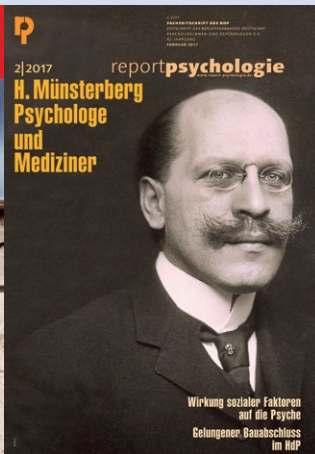





reportpsychologie

Mediadaten 2018



report psychologie – Print-Ausgabe

Report psychologie richtet sich an die Mitglieder des Berufsverbandes Deutscher Psychologinnen und Psychologen e.V. sowie an ein breites, an Psychologie interessiertes Publikum. Zehnmal im Jahr informiert report psychologie auf wissenschaftlichem Niveau über aktuelle Trends und Perspektiven der Psychologie. Die Zeitschrift gehört zu den auflagenstärksten und meistgelesenen psychologischen Fachzeitschriften im deutschsprachigen Raum. Jede Ausgabe enthält Nachrichten, wissenschaftliche Artikel, Berichte und Interviews aus allen Anwendungsfeldern der Psychologie sowie Beiträge zur Psychotherapie und Rechtsprechung. Daneben gibt es Service-Rubriken wie z. B. (Test-)Rezensionen, Fort- und Weiterbildungsangebote, einen Stellenmarkt und Kleinanzeigen.

Zielgruppen:	Psychologen/innen, Studenten/innen der Psychologie, sozialwissenschaftliche und pädagogische Berufsgruppen, Psychologie-Interessierte
Herausgeber:	Berufsverband Deutscher Psychologinnen und Psychologen e.V. (BDP)
Ihr Kontakt:	 DPV Deutscher Psychologen Verlag GmbH Am Köllnischen Park 2, 10179 Berlin Telefon: 030/209 166 410 Telefax: 030/209 166 413 E-Mail: anzeigen@psychologenverlag.de Internet: www.report-psychologie.de
Anzeigenpreise:	Anzeigenpreisliste Nr. 25, gültig ab 01.01.2018
Verbreitete Auflage:	12.200 Exemplare (inkl. Mitgliederstücke, Stand Oktober 2017)

Druckauflage:	12.700 Exemplare
Erscheinungsweise:	10 x jährlich (8 Einzelausgaben, 2 Doppelausgaben: Juli/August, November/Dezember)
Anzeigenschluss:	siehe Terminplan (S. 5)
Druckunterlagen:	Offene Dateien oder PDF-Daten per E-Mail; Entwurf, Reinzeichnung und Reproduktion durch den Verlag werden zu Selbstkostenpreisen berechnet, aber nicht mit rabattiert.
Heftformat:	210 mm x 297 mm
Agentur-Provision:	15%
Bankverbindung:	Postbank Köln IBAN: DE26370100500688733504 BIC: PBNKDEFF370



Werben in der Print-Ausgabe


Anzeigenformate und -preise




1/1 Seite
177 mm x 259 mm
s/w 1.300 €
4-farbig 2.190 €




2/3 Seite hoch
99 mm x 259 mm
s/w 850 €
4-farbig 1.690 €




1/2 Seite
177 mm x 127 mm (quer)
s/w 650 €
4-farbig 1.490 €




86 mm x 259 mm (hoch)




1/3 Seite
177 mm x 82 mm (quer)
s/w 440 €
4-farbig 1.190 €




73 mm x 259 mm (hoch)




1/4 Seite
177 mm x 60 mm (quer)
s/w 350 €
4-farbig 990 €




86 mm x 127 mm (hoch)



1/6 Seite
86 mm x 72 mm (quer)
s/w 275 €



47 mm x 127 (hoch)



1/8 Seite
86 mm x 50 mm
s/w 195 €

Rubriken:
redaktioneller Teil,
Stellenmarkt, Fort-
und Weiterbildung

Sonderformate:
Preise auf Anfrage

Beschnittzugabe:
für angeschnittene
Seiten 3mm je Seite



Werben in der Print-Ausgabe

Sonderpreise und Beilagen

Preise für Umschlagseiten (ganzseitig, 4-farbig):

U4 2.290 €

U2, U3 2.190 €

Farbzuschläge:

sind nicht rabattierbar

Rabatte:

3 Anzeigen 5%,

6 Anzeigen 10%,

10 Anzeigen 15%

Für **feste Platzierungswünsche** berechnen wir einen Aufschlag von 5%

Druckunterlagen:

Druckdaten benötigen wir im PDF-, TIF- oder JPG-Format. Farbmodus: CMYK und/oder Graustufen. Auflösung: 300 dpi ohne Komprimierung. PDF-Daten müssen dem PDF/X-3:2002-Standard entsprechen. Transparenzen reduziert. Schriften eingebettet. Keine Druck- und Abschnittsmarken anlegen.

Layoutservice:

Wir gestalten und setzen Ihre Druckunterlage gerne zum Selbstkostenpreis.

Beilagen und Einhefter

Gewicht und Preise:

25 g 165,00 € / pro Tausend

30 g 175,00 € / pro Tausend

40 g 185,00 € / pro Tausend

Weitere Preise auf Anfrage.

Preise inkl. Postgebühren

Größtmögliches Beilagenformat: DIN A4

Teilbelegung (Platzierung nach PLZ) ab 2.000 Exemplaren möglich

Anlieferung zwei Wochen vor Erscheinen mit Liefervermerk „Report Psychologie + jew. Ausgabennr.“ an

RSP Direktmarketing GmbH

Junkersring 20

53844 Troisdorf

Beilagen sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Beilagenmusters und dessen Billigung bindend.



Werben in der Print-Ausgabe

Terminplan 2018

Ausgabe	Erscheinungs-termin	Anzeigen- und Druckunterlagenchluss	Beilagenschluss
1/18	Dienstag, 9. Januar 2018	Dienstag, 28. November 2017	Dienstag, 19. Dezember 2017
2/18	Donnerstag, 8. Februar 2018	Mittwoch, 20. Dezember 2017	Donnerstag, 25. Januar 2018
3/18	Freitag, 9. März 2018	Freitag, 26. Januar 2018	Freitag, 23. Februar 2018
4/18	Dienstag, 10. April 2018	Dienstag, 27. Februar 2018	Dienstag, 27. März 2018
5/18	Mittwoch, 9. Mai 2018	Mittwoch, 28. März 2018	Mittwoch, 25. April 2018
6/18	Montag, 11. Juni 2018	Montag, 30. April 2018	Montag, 28. Mai 2018
7-8/18	Montag, 23. Juli 2018	Montag, 11. Juni 2018	Montag, 9. Juli 2018
9/18	Montag, 10. September 2018	Montag, 30. Juli 2018	Montag, 27. August 2018
10/18	Mittwoch, 10. Oktober 2018	Mittwoch, 29. August 2018	Mittwoch, 26. September 2018
11-12/18	Dienstag, 20. November 2018	Dienstag, 9. Oktober 2018	Dienstag, 6. November 2018
1/19	Donnerstag, 10. Januar 2019	Donnerstag, 29. November 2018	Mittwoch, 19. Dezember 2018



Geschäftsbedingungen

Zeitschrift des Berufsverbandes Deutscher Psychologinnen und Psychologen e.V.

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift bzw. der Vertrag über die öffentliche Zugänglichmachung einer oder mehrerer Anzeigen in einem Online-Auftritt des Verlages (DPV) entsprechend den vom DPV angebotenen Formaten, Platzierungen und Zeiträumen sowie der etwaigen Verlinkung einer Anzeige zu der vom Auftraggeber benannten Ziel-Website zum Zweck der Verbreitung. Die allgemeinen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Fremdbeilagen wie Beikleber, Beihefter oder sonstige Einlagen sowie für Aufträge zur Einstellung von Anzeigen im Internet oder zur sonstigen Verbreitung. Abweichungen von diesen Bedingungen bedürfen der Schriftform.

2. Bei Abschluss ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

3. Wird ein Auftrag durch Umstände 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 zurückzuerstatten. Die Rückvergütung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

4. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen- und Beilagenaufträge – auch einzelne Abrufe eines Abschlusses – wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen,

gegen die guten Sitten sowie die berufspolitischen Interessen und die ethischen Verpflichtungen des Verbandes verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Stellenanzeigen dürfen keine bezifferten Angaben über das Gehalt oder über sonstige bezifferte Zahlungen enthalten. „Überdurchschnittliche“ Gehälter dürfen angeboten werden, nicht „überartificial“. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

5. Für die Aufnahme von Anzeigen und Fremdbeilagen in bestimmten Nummern oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift besteht kein Anspruch. Sie 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.

6. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber. 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. Fehlende oder fehlerhaft gedruckte Kontrollangaben auf Coupons von Anzeigen ergeben keinen Anspruch für den Auftraggeber. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden erst beim Druckvorgang deutlich, so stehen dem Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche zu. Reklamationen müssen innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

7. Probeabzüge werden nur auf 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. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

8. Rechnungen und Belege werden – sofern vereinbart – sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichungen der Anzeige übersandt. Die Anzeigenpreise ergeben sich aus der jeweils gültigen Preisliste. Der Anzeigenpreis ist nach Zugang der Rechnung zahlbar innerhalb von 14 Tagen, sofern nicht im Einzelfall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.

9. Vereinbarte oder eingeräumte Nachlässe bei Schaltung mehrerer Anzeigen gelten nur bei Einhaltung der jeweiligen Anzeigenmenge und des zeitlichen Rahmens. Bei Nichteinhaltung der vereinbarten Anzeigenmenge oder des zeitlichen Rahmens ist der Verlag berechtigt, den Nachlass anteilig nach dem Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass nachzuberechnen.

10. Der Verlag liefert mit Rechnung einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten (z.B. für die Rubrik „Marktplatz“) oder vollständige Belegnummern geliefert.

11. Ein Auflagenrückgang ist nur dann von Einfluss auf das Vertragsverhältnis, wenn eine Auflagenhöhe zugesichert ist und diese um mehr als 20 v.H. sinkt. 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.



Geschäftsbedingungen

12. Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Er übernimmt darüber hinaus keine Haftung. Einschreibbriefe und Eilbriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Chiffredienstes zu prüfen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet. Die Eingänge auf Chiffreanzeigen werden 4 Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht zugestellt werden können, werden vernichtet.

13. Im Falle höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadensersatz. Insbesondere wird auch kein Schadensersatz für nicht veröffentlichte oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen geleistet.

14. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages, soweit das Gesetz nicht zwingend etwas anderes vorschreibt.

15. Der Verlag haftet nicht für Schadensersatz bzw. Regressansprüche, die sich aus Inhalt oder Form einer Anzeige möglicherweise insbesondere aus wettbewerbsrechtlichen Vorschriften ergeben. Für Inhalt oder Form einer Anzeige ist vielmehr der Auftraggeber selbst und alleine verantwortlich.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

1. Werbeagenturen erhalten 15 % Vermittlungsprovision. Die Werbemittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbetreibenden an die Preisliste des Verlages zu

halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an den Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

2. Ändert sich der Tarif, dann treten die neuen Bedingungen auch für die laufenden Aufträge in Kraft, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist. Dies gilt gegenüber Nichtkaufleuten nicht bei Aufträgen, die innerhalb von vier Monaten nach Vertragsabschluss abgewickelt werden sollen.

Geschäftsbedingungen für Online-Anzeigen

1. Der Verlag (DPV) hat das Recht, die Schaltung einer Anzeige in einem Online-Produkt sofort zu unterbrechen, wenn Anhaltspunkte dafür bekannt werden, dass die Anzeige und/oder die hiermit etwaig verlinkte Ziel-Website rechtswidrig sind und/oder Rechte Dritter verletzen. Anhaltspunkte für eine Rechtswidrigkeit und/oder Rechtsverletzung liegen insbesondere dann vor, wenn Behörden und/oder Dritte Maßnahmen – gleich welcher Art – gegen den DPV ergreifen und diese Maßnahmen auf den Vorwurf einer Rechtswidrigkeit und/oder Rechtsverletzung stützen. Die Unterbrechung der Schaltung ist aufzuheben, sobald der Verdacht der Rechtswidrigkeit bzw. der Rechtsverletzung ausgeräumt ist. Der Auftraggeber ist über die Unterbrechung der Anzeigenschaltung unverzüglich zu unterrichten und unter Bestimmung einer Frist zur Ausräumung des Verdachts aufzufordern. Nach fruchtlosem Ablauf der Frist steht dem DPV ein fristloses Kündigungsrecht zu. Der Auftraggeber ist berechtigt, innerhalb der Frist die Schaltung einer anderen Anzeige und – sofern die Verlinkung im Auftragsauftrag ausdrücklich vereinbart war – die Verlinkung mit einer anderen Ziel-Website zu verlangen. Die hierdurch entstehenden Mehrkosten trägt der Auftraggeber. Der Auftraggeber wird den DPV von Ansprüchen

Dritter – gleich welcher Art – freistellen, die aus der Rechtswidrigkeit der Anzeige und / oder der Verletzung von Rechten Dritter resultieren, sowie ihr die angemessenen Kosten der Rechtsverteidigung ersetzen.

2. Für die rechtzeitige Lieferung eines Anzeigentextes, Werbemannens und/oder sonstiger vereinbarter Bestandteile der Anzeige in einem Online-Produkt ist der Auftraggeber verantwortlich. Die Lieferung des Auftraggebers hat den im Auftragsauftrag vereinbarten technischen Spezifikationen zu entsprechen. Die durch Nichteinhaltung der technischen Spezifikationen anfallenden Mehrkosten werden dem Auftraggeber in Rechnung gestellt. Der Auftraggeber wird den Online-Auftritt, in dem die Anzeige platziert ist, unverzüglich nach der ersten Schaltung untersuchen und etwaige Mängel spätestens innerhalb von einer Woche nach der ersten Schaltung rügen. Nach Ablauf dieser Zeit gilt die Anzeige als genehmigt.

3. Für Mängel bei der Abrufbarkeit der Anzeige aus dem Internet, auf die der DPV keinen Einfluss hat, wie Mängel der Funktionsfähigkeit der Leitungen zu den von DPV genutzten Servern, Stromausfälle oder Angriffe Dritter auf den genutzten Server, mit dem Ziel, diesen arbeitsunfähig zu machen (z. B. Denial of Service Attacks), hat der DPV nicht einzustehen. DPV erbringt seine Online-Leistungen mit einer Verfügbarkeit über das Internet von 98 % im Monat (30 Tage). DPV wird sich darum bemühen, seine Online-Produkte in diesem Rahmen zum Abruf für Internetnutzer bereitzuhalten, schuldet jedoch nicht den erfolgreichen Datenabruf im Einzelfall. Schadensersatzansprüche sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen.

Sitz der Gesellschaft: Berlin

Eingetragen unter der Nr. HRB 121091 B beim Amtsgericht Berlin-Charlottenburg

Geschäftsführerin: Ina Jungbluth

Unser Anzeigenteam berät Sie gerne bei Ihrer Mediaplanung 2018!



Ina Jungbluth

Telefon: 030 / 209 166 410

Jamina Schütz

Telefon: 030 / 209 166 412

DPV Deutscher Psychologen Verlag GmbH

Am Kölnischen Park 2

10179 Berlin

E-Mail: anzeigen@psychologenverlag.de

Telefax: 030/209 166 413

www.report-psychologie.de