Werbebotschaft ohne Umwege die Top Kunden Ihrer eigenen Kunden und profitieren gleichzeitig von der Platzierung im Zeitschriftenhandel in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Im Ergebnis führt dies zu einer hervorragenden Kosten-Nutzen-Situation für Ihre Investition in eine IDEE LICHT Werbekampagne.

Vergleich Printmedien / Kosten-Relation je 1.000 Expl.



Schöner Wohnen
 Auflage: 202.000
 Anzeige 1/1 4c
 34.200 €
 Preis € / 1.000:
169,31 €



Living at Home
 Auflage: 126.000
 Anzeige 1/1 4c
 19.700 €
 Preis € / 1.000:
156,35 €



Atrium
 Auflage: 54.500
 Anzeige 1/1 4c
 11.600 €
 Preis € / 1.000:
212,84 €




IDEE LICHT
 Auflage: 70.000
 Anzeige 1/1 4c
 4.250 €
 Preis € / 1.000:
60,71 €

Professionelles Marketing auf Top Niveau

Katalogpartner (Fachhandel) beziehen durchschnittlich 500 bis 2.000 Exemplare des IDEE LICHT Magazins mit individuellem Firmeneindruck in bester Druckqualität.

Über das Magazin hinaus bieten wir über die Kooperation mit Lichthauspartner (www.lichthauspartner.de) die Nutzung sämtlicher Marketing-Angebote für den angeschlossenen Fachhandel sowie Lichtplaner zu äußerst attraktiven Vorzugskonditionen: BestSeller Mailing, individualisierte Postkarten, Plakatwerbung, Poster, Displaymaterial und das gedruckte Magazin als ePaper online Version.

Unser Motto: Top Marketing für Top Händler.



Gutes Licht. Besser gemacht. Ihr Fachhandelspartner vor Ort:


Lichtstudio 24

Showroom · Beratung · Lichtplanung · Montageservice

Ausstellung:
Lichtstudio 24 - Showroom
Musterstraße 19
D-12345 Musterstadt

Kontakt:
Max Mustermann
Tel.: 0123-456789
Fax: 0123-456790

E-Mail & Internet
info@lichtstudio24.de
www.lichtstudio24.de
facebook.com/lichtstudio24



Mitglied im Leistungsverbund Lichthauspartner

mbv GmbH Lichthauspartner · Rappensstraße 9 · D-78227 Karlsruhe · Kooperation seit 1989



Nachlässe (Basis 1/1 Seite)

Mengenstaffel:	Malstaffel:
3 Seiten 9,0%	3 Anzeigen 5,0%
4 Seiten 11,0%	4 Anzeigen 7,5%
5 Seiten 12,5%	5 Anzeigen 10,0%
6 Seiten 15,0%	6 Anzeigen 12,5%

Zahlungsbedingungen:

Zahlbar innerhalb 14 Tagen nach Rechnungsdatum rein netto; Vorauszahlungen vor Erscheinen mit 2% Skonto

Bankverbindung: LICHT MARKETING KG
Commerzbank AG, D-79098 Freiburg
BLZ: 680 800 30, Kto.-Nr.: 04 453 062 01
IBAN: DE06 68080030 0445306201
SWIFT-Code: DRES DE FF

Technische Daten

Datenanlieferung bei gestalteten Anzeigen:
PDF in Druckauflösung mit Schnittmarken und auf allen Seiten
3 mm Beschnitt (bei randabfallenden Anzeigen)
– Schriften: im PDF einbetten
– Farben: CMYK-Farbraum
– Bildauflösung: 300 dpi, Bitmap-Bilder mind. 600 dpi
Datenträger: CD-ROM; andere Datenträger nur auf Anfrage
Proof: pro Sujet ein farbverbindliches Proof (Eurosкала)

Gestaltung durch Verlag: Die Gestaltung der Anzeige erfolgt in der Regel durch den Verlag, Litho- und Satzkosten werden nicht berechnet. Proofkosten auf Anfrage. Auskünfte zur Gestaltung durch den Verlag und über technische Daten erhalten Sie unter Telefon intl. +49 (0)7231-78 29 46.

Magazinformat/Satzspiegel 236 x 303 mm (unbeschnitten);
230 x 297 mm (beschnitten); / 210 x 277 mm (Satzspiegel)
Druckverfahren Rotations-Offset, Farbdruck 4-farbig Europa-Skala (Reihenfolge: 1. Cyan, 2. Yellow, 3. Magenta, 4. Black)

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten 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 die erste Anzeige zur Veröffentlichung innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abzurufen. Die weiteren Anzeigen sind innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzurufen.
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 höhere Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. 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 ausdrücklich bestätigt worden ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
6. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
7. 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 der Verlag aufgrund pflichtgemäßen Ermessens einen Verstoß der betreffenden Anzeige gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten feststellt oder die Veröffentlichung erkennbar für den Verlag unzumutbar ist. Beilagenaufträge werden nicht durchgeführt, wenn die Beilagen durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Darüber hinaus kann der Verlag Beilagenaufträge aus technischen und vertrieblichen Gründen bis zur Vorlage eines Musters der Beilage und ihrer Billigung ablehnen. Das Obige gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
8. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen (Digitale Datenübermittlung siehe techn. Merkblatt) oder der Beilage ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an.
Der Verlag gewährleistet die für den belagten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
9. 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 nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber Rücktrittsrecht.

Der Verlag haftet nicht für Fahrlässigkeit. Dieser Haftungsausschluss gilt nicht im Fall des Fehlens zugesicherter Eigenschaften. Gegenüber Nichtkaufleuten haftet der Verlag jedoch bei Verzug oder Unmöglichkeit für vorhersehbare Schäden auch bei einfacher Fahrlässigkeit, jedoch nur bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts.

Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten für grobe Fahrlässigkeit ein Ersatz auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

10. 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 Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

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 laufende Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlungen werden nach der Preisliste gewährt.

12. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie Einzugskosten berechnet.

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 Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

13. Der Verlag liefert nach 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.

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

15. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Gerichtsstand ist, soweit das Gesetz zwingend nichts anderes vorsieht, der Sitz des Verlages.

ZUSÄTZLICHE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN DES VERLAGES

a) Die Allgemeinen und unsere zusätzlichen Geschäftsbedingungen, die Auftragsbestätigung und die jeweils gültige Preisliste sind für jeden Auftrag maßgebend. Der erteilte Anzeigenauftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.

b) Bei fermündlich aufgegebenen Anzeigen bzw. bei fermündlich veranlassenden Änderungen und Abbestellungen übernimmt der Verlag keine Haftung.

c) Platzierungsvorschriften werden nur durch ausdrückliche Bestätigung des Verlages anerkannt.

d) Sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist, treten neue Tarife bei Preispassungen auch für laufende Aufträge sofort in Kraft.

e) Bei höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme oder Betriebsstörungen hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80% der garantierten verkauften Auflage erfüllt sind. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht. Alle weiteren Ansprüche auf Erfüllung oder Schadenersatz sind ausgeschlossen.

f) Bei Druckvorlagen, die zusätzliche Kosten verursachen, werden diese in Rechnung gestellt. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungtreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Bei Überschreitung der im Terminplan festgelegten Daten für die Übersendung der Druckunterlagen kann keine Gewähr für eine einwandfreie Druckweitergabe übernommen werden. Die Pflicht der Aufbewahrung von Druckunterlagen erlischt 3 Monate nach dem Erscheinen der Anzeige, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist. Fehlende oder fehlerhaft gedruckte Kontrollangaben ergeben keinen Anspruch für den Auftraggeber.

g) Für die Anwendung eines Konzernrabattes auf Tochtergesellschaften ist der schriftliche Nachweis einer Kapitalbeteiligung von mehr als 50% erforderlich.

h) Die Werbungsmitler und Werbegutachten sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit dem Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Eine vom Verlag gewährte Mittlervergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

i) Bei Kunden/Werbegutachten, die zum ersten Mal mit dem Verlag in Geschäftsverbindung treten, kann Vorauskasse bis zum Anzeigenschlusstermin verlangt werden.

j) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des Anzeigentextes/Bildmotivs. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesem 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. Der Verlag ist berechtigt, Werbung für Arznei- und Heilmittel von einer schriftlichen Zusage des Verantwortlichen über die rechtliche Zulässigkeit abhängig zu machen und/oder auf Kosten des Auftraggebers die Werbevorlage von einer sachverständigen Stelle auf die rechtliche Zulässigkeit überprüfen zu lassen.

k) 6 Arbeitstage vor Anzeigenschluss sind Sinterungen, Änderungen von Größen, Formaten und der Wechsel von Farben nicht mehr möglich. Bei fermündlich aufgegebenen Anzeigen oder fermündlich erteilten Korrekturen haftet der Verlag nicht für die Richtigkeit der Wiedergabe. Eine Haftung wird auch nicht übernommen, wenn sich Mängel an der Vorlage erst bei der Reproduktion oder beim Druck zeigen. Der Werbungtreibende hat bei ungenügendem Abdruck dann keine Ansprüche. Evtl. entstehende Mehrkosten müssen weiterberechnet werden.

Anzeigen können aus geschäftspolitischen Gründen abgelehnt werden.



2019