

DAISUKI

MEDIADATEN 2010

Print und Online

GÜLTIG AB NOVEMBER 2009

VERLAG

CARLSEN Verlag GmbH
Völkersstraße 14-20
22765 Hamburg

ANZEIGEN

niemann media
Katrin Niemann
Telefon: 040 - 46095744
Mobil: 0173 - 2355248
Fax: 040 - 46095745
anzeigenverkauf@carlsenverlag.de

MARKETING

Nadine Meyer
Telefon: 040 - 39804533
nadine.meyer@carlsen.de

CHEFREDAKTION

Anne Berling
Telefon: 040 - 39804520
anne.berling@carlsen.de



DAISUKI – DAS LIFESTYLE-MAGAZIN FÜR TRENDIGE GIRLS

Die **japanische Kultur** hat immer mehr Einfluss auf unsere Jugend und ist **absolut zeitgemäß**.

Ob Games, Beauty, Mode, Kino, Musik, Essen oder Literatur – es gibt kaum einen Lifestyle-Bereich, der sich nicht an asiatischen Trends orientiert.

Der **Carlsen Verlag** erkannte als einer der ersten Verlage das enorme Potenzial dieses Themas und brachte bereits vor sieben Jahren das Manga-Magazin **DAISUKI** auf den Markt. Die **Faszination an japanischer Kultur** ist ungebrochen.

Dies zeigt sich nicht zuletzt daran, dass sich das Magazin seit dem Jahre 2003 an einer **extrem treuen** und **ständig wachsenden Leserschaft** erfreut und mittlerweile über 5000 Abonnenten zählt.

DAISUKI ist eine Mischung **aus japanischen Comics**, die episodeweise erzählt werden, und **redaktionellen Artikeln** mit News und Trends aus dem Kultland Japan.

- ★ Diese besondere und qualitativ hochwertige Art der Unterhaltung macht DAISUKI einzigartig im Jugend-Zeitschriftenmarkt.
- ★ Durch intensiven, direkten Kontakt mit den Leserinnen konnte sich das Magazin entgegen dem Trend so lange am Zeitschriftenmarkt behaupten.
- ★ Mit dem Newsletter werden jeden Monat mehr als 20.000 Leserinnen erreicht.
- ★ »DAISUKI ist einfach super« – so lautet der Tenor der Leserinnen.
- ★ DAISUKI ist mehr als eine Zeitschrift – DAISUKI ist ein Lebensgefühl!

DAISUKI **öffnet sich jetzt dem Anzeigenmarkt** und bietet durch die hohe Leser-Blatt-Bindung ideale Voraussetzungen für eine erfolgreiche Marken-Kommunikation.

- ★ Die enge Bindung der Leser an den Titel, sowie die Mehrfach-Nutzung des Magazins schaffen eine hohe Kontakt-Qualität.
- ★ Die Magazine sind begehrte Sammel-Objekte – dadurch werden Ihre Werbebotschaften häufig und intensiv wahrgenommen.
- ★ Monat für Monat wird das Magazin von den Leserinnen sehnsüchtig erwartet.



DAISUKI

LESERSCHAFT

DAISUKI erreicht Mädchen zwischen **12 und 18 Jahren**. Aber auch jenseits der 18 Jahre bleiben die Leserinnen DAISUKI treu.

Die Leserinnen sind **selbstbewusste moderne Mädchen**, die sich für neue Produkte und coole Trends interessieren: **Games, Beauty, Mode, Musik, Elektronik, Bücher** – und natürlich alles, was mit **Japan** zu tun hat.

Trends, die DAISUKI setzt, werden weitergetragen. DAISUKI schafft ein Umfeld, in dem Marken und Produkte für junge Zielgruppen ideal platziert sind.

Die Leserinnen sind neugierig und sehr aufgeschlossen gegenüber Werbebotschaften und Gewinnspielen – das haben Befragungen und Resonanzen eindeutig gezeigt.

PREIS-/LEISTUNGS-VERHÄLTNIS

Im Vergleich zu anderen Mädchen-Magazinen auf dem Markt werden jugendliche Zielgruppen mit DAISUKI besonders wirtschaftlich erreicht.



KOOPERATIONEN

DAISUKI ist der Partner für individuelle Kommunikations-Lösungen.

DAISUKI bietet eine ideale Plattform für innovative Ideen und kreative und ungewöhnliche Lösungen.

Die Homepage **www.daisuki-online.de** bietet flexible Möglichkeiten.

In engem Kontakt direkt mit der Chefredaktion können attraktive Sonderwerbemöglichkeiten, Gewinnspiele oder Cross-Media-Pakete entwickelt werden.

FAZIT

- ★ DAISUKI ist anders als herkömmliche Mainstream-Mädchen-Magazine.
- ★ Unterscheiden auch Sie sich von Ihren Mitbewerbern – mit einer Präsenz Ihrer Marke oder Ihres Produktes in DAISUKI.
- ★ Nutzen Sie dieses attraktive Umfeld und die hohe Kontakt-Qualität für eine erfolgreiche Kommunikation.
- ★ Optimieren Sie Ihren Mediaplan: Mit DAISUKI erreichen Sie trendbewusste Mädchen, die Sie mit herkömmlichen Mädchen-Magazinen nicht erreichen.



INFORMATIONEN

Erscheinungsweise:	monatlich
Copypreis:	€ 5,95
Druckauflage:	26.000
Verkaufte Auflage:	24.000
Reichweite:	45.000 <small>(Quelle: Umfrage DAISUKI-Newsletter 09/09)</small>
Verbreitungsgebiet:	Vertrieb in Deutschland, Österreich, Schweiz und Luxemburg über Buchhandel und Bahnhofspressen.
Druckverfahren:	CTP-Rollenoffset
Internetpräsenz:	www.daisuki-online.de

ANZEIGENFORMATE UND PREISE

Platzierung	Format (B x H)	Preis
U4	168 x 255 mm	4.000,- EUR
U2 oder U3	168 x 255 mm	3.000,- EUR
1/1 4c	168 x 255 mm	2.000,- EUR
1/1 sw	168 x 255 mm	1.000,- EUR
1/2 4c (quer)	168 x 125 mm	1.250,- EUR
1/2 sw (quer)	168 x 125 mm	900,- EUR
1/2 4c (hoch)	82 x 255 mm	1.250,- EUR
1/2 sw (hoch)	82 x 255 mm	900,- EUR
Streifenanzeige	44 x 255 mm	300,- EUR

Zzgl. 5 mm Beschnitt an den angeschnittenen Seiten.

EXTRAS

Beikleberpreise:	bis 10g = 25,- EUR per 1.000 Expl., jedes weitere Gramm 1,- EUR mehr
Beilagepreise:	bis 25g = 50,- EUR per 1.000 Expl., jedes weitere Gramm 1,- EUR mehr (Höchstformat 165 x 250 mm)

CROSSMEDIA

Platzierung	Format (in Pixel)	Preis / Monat
Skyscraper	210 x 525 px	300,- EUR

Für ContentAds auf www.daisuki-online.de und im Newsletter erstellen wir Ihnen gern ein individuelles Angebot!

Zahlungsbedingungen: Sofort nach Rechnungserhalt netto Kasse. Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Nettorechnungsbetrag aufgeschlagen.

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der CARLSEN Verlag GmbH.

TERMINE

Monat	Ausgabe	Erscheint am	Buchungsschluss	DU-Schluss
Januar	01/10	23.12.2009	13.11.2009	20.11.2009
Februar	02/10	29.01.2010	16.12.2009	23.12.2009
März	03/10	26.02.2010	15.01.2010	22.01.2010
April	04/10	19.03.2010	05.02.2010	12.02.2010
Mai	05/10	30.04.2010	18.03.2010	25.03.2010
Juni	06/10	28.05.2010	16.04.2010	23.04.2010
Juli	07/10	25.06.2010	21.05.2010	28.05.2010
August	08/10	30.07.2010	18.06.2010	25.06.2010
September	09/10	27.08.2010	16.07.2010	23.07.2010
Oktober	10/10	01.10.2010	20.08.2010	27.08.2010
November	11/10	29.10.2010	17.09.2010	24.09.2010
Dezember	12/10	26.11.2010	14.10.2010	21.10.2010

PRODUKTIONSTECHNISCHE HINWEISE

Datenformat: PDF nach ISO-Norm PDF/X3
(Standardformat für Druckproduktion).

DIGITALE DATENANLIEFERUNG

Datenträger: CD-ROM (Mac oder PC), DVD

Dateikennzeichnung: Bitte benennen Sie Ihre Druckdaten
nach folgendem System:
Magazin_Ausgabe_Kunde_Motiv_Format

Anlieferadresse: CARLSEN Verlag GmbH
Nadine Meyer
Völkersstraße 14-20
22765 Hamburg
nadine.meyer@carlsen.de (max. 5 MB)

per ftp-Server: Zugangsdaten auf Anfrage

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

1. »Anzeigenauftrag« im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung zum Zwecke der Verbreitung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden 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 vorbehaltenes oder später eingeräumtes Rücktrittsrecht auszuüben, den Vertrag zu den neuen Preisen bis zur Erreichung des ursprünglich vereinbarten Auftragswertes fortsetzt.
5. Betr.: Textteilanzeigen. Unzutreffend.
6. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift wird keine Gewähr geleistet, es sei denn, dass der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrages ausdrücklich davon anhängig gemacht hat.
7. L. 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 des 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 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 vom Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckvorlagen oder der Beilagen 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 zugrunde gelegt.
13. L. 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 jeweils gültigen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank sowie die Einbeziehungskosten 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 Vorliegen 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 Ausgleich offestehender 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 verschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Aufnahmebescheinigung des Verlages.
16. Kosten für erhebliche Veränderungen ursprünglich vereinbarter Ausführung und Lieferung bestellter Druckstöcke, Motern und Zeichnungen, hat der Auftraggeber zu bezahlen.
17. Aus einer Auflagenminderung kann nur dann ein 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 durchschnittlich verkaufte Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird, und zwar bei einer Auflage von bis zu 500.000 Exemplaren um 10 v.H., über 500.000 Exemplaren um 5 v.H. 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.: Ziffernanzeige. Unzutreffend.
19. Betr.: Maternaufbewahrung. Unzutreffend.
20. Erfüllungsort und Gerichtsstand für beide Teile ist, soweit das Gesetz zwingend nicht anders vorsieht, der Sitz des Verlages.
21. Die Werbungsmittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit dem Werbetreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
22. Die allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages, die Auftragsbestätigung und die jeweils gültige Preisliste sind für jeden Auftrag maßgebend. Der erteilte Anzeigenauftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.