

**Mediadaten
2015**



CENTRALSTATION

KULTURWERK DER ENTEGA

**Centralstation Darmstadt
Programmzeitung**

Stand 12/2014

**Einst Darmstadts erstes
Elektrizitätswerk: die „Centralstation
für elektrische Beleuchtung“**



Die Centralstation Darmstadt ist ein Veranstaltungsbetrieb mit einem vielfältigen Kultur- und Gastronomieangebot.

Seit März 1999 findet auf den zwei Ebenen des ehemaligen Elektrizitätswerks mitten in der Darmstädter Innenstadt ein umfangreiches und erstklassiges Veranstaltungsprogramm statt: Konzerte von Klassik und Weltmusik über Jazz bis HipHop, aber auch Lesungen, Ausstellungen, Vorträge, Kinderveranstaltungen und vieles mehr.

Die seit dem Start erscheinende Programmzeitung ist mehr als nur ein kalenderischer Monatsüberblick: redaktionell und gestalterisch mit hohem Anspruch, informiert sie ausführlich über die Veranstaltungen und erreicht dabei direkt ein kulturell interessiertes Publikum.

Verbreitungsgebiet Plan



CENTRALSTATION

KULTURWERK DER ENTEGA

Allgemeines Auflage, Verbreitung, Erscheinungsweise

Die Programmzeitung erscheint alle zwei Monate und ist kostenlos erhältlich. Sie hat in der Regel einen Umfang von 32 Seiten bei einer Auflage von 17.000 Exemplaren.

Ausgehend vom Kerngebiet Darmstadt und Umgebung erstreckt sich das Verbreitungsgebiet der Zeitung über die gesamte Rhein-Main-Neckar-Region. Sie liegt unter anderem in Kulturinstitutionen, Universitäten, Gastronomiebetrieben und im Einzelhandel aus.

Für das Kulturprogramm 2015 sind die Monate Januar/Februar, März/April, Mai/Juni, Juli/August, September/Oktober und November/Dezember in jeweils einer Doppelausgabe zusammengefasst.



**Kerngebiet der
Verbreitung ist Darmstadt
und Umgebung**

Zielgruppe

Daten

Für Stadtmagazine typisches ausgeglichenes Verhältnis an weiblichen und männlichen Lesern – das Durchschnittsalter liegt bei 36,7 Jahren. Mehr als 81 % der Leser haben das Abitur, von den Abiturienten besitzen 53,54 % ein abgeschlossenes Hochschulstudium. Jeder vierte Programmzeitungsleser lebt in einem Haus-

halt mit einem monatlichen Nettoeinkommen zwischen 1.500 und 2.000 €, nahezu 33 % stehen sogar mehr als 2.000 € zur Verfügung. Aus der Zahl an Schülern und Studenten unter den Lesern (18,92 %) ergibt sich die Zahl der Haushalts-Nettoeinkommen unter 1.000 € von 23,86 %.

Geschlecht

weiblich	56,60%
männlich	43,40%

Altersstruktur

14-19	3,20%
20-29	16,00%
30-39	42,40%
40-49	24,00%
50-59	12,00%
60+	1,60%

Berufstätigkeit

selbstständig/freiberuflich	14,41%
Angestellte(r)/Beamte(r)	55,86%
(Fach-)Arbeiter	1,80%
Schüler(in)/Student(in)	18,92%
Nicht erwerbstätig	8,11%
bzw. Hausfrau/-mann	
Ruhestand	0,90%

Bildungsgrad

Hauptschulabschluss	4,13%
Mittlere Reife	14,05%
Abitur	81,82%

Haushalts-Nettoeinkommen

monatlich < 1.000 €	23,86%
1.000-1.499 €	18,18%
1.500-1.999 €	25,00%
2.000-2.499 €	17,05%
> 2.500 €	15,91%

Mehrfachnutzung

Jede Ausgabe der Programmzeitung wird im Durchschnitt von zwei Personen pro Haushalt gelesen, d.h. mit ihrer Auflage von 17.000 Stück erreicht jede Ausgabe rund 34.000 Leser.

Zielgruppe

Resümee

Durch die Vielschichtigkeit des Centralstation-Kulturprogramms lassen sich die Leser in zwei große Gruppen unterteilen: Auf der einen Seite stehen die Studenten und Besucher unter 35 Jahren*, die ein großes Interesse an Veranstaltungen mit hohem Unterhaltungs- und Modedefaktor auszeichnet; auf der anderen Seite steht eine ebenso große Leserschaft

zwischen 35 und 49 Jahren, die sich für gehobene, anspruchsvolle Inhalte interessiert und über ein überdurchschnittliches Haushaltseinkommen verfügt. Aufgrund der Funktion der Centralstation als Treffpunkt und Veranstaltungsort für Familien, sind unter den Lesern auch eine Vielzahl junger Eltern mit Kindern zwischen 3 und 10 Jahren.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Centralstation-Programmzeitung von einer gebildeten, gut situierten Leserschaft genutzt wird, die dem Medium größtes Vertrauen entgegenbringt – sie ist deshalb ein ideales Umfeld für Ihre Werbung!

Anzeigenpreisliste und Anzeigenformate / 1

Maße B x H in mm

1/1 285 x 430mm	1/2 285 x 212mm	1/3 285 x 140mm	1/4 140 x 212mm	1/6 92 x 212mm
4c € 2.780	4c € 1.500	4c € 1.130	4c € 850	4c € 590
2c € 2.110	2c € 1.250	2c € 870	2c € 700	2c € 500
1c € 1.800	1c € 1.050	1c € 730	1c € 610	1c € 420



1/1



1/2



1/3



1/4



1/6

**Beilagen und
Sonderformate auf
Anfrage möglich!**

Anzeigenpreisliste und Anzeigenformate / 2

Maße B x H in mm

2/1 Panorama (auf Anfrage)

600 x 430 mm (Doppelseite)

4c € 5.150

2c € 4.120

1c € 3.500

1/2 Panorama (auf Anfrage)

600 x 212 mm (Doppelseite)

4c € 2.990

2c € 2.400

1c € 2.040

1/3 Panorama (auf Anfrage)

600 x 140 mm (Doppelseite)

4c € 2.370

2c € 1.880

1c € 1.610



2/1 Panorama



1/2 Panorama



1/3 Panorama

Anzeigenschaltung

Rabatte, Termine

Rabatte Sonderplatzierungen

Rabatte

Bei 3-facher Anzeigenschaltung: -10%

Bei 6-facher Anzeigenschaltung: -20%

Sonderplatzierungen auf folgenden Seiten erhöhen den Anzeigenpreis um:

Buch 1 U4: +40%

Buch 2 U3: +25%

Buch 2 U4: +50%

Alle aufgeführten Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Termine 2015/16

Ausgabe	Anzeigen- schluss	Druckunterlagen- schluss	Erscheinungs- datum
JAN/FEB 2015	FR 14.11.2014	FR 28.11.2014	FR 12.12.2014
MAR/APR 2015	FR 23.01.2015	FR 06.02.2015	FR 20.02.2015
MAI/JUN 2015	FR 27.03.2015	FR 10.04.2015	FR 24.04.2015
JUL/AUG 2015	FR 29.05.2015	FR 12.06.2015	FR 26.06.2015
SEP/OKT 2015	FR 24.07.2015	FR 07.08.2015	FR 21.08.2015
NOV/DEZ 2015	FR 25.09.2015	FR 09.10.2015	FR 23.10.2015
JAN/FEB 2016	FR 20.11.2015	FR 04.12.2015	FR 18.12.2015

Daten

Spezifikationen / 1

Die Herstellung der Programmzeitung erfolgt komplett per CTP (Computer-to-Plate), es werden nur digitale Druckvorlagen verarbeitet. Die Annahme von Filmvorlagen ist nicht möglich. Berücksichtigen Sie bei der Erstellung Ihrer Daten die speziellen technischen Anforderungen im Zeitungsdruck!

Bitte achten Sie beim Erstellen und Umwandeln von Farben sowie bei Ihrer Bildbearbeitung unbedingt auf den zeitungsspezifischen maximalen Farbauftrag von 240%. Gibt es in Ihrer Anzeige Bereiche mit höherer Farbdichte, ist sie nicht mehr druckfähig. Nutzen Sie in Photoshop das entsprechende ICC-Profil „ISOnewspaper26v4.icc“ zur Erstellung und Konvertierung Ihrer Bildvorlagen – es ist bei www.ifra.com kostenlos ladbar.



Zusätzlich zu den Daten benötigen wir zur Steuerung der Druckqualität farbverbindliche, an den Zeitungsdruck angepasste Proofs mit FOGRA-Medienkeil (CMYK). Unprofilierte Ausdrücke sind nicht als Referenz verwendbar. Beachten Sie unbedingt die Anzeigengrößen und Spezifikationen zur Datenerstellung!

Der Anzeigenkunde übernimmt die Verantwortung für die Anlieferung korrekter Daten. Die Centralstation Veranstaltungs-GmbH übernimmt lediglich die Anzeigendaten, sie kann keinerlei Haftung für Druckresultate übernehmen, die auf fehlerhaft erstellten oder fehlenden Dateien bzw. unsachgemäßen Reproduktionen basieren. Eine drucktechnische Kontrolle bzw. Korrektur der Kundendaten kann nicht vorgenommen werden.

Anlieferung: E-Mail oder gebräuchliche Datenträger (CD-ROM, DVD). Bitte Ordner eindeutig benennen (Absender) und Info-Datei mit Telefonnummer eines Ansprechpartners für Rückfragen sowie Angabe der Anzeigengröße und -farbigkeit beifügen. Bei ausschließlich digitaler Lieferung offener Dateien ohne Ausdruck oder Proof bitte unbedingt eine Kontrollansicht als PDF, GIF oder JPG erstellen.

Bevorzugt werden hochaufgelöste (1200 dpi/100 lpi) PDF-Druckdaten im Standard PDF/X-3. Weiterhin akzeptieren wir offene Mac-kompatible Dateien aus den genannten Anwendungen sowie in den Formaten EPS und TIFF. Bitte achten Sie bei offenen Daten auf enthaltene/eingebettete Schriften, Bilder und Logos. Dokumentieren Sie die Daten unbedingt mit Proofs.

Druckverfahren: Zeitungsrotation **Papier:** Utzenstorf Snowprint, 55 g/m²

Papiergröße: Berliner Format 470mm Höhe / 315mm Breite

Maximal bedruckbarer Satzspiegel: 430mm Höhe / 285mm Breite

Auflösung: CMYK: 60er-Raster (150 lpi)

Maximaler Farbauftrag: 240% **Punktzuwachs:** bis zu 30%

Der Druck erfolgt komplett vierfarbig nach ISO-Skala Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz (CMYK). Sonderfarben (HKS, Pantone) müssen deshalb in CMYK aufgelöst werden. Stellen Sie sicher, dass in Ihren Daten keine Sonderfarben angelegt sind. Der Rand außerhalb des Satzspiegels kann nicht bedruckt werden – das Arbeiten mit Anschnitt ist nicht möglich.

Auf Mac OSX können auf Wunsch offene Dateien aus folgenden Anwendungen übernommen werden:

Adobe InDesign, Illustrator und Photoshop bis Version CS6

Bitte senden Sie ohne vorherige Absprache keine Dateien, die mit anderen Computer-Systemen/-Anwendungen erstellt wurden!

Schriften: Opentype oder Postscript-Fonts, die entweder in Pfade umgewandelt bzw. eingebunden oder mitgeliefert werden müssen.

Bilder: Farbbilder immer im CMYK-Modus, Schwarz-Weiß-Bilder immer als Graustufen-, Duplex- oder Bitmapbilder liefern (TIFF oder EPS) .

Druck: Umweltfreundlicher und klimaneutraler Druck auf Topniveau mit einer Cortina-Wasserlos-Rotationsmaschine der Freiburger Druck GmbH & Co. KG. Die Druckerei erhielt 2006, 2008, 2010, 2012 und 2014 die Auszeichnung „Zeitungsdrucker des Jahres“ der Fachzeitschrift „Druck+Medien“ und ist seit 2008 Mitglied im renommierten „International Newspaper Color Quality Club“.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen

01. „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. Anzeigenaufträge durch eine Agentur werden in deren Namen und auf deren Rechnung übernommen.

02. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen.

03. 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 zu erstatten.

Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

04. 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. Sprich, für die Aufnahme von Anzeigen und Fremdbeilagen an bestimmten Plätzen der Druckschrift wird keine Gewähr geleistet, es sei denn, der Verlag hat eine bestimmte Platzierung ausdrücklich schriftlich bestätigt.

05. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, können als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht werden.

06. 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.

07. a) Für die rechtzeitige Lieferung geeigneter, einwandfreier Druckunterlagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Bei telefonisch aufgegebenen Anzeigen bzw. telefonisch veranlassenen Änderungen sowie für Fehler infolge undeutlicher Niederschriften übernimmt der Verlag keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

b) Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

c) Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er von den Auftraggebern irreführend oder getäuscht wird.

d) 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. Das gilt auch für fehlerhafte Wiederholungsanzeigen, wenn der Werbungtreibende nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist.

e) Bestimmte Platz- und Datenvorschriften sind nur bindend, wenn sie vom Verlag bestätigt wurden. Der Ausschluss von Mitbewerbern kann nur für zwei gegenüberliegende Seiten vereinbart werden.

f) Macht der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrages ausdrücklich von der Aufnahme der Anzeige in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift abhängig, so beschränken sich die Gewährleistungsansprüche des Auftraggebers gegen den Verlag auf Rückgängigmachung des Vertrages, Zahlungsminderung oder eine Ersatzanzeige. Für Beilagenaufträge gilt die Regelung sinngemäß.

g) 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 normalerweise gedruckten Auflage erfüllt sind. Geringere Leistungen sind nach dem Tausenderpreis, bezogen auf diese Auflage, zu bezahlen.

08. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder auf eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Weitergehende Haftungen für den Verlag sind ausgeschlossen. Fehlende oder fehlerhaft gedruckte Kontrollangaben ergeben keinen Anspruch für den Auftraggeber, sofern nichts Abweichendes vereinbart ist. Reklamationen müssen innerhalb von 30 Tagen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

09. Probeabzüge werden bei der Produktion der Programmzeitung grundsätzlich nicht erstellt!

10. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art übliche tatsächliche Abdruckgröße in der Rechnung zugrundegelegt.

11. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Zahlung 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 vom Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

12. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert.

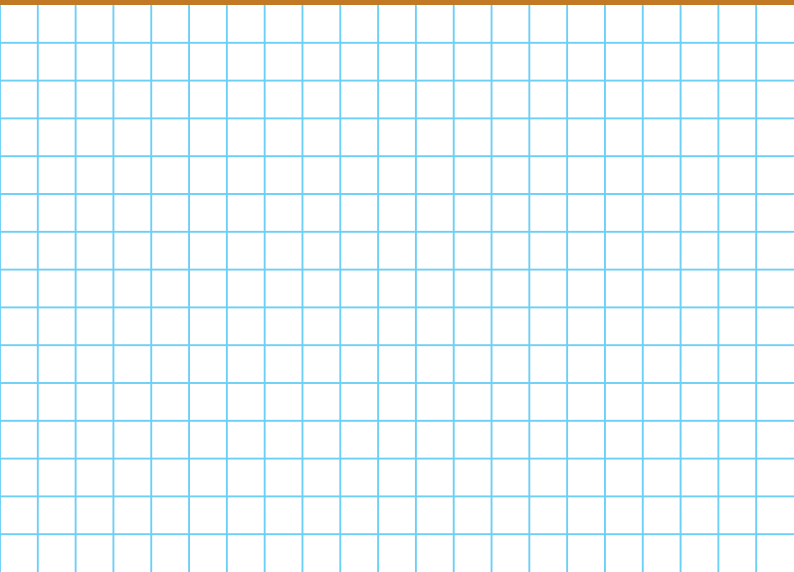
13. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstücke, Druckunterlagen, Lithos und Zeichnungen sowie vom Auftraggeber gewünschter oder zu vertretender erheblicher Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber.

14. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisermäßigung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste genannte durchschnittlich verbreitete tatsächliche Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisermäßigung berechtigender Mangel, wenn sie 20 v.H. beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisermäßigungsansprüche 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.

15. Erfüllungsort und Gerichtsstand für beide Teile ist Darmstadt.

Ergänzende Geschäftsbedingungen des Verlages: Werbemittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des Verlages zu halten. Vom Verlag gewährte Mittlervergütung darf weder ganz noch teilweise an die Auftraggeber weitergegeben werden.

**Raum für
Notizen**



Kontakt

Ansprechpartner

Anzeigen/Buchung

Jens Engemann

E-Mail jens.engemann@centralstation-darmstadt.de

Telefon (0176) 219 64 883

Design/Realisation

Formalin Visuelle Gestaltung – Peter Dieter

E-Mail informal@formalin.de

Telefon (061 51) 13 65-90

Telefax (061 51) 13 65-91

Büroanschrift

Centralstation Veranstaltungs-GmbH

Schlossgraben 1

64283 Darmstadt

Telefon (061 51) 7806-911

Telefax (061 51) 7806-919

www.centralstation-darmstadt.de

Datenübertragung

E-Mail:

jens.engemann@centralstation-darmstadt.de