

mucs

mucs – das Jugendmagazin der Jungen Münchner Volkshochschule

PREISLISTE | gültig ab Mai 2009

AKTUELLES AUS DER **mucs**-WELT

Internetseite Auf www.textbau.com haben wir unsere neue Webseite frei geschaltet, die Ihnen einen kompakten Überblick über die Tätigkeitsfelder unserer jungen Medienagentur gibt. Unter dem Button «Mediadaten» finden Sie alle Infos zu den drei von textbau realisierten Magazinen mucs, spitzer und Klimaherbst.

Klimaschutz Internationale Jugendaktion «Energy-Union» **mucs**-Chefredakteur Marco Eisenack moderiert mit seinem Team die Podien zur großen Klima-Tour «Energy-Union» von Friends of the Earth in Zusammenarbeit mit der EU. Auf dem Odeonsplatz wird **mucs** sein Magazin auf einem eigenen Stand präsentieren.
www.energyunion.eu

Rathaus-Party **mucs** freut sich, am **17. Oktober 2009** im Rahmen der offiziellen Jugendparty «18jetzt» im Rathaus in Fraktionsräumen des Stadtrats in die **mucs**-Lounge einladen zu dürfen. Mit einer Mitmach-Show und einer Modeperformance präsentiert sich unser Magazin gemeinsam mit der MVHS den erwarteten rund 2000 jungen Münchnern.

Lesen Sie auf den folgenden Seiten unsere günstigen Anzeigenpreise und platzieren Sie Ihre Anzeigenangebote auf der Plattform für bildungsinteressierte junge Menschen in München.



In Kooperation mit:



Münchner
Volkshochschule

Das professionelle Zusammenspiel von Journalisten und Fotografen mit Schülern und Studenten verhalfen **mucs** im Münchner Raum zu einer außergewöhnlichen Erfolgsgeschichte. Im Sommer 2009 erscheint die zehnte Ausgabe der viel gelobten Zeitschrift. Wir freuen uns über die Empfehlung des Münchner Oberbürgermeisters:

„Ich freue mich, dass **mucs**, das Jugendmagazin der MVHS, mit der Ausgabe «Revolution und Freiheit» im Herbstsemester ein kleines Jubiläum feiern darf. Die zehnte Nummer dieses Magazins zeigt, was für außergewöhnliche Projekte in den Workshops der Jungen Volkshochschule angeboten werden. Das Team von text:bau verknüpft mit dem Zusammenwirken von Profi-Journalisten, Studenten und Schülern in dieser Publikation seit nunmehr fünf Jahren Partizipation und Professionalität auf vorbildliche Weise.

Gut gemachte Reportagen, fundierte Berichten und informative Interviews, die sich wie selbstverständlich zwischen Popkultur und Politik bewegen, beweisen, dass junge Menschen mehr Interesse an gesellschaftlichen Themen haben, als mancher immer noch behauptet. **Sowohl hinsichtlich der kommunikativen Teilhabe junger Menschen als auch mit Blick auf die Weiterbildungsmöglichkeiten für junge Autoren und Fotografen ist mucs ein ausgezeichnetes Projekt, das Unterstützung verdient.**“

Christian Ude,
Oberbürgermeister der Landeshauptstadt
München

„**mucs**
verdient
Unterstützung!“

Christian Ude



In Kooperation mit:



Münchner
Volkshochschule

01

PROFIL

Das macht **mucs** so anders:

mucs

PREISLISTE
gültig ab Mai 2009

PERIODIZITÄT

mucs erscheint jeweils zur Einschreibung der neuen MVHS-Semester im Februar und September. Als offizielles Programm der Jungen Volkshochschule behält das Magazin das gesamte Semester seine Gültigkeit.

IDENTIFIKATION

Um die begehrten Workshops, eigene Partys, Konzerte und eine Internetseite hat sich in den vergangenen Jahren eine **mucs**-Community gebildet. Durch den journalistischen Anspruch und die kritische Auseinandersetzung mit der Lebenswirklichkeit junger Münchner wird **mucs** von seinen Lesern und Leserinnen ernst genommen. In **mucs**-Workshops an der MVHS wirken Jugendliche durch Themenauswahl, Texte und Fotos am Erscheinungsbild mit. **So erreicht mucs was vielen fehlt: Eine hohe Glaubwürdigkeit – Street-Credibility.**

QUALITÄT

mucs schöpft aus einem Pool erstklassiger Autoren, Illustratoren und Fotografen von namhaften Medien wie Süddeutsche Zeitung, jetzt.de, Neon, Bayerischer Rundfunk. Der Chefredakteur und viele Autoren sind Absolventen der Deutschen Journalistenschule in München. Im Jahr 2008 wurde **mucs**-Chefredakteur Marco Eisenack mit dem «Medienpreis der Landeshauptstadt München» ausgezeichnet.

SCHULPRIVILEG

Durch die Anbindung an die Münchner Volkshochschule genießt **mucs** das wertvolle Privileg der Verteilung in staatlichen und städtischen Schulen. **mucs** wird über den offiziellen Schulverteiler ausgeliefert und zudem direkt über Kontaktpersonen und Lehrer verteilt. Der Ausbau von **mucs**-Spots an den Schulen hat begonnen. So erreichen Sie Ihre Zielgruppe direkt und ohne Streuverluste.

GARANTIE

Machen Sie sich das Interesse der MVHS an der Zielgruppe zu nutze. Im Innenteil des Heftes finden die 14- bis 24-Jährigen das gesamte Programm der MVHS auf sechs Programmseiten. Eine zielgruppenspezifische Verteilung ist somit garantiert.

02 BASISDATEN

mucs

PREISLISTE
gültig ab Mai 2009

text:bau verlag

text:bau
Agentur für Medien und
Kommunikation

Marco Eisenack
Schwanthalerstraße 155
80339 München

Tel: 089 - 21 66 50 55
Fax: 089 - 21 66 50 56

mucs@textbau.com

www.textbau.com

Bankverbindung

Stadtsparkasse München
Konto-Nr: 87 188 074
BLZ: 701 500 00

Erscheinungstermine 2009

2 x jährlich zu MVHS-Semesterbeginn

Herbst/Winter 2009/2010

Erscheinungstermin: 1. September '09
Anzeigenschluss: 1. August '09

Frühjahr/Sommer 2010

Erscheinungstermin: 1. Februar '10
Anzeigenschluss: 10. Januar '10

Distribution

mucs wird über diverse Kanäle
kostenlos in München verteilt

Unsere Kooperationspartner:

Landeshauptstadt München:

Durch die Zusammenarbeit mit dem
Schulreferat und dem Pädagogischen
Institut wird mucs zuverlässig an
alle Hauptschulen, Realschulen und
Gymnasien geliefert.

Studentenwerk:

mucs liegt in den offiziellen
Marketingständen der Agentur für
Hochschulmarketing. Ein exklusiver und
exponierter Ort, den viele nationale
Studentenmagazine aus Kostengründen
scheuen.

MVHS

Die gute Vernetzung der MVHS sichert
eine gute Verteilung des Magazins an
den Münchner Berufsschulen. Außerdem
sichert die Kooperation Verteilung auf
Bildungsmessen und städtischen Events.

Team

Die Autoren und Fotografen des
Magazins nennen uns ständig die besten
Orte, um das Magazin im Direktvertrieb
wirksam in Cafes, Läden und Clubs der
Stadt zu verteilen.

Weitere Infos

Auflage

25.000 Exemplare

Erscheinungsweise

halbjährlich

Zielgruppe

14 bis 24 Jahre

Autoren

Profis von NEON,
jetzt.de, SZ und
Nachwuchsautoren

Druck

DIN A-4,
durchgängig Vierfarbdruck,
80 Gramm Papier,
32 Seiten

03 PRESSESTIMMEN

mucs

PREISLISTE
gültig ab Mai 2009

- „Ein Heft, das Fragen stellt, und **Antworten bietet.**“ (Münchner Merkur)
- „Das junge Heft schließt die journalistische Lücke zwischen Mickey Maus und Nachrichtenmagazin. (...) **Ein Grund zum Feiern.**“ (SZ-Extra, 10.2.2005)
- „Überhaupt reizt im Heft **vieles zum näher Hinschauen** und Lesen.“ (Süddeutsche Zeitung)
- „Die Themen des Heftes wandeln **leichtfüßig** im Spannungsfeld von Privatleben, Popkultur und Politik... Lesenswert und durchblätternswert. Vor allem auch dank des mal schlichten, mal verspielten Layouts und der vielen Fotos.“ (Zündfunk)
- And the winner is...
„Sie berichten **ausgewogen und fair, stellen gelungene und erfreuliche Projekte ebenso dar wie Ärgerliches und Verbesserungswürdiges (...)** Sie legen den Finger in Wunden, um die wir als Politik uns kümmern müssen.“ Stadtrat Christian Müller in der Jury-Begründung für die Verleihung des „Medienpreis für Kinder- und Familienfreundlichkeit in München“
- „Garant für **Originalität und Information**“;
„Die Ästhetik hebt sich bewusst vom überfrachteten Auftritt vieler Gratismagazine ab.“ (Versio! Magazin für Druckinnovationen)

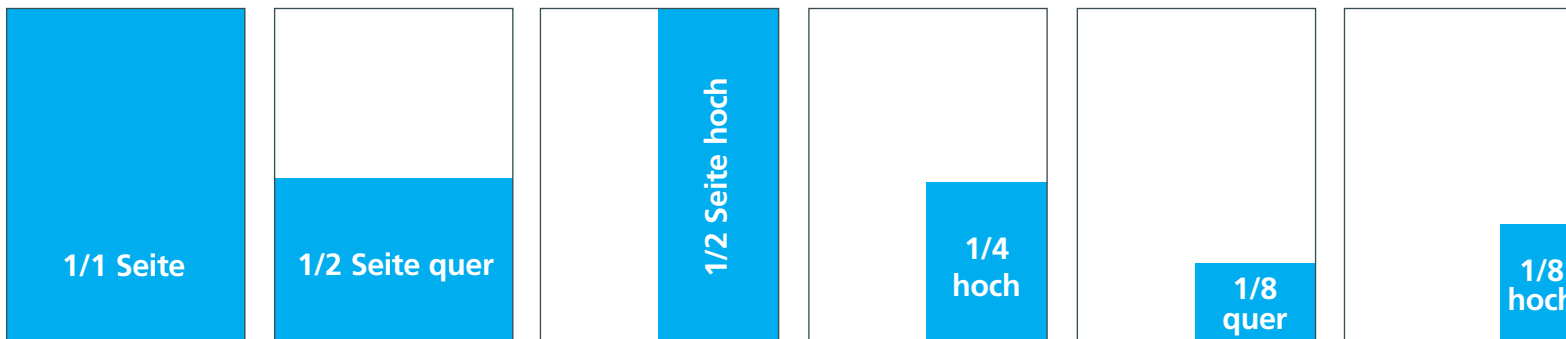
04 PREISE & GRÖSSEN

mucs

PREISLISTE
gültig ab Mai 2009

Seitenformat	Breite	Höhe	Preise in EURO
1/1 Seite	210 mm	297 mm	€ 1.690,-
1/2 Seite quer	210 mm	148,5 mm	€ 920,-
1/2 Seite hoch	105 mm	297 mm	€ 920,-
1/4 Seite hoch	105 mm	148,5 mm	€ 490,-
1/8 Seite quer	105 mm	75 mm	€ 310,-
1/8 Seite hoch	75 mm	105 mm	€ 310,-

Weitere Formate auf Anfrage



Unser Tipp!

Schalten Sie Ihre Werbung in zwei Ausgaben und sichern Sie sich unseren **Wiederholungsrabatt in Höhe von 20%**

Weitere Infos

Preisangaben
in Euro
zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer

Anschnittformate
in mm
plus 3 mm Beschnittzugabe

Zuschläge

Umschlag Seite 2 (Frontseite innen)
+ **10%**

Umschlag Seite 3 (Rückseite innen)
+ **10%**

Umschlag Seite 4 (Hefrücken)
+ **20%**

Datenlieferung per eMail:
info@textbau.com

AGBs

05

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen in Zeitschriften

MUCS

PREISLISTE
gültig ab Mai 2009

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 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 ■ Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

6 ■ Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, 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.

7 ■ 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.

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 Verlages 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 Musters 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.

9 ■ Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und 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.

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 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 Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet

AGBs

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen in Zeitschriften

The logo for 'mucs' is displayed in a stylized, blocky font with a horizontal-line texture. The letters are white and set against a dark blue background.

PREISLISTE
gültig ab Mai 2009

der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; 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 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 Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

12 ■ Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

13 ■ 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.

14 ■ 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.

15 ■ Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages 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 ■ Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstöcke, Matern und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

17 ■ Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein.

“Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 (Gewicht ... g) überschreiten, sowie Waren, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme

und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.“

18 ■ Matern werden nur auf besonderer Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

19 ■ 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.