

Media-Dokumentation 2012

Edition Deutschland

VINUM - EUROPAS *führendes* WEINMAGAZIN

VINUM
Leserschaft
260 000
Quelle: AWA 2011



AWA

Vinum 
EUROPAS WEINMAGAZIN WWW.VINUM.DE

VINUM - unser Profil

Unser Credo

VINUM ist Feierabend, Entspannung, Entschleunigung, das Sichbefassen mit einer lieb gewonnenen Thematik und das Erkunden von Neuem. Information trifft Genuss, Unterhaltung trifft Nutzwert.

Kurzcharakteristik

VINUM erscheint seit 1980 und genießt eine hohe Akzeptanz sowohl beim Großen, am Wein interessierten Publikum als auch bei Produzenten, im Handel und in der gehobenen Gastronomie.

VINUM – das ist geniessen auf hohem Niveau. Geschichten über das Kulturgut Wein aus den Weinbaugebieten der Schweiz, Deutschlands, Österreichs, Italiens, Frankreichs und der Welt sind ständige Themen. Umfangreiche Verkostungen mit Empfehlungen bieten den Lesern eine sichere Basis für Orientierung und Weinkauf. Reise- und Kulturreportagen laden zum Verweilen ein. Gehobene Tischkultur und stilvolle Accessoires runden das Themenspektrum ab.

Leserschaft

Wer VINUM liest, zeichnet sich durch eine hohe Affinität zu genussvollem Leben aus. Die Leser verfügen über ein überdurchschnittliches Nettoeinkommen und führen einen exklusiven Lebensstil. Sie informieren sich mit VINUM über gute Weine und gehobene Lebensart (AWA 2011).

Europas Weinmagazin

Mit einer Gesamtauflage von über 80500 gedruckten Exemplaren in Europa, davon 41 000 Exemplare in Deutschland, ist VINUM das größte Weinmagazin Europas. Die VINUM-Autoren in den wichtigen Weinbauregionen Europas (Frankreich, Italien, Deutschland, Schweiz, Spanien, Österreich) sichern den hohen Informationswert und eine authentische Berichterstattung aus dem jeweiligen «Terroir».

Jede VINUM-Länderausgabe (Deutschland, Deutschschweiz, Romandie, Spanien) hat ein ausgeprägtes redaktionelles Lokalkolorit, wobei der jeweils gleiche internationale Magazinteil das bindende Element zwischen den unterschiedlichen Länderausgaben bildet. Somit wird den Mentalitäts- und Marktunterschieden Rechnung getragen.

VINUM-Leser erfreuen sich am
Leben, sind ausgezeichnete
Genießer und deshalb Ihr
willkommenes Zielpublikum.

VINUM - EUROPAS *führendes* WEINMAGAZIN



Erscheinungsplan und Themenschwerpunkte 2012

Ausgabe VINUM Deutschland

Ausgabe	Erscheinung	Anzeigenschluss	Letzte Datenlieferung
1/2 Januar/Februar	23.01.2012	21.12.2011	02.01.2012
3 März	20.02.2012	20.01.2012	25.01.2012
4 April	26.03.2012	22.02.2012	29.02.2012
5 Mai	23.04.2012	20.03.2012	27.03.2012
6 Juni	21.05.2012	20.04.2012	25.04.2012
7/8 Juli/August	25.06.2012	22.05.2012	30.05.2012
9 September	27.08.2012	26.07.2012	02.08.2012
10 Oktober	24.09.2012	24.08.2012	29.08.2012
11 November	22.10.2012	25.09.2012	28.09.2012
12 Dezember	26.11.2012	26.10.2012	31.10.2012

Reportage Deutschland	Reportage international 1	Reportage international 2	Guide VINUM
· Württemberg	· Tirol	· Südwestengland	· Bordeaux 2010 (rechtes Ufer)
· Die Burgunderfamilie	· Elsass	· Brasilien	· Bordeaux 2010 (linkes Ufer)
· Nördliche Pfalz und südliche Nahe	· Sizilien	· Neuseeland	· Sizilien
· Deutschland im Rosé-Rausch	· Beaujolais + Maconnais	· Istrien	· Beaujolais + Maconnais
· Frühburgunder von der Ahr	· Gardasee	· Madeira	· Prosecco
· Die besten deutschen Internetweinhändler	· Verkannte Weissen von der Loire	· La Mancha	· Loire
· Süssweine aus deutschen Landen	· Portugals Sortentrends	· Südtiroler Weissburgunder	· Portugal
· Baden	· Südwestfrankreich	· Rotes Friaul	· Südwestfrankreich
· Deutscher Rotweinpreis	· Piemont bodenständig	· Slowakei	· Barolo Riserva + Barbaresco Riserva
· Fremde Trauben fassen Fuss in der Republik	· Cognac + Armagnac	· Ribera del Duero	· Sauternes aus den letzten 10 Jahren

Anzeigentarif/Formate/Kombinationen

Alle Preise in Euro zzgl. ges. MwSt., gültig ab dem 01.01.2012

Formate im Satzspiegel			Einzelausgaben				Kombinationen
	(Breite × Höhe)		Deutschland/ Österreich	Schweiz (deutsch)	Franz. Schweiz/ Frankreich	Spanien	Deutschland/ Österreich Schweiz (deutsch)
1/1 Seite	190 × 260mm	s/w	3038.–	3016.–	1597.–	3340.–	4541.–
		2-farbig	4377.–	4100.–	2097.–	3340.–	6358.–
		4-farbig	5494.–	4761.–	2329.–	3340.–	7692.–
1/2 Seite	92 × 260mm oder 190 × 127mm	s/w	1870.–	1774.–	847.–	2260.–	2733.–
		2-farbig	2677.–	2639.–	1216.–	2260.–	3987.–
		4-farbig	3323.–	3213.–	1448.–	2260.–	4902.–
1/3 Seite	59 × 260mm oder 190 × 82mm	s/w	1246.–	1226.–	613.–	1650.–	1854.–
		2-farbig	1782.–	1832.–	871.–	1650.–	2711.–
		4-farbig	2217.–	2281.–	1032.–	1650.–	3373.–
1/4 Seite oder oder	92 × 127mm 43 × 260mm 190 × 60mm	s/w	936.–	871.–	458.–	1050.–	1335.–
		2-farbig	1342.–	1239.–	619.–	1050.–	1936.–
		4-farbig	1677.–	1468.–	713.–	1050.–	2359.–
1/8 Seite	92 × 60mm oder 43 × 127mm	s/w	469.–	446.–	241.–		686.–
		2-farbig	721.–	647.–	338.–		1026.–
		4-farbig	844.–	750.–	406.–		1195.–
1/16 Seite	43 × 60mm oder 92 × 28mm	s/w	237.–	253.–	135.–		367.–
		2-farbig	369.–	362.–	210.–		548.–
		4-farbig	427.–	437.–	250.–		648.–

Kontakt Anzeigenmarketing: siehe Seite 13

Nachlässe

Bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten
in einer Länderausgabe.

Mengen-/Malstaffeln

Malstaffeln		Mengenstaffeln	
3 Anzeigen:	5%	1 Seite:	5%
6 Anzeigen:	7%	3 Seiten:	7%
10 Anzeigen:	10%	6 Seiten:	10%
15 Anzeigen:	15%	10 Seiten:	15%

Rubrik Genießerecke

Format 1/16 Seite, 59 × 127 mm, 4-farbig

1 Anzeige:	850 €
2 Anzeigen:	800 €
5 Anzeigen:	750 €
8 Anzeigen:	700 €
10 Anzeigen:	650 €

Umschlagseiten

2. US:	6050 €
4. US:	6260 €

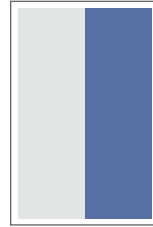
Mittlervergütung

15% (auch im Ausland)

Anzeigen-Formate im Satzspiegel



1/1 Seite
190x260
(RA: 220x297)



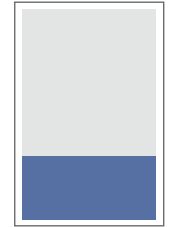
1/2 Seite
92x260
(RA: 104x297)



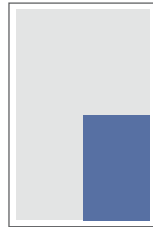
1/2 Seite
190x127
(RA: 220x145)



1/3 Seite
59x260
(RA: 71x297)



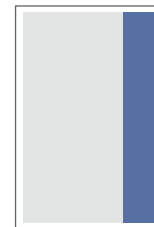
1/3 Seite
190x82
(RA: 220x100)



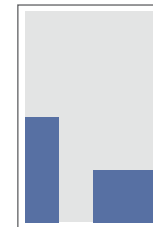
1/4 Seite
92x127



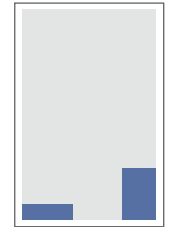
1/4 Seite
190x60
(RA: 220x78)



1/4 Seite
43x260
(RA: 55x297)



1/8 Seite
43x127
92x60



1/16 Seite
92x28
43x60

Panorama-Anzeigen

Satzspiegel 416 x 260 mm; randangeschnitten 440x297 mm;
Zugabe im Bund, mind. 4 mm überlappend.

Randabfallende Inserate (RA)

Texte und Bildteile, die nicht angeschnitten werden dürfen, müssen ca. 1 cm von Bund und Heftrand
entfernt sein. Zugabe für Randanschnitt auf allen 4 Seiten: + 6 mm.

Beilagen/Beihefter

Alle Preise in Euro zzgl. ges. MwSt., gültig ab dem 01.01.2012

Lose Beilagen			mitgebundene Beilagen/Beihefter*		
Gewicht	Gesamtbelegung 41 000 Exemplare	Abo 16 000 Exemplare	Seitenzahl	Gesamtbelegung 41 000 Exemplare	Abo 16 000 Exemplare
bis 25 g	134.–	168.–	2-seitig	149.–	186.–
bis 30 g	138.–	173.–	4-seitig	149.–	186.–
bis 35 g	151.–	189.–	8-seitig	162.–	203.–
bis 40 g	155.–	194.–	12-seitig	176.–	220.–
bis 45 g	169.–	211.–	16-seitig	192.–	240.–
bis 50 g	174.–	218.–	ab 16 Seiten	auf Anfrage	
bis 60 g	188.–	235.–			
bis 75 g	212.–	265.–			
ab 75 g	auf Anfrage				

* Gewicht: Papier min. 60 g/m² – max. 150 g/m².
Beihefter mit aufgeklebten Elementen auf Anfrage.

**Preise
Teilaufgabe**

Alle Preise je 1000 Exemplare, inkl. Vertriebskosten
Mindestauflage, 20000 Exemplare

**Format Beilagen
Format Beihefter**

max. 210 × 285 mm/min. 105 × 148 mm
max. Endformat 210 × 297 mm, min. Endformat 105 × 148 mm
zzgl. 3 mm Bund-, Fuss- und Vorderbeschnitt, zzgl. 5 mm Kopfbeschnitt

Spezielles

Beihefter und Beilagen sind nur in beschränkter Anzahl möglich. Wir bitten um frühzeitige Reservierung.
VINUM Ausgabe Schweiz: auf Anfrage
Inserat mit Beikleber (Postkarte geliefert): Grundpreis 1/1-Inserat (4farbig) plus technische Kosten € 45.–
pro Tausend Exemplare Beikleber

Zuschläge

Huckepack-Zuschlag: € 2000.–
Prospekte mit Fremdinseraten: Pro Inserat werden 25% vom Bruttopreis einer Inserateseite s/w
(oder des entsprechen den Formats) von der jeweiligen VINUM-Sprachausgabe als Mehrwert verrechnet.
Technische Kosten für manuelles Beilegen: auf Anfrage

Muster

Vor der definitiven Zusage sind 3 Muster zur Prüfung an den Anzeigeninnendienst zu liefern.
Für Beikleber ist ein/e Blindmuster/Standskizze 5 Wochen vor Erscheinen ebenfalls dem
Anzeigeninnendienst zur Prüfung zu senden. Allgemeines Verschiebungsrecht vorbehalten.

**Anlieferadresse
Anliefertermin
BK, JUP**

gemäss Auftragsbestätigung
14 Tage vor Erscheinen
15% auf den Netto-Werbewert

Onlinewerbung - VINUM-Banner

VINUM.de

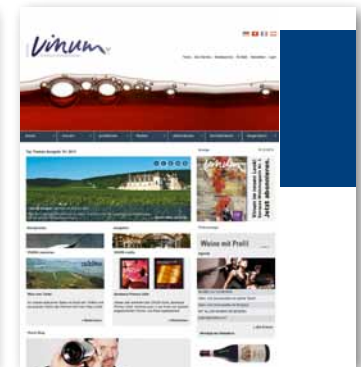
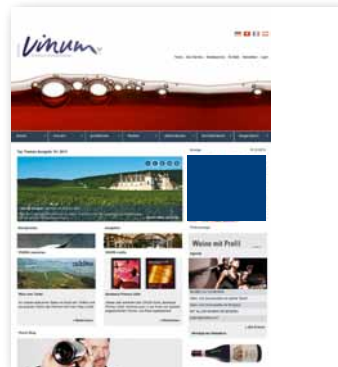
Zugriffszahlen (pro Monat)

Besucher: 25 000

Page-Impressions: 50 000

Newsletter an Abonnenten

Auf Anfrage.



Rectangle

Größe: 300 × 250 Pixel

Formate: .jpg / .gif / .flv

€ 1600.- / Monat

zzgl. MwSt.

Skyscraper

Größe: 160 × 600 Pixel

Formate: .jpg / .gif / .flv

€ 1600.- / Monat

zzgl. MwSt.

Maxiskyscraper

Größe: 326 × 600 Pixel

Formate: .jpg / .gif / .flv

€ 1950.- / Monat

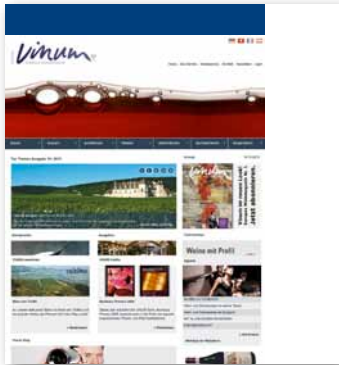
zzgl. MwSt.

Größe: 120 × 600 Pixel

Formate: .jpg / .gif / .flv

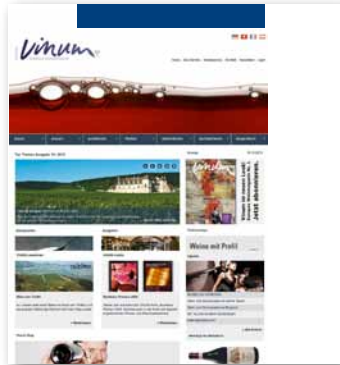
€ 1500.- / Monat

zzgl. MwSt.



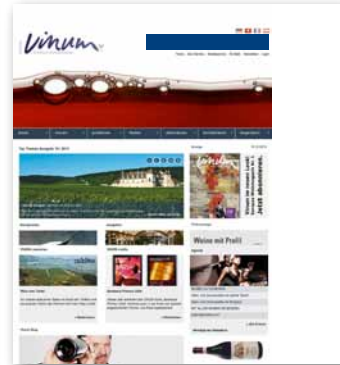
Maxiboard

Größe: 994 × 116 Pixel
 Formate: .jpg / .gif / .flv
 € 1950.– / Monat,
 zzgl. MwSt.



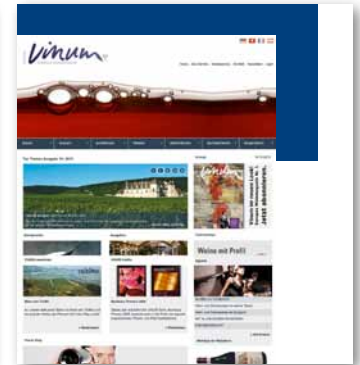
Leaderboard

Größe: 720 × 90 Pixel
 Formate: .jpg / .gif / .flv
 € 1600.– / Monat
 zzgl. MwSt.



Fullbanner

Größe: 468 × 60 Pixel
 Formate: .jpg / .gif / .flv
 € 1500.– / Monat
 zzgl. MwSt.



Wallpaper = Maxiboard Skyscraper

Größe: 994 × 116 Pixel
 Größe: 160 × 600 Pixel
 Formate: .jpg / .gif / .flv
 € 2700.– / Monat
 zzgl. MwSt.

Auflage/Technische Daten

80 500 Exemplare Gesamtauflage (Druckauflage)

VINUM Ausgabe Deutschschweiz	21 000 Expl.	10 Ausgaben/Jahr
VINUM Ausgabe Deutschland/Österreich	41 000 Expl.	10 Ausgaben/Jahr
 (3. Quartal 2011)	37 201 Expl.	Verbreitete Auflage
	37 101 Expl.	Verkaufte Auflage
	9525 Expl.	Abonnierte Auflage
VINUM Ausgabe Suisse Romande	6000 Expl.	5 Ausgaben/Jahr
VINUM Ausgabe Spanien	12 500 Expl.	6 Ausgaben/Jahr

Technische Daten

Format: 220 × 297 mm

Satzspiegel: 190 × 260 mm

Rasterweite: 60 Linien/cm

Druckverfahren: Umschlag: Bogenoffset, Inhalt: Rollenoffset

Farben: Euroskala: schwarz, cyan, magenta, yellow (Reihenfolge)
Keine Pantone-Farben

Papier: Umschlag: weiß, glänzend, gestrichen, 200 g/m², holzfrei
Inhalt: weiß, glänzend, gestrichen, 90 g/m²

Druckunterlagen: Seitenkomplette, InDesign-Dateien oder High-End-PDF mit Proof. Bildern, hochauflösend – als InDesign, EPS oder Tiff 300dpi (mit Text-elementen im Bild mind. 800dpi Auflösung) gespeichert – werden komprimiert versendet. Alle Schriften (keine TrueTypes) müssen immer mitgeliefert werden. Alle Druckdaten müssen im CMYK-Farbraum erstellt sein (keine RGB- oder Pantone-Farben). Insete, die in Word, Excel oder PowerPoint erstellt wurden, müssen durch uns drucktechnisch neu aufgearbeitet werden. Dies wird Ihnen separat in Rechnung gestellt. Gesamtfarbauftrag max. 300%.

Datenübermittlung: Digitalisiert (High-End-PDF) oder auf Datenträger (CD-Rom), Beschriftung des Versandkoffers: Kundenname/Objekt/Ausgabe. Für die Übermittlungsqualität der Daten wird keine Verantwortung übernommen. Per E-Mail: anzeigen@vinum.ch

Per CD: Intervinum AG

Geltenwilenstraße 8a, CH-9001 St. Gallen

Für Fragen: Manuela Deganello, manuela.deganello@vinum.ch

Dateiformate: Druckoptimiertes PDF nach PDF/X-1a. Bei EPS bitte Schriften vektorisieren. Offene Dateien nur auf Anfrage möglich in den Programmen InDesign, QuarkXPress, FreeHand, Illustrator, Photoshop. 4-Farbbilder mit 300 dpi im Composite-Modus (CMYK).

Farbanzeigenproduktion:

Alle Farben werden aus der Euroskala erzielt. Keine Sonderfarben wie HKS oder Pantone möglich. Farben, die nicht im CMYK-Modus aufgebaut sind, werden automatisierend nach ISOcoated_v2 in CMYK umgewandelt. Hierbei kann es zu kleinen Farbabweichungen kommen. Reklamationsansprüche sind hierbei ausgeschlossen.

Verlagsangaben/Adressen

Herausgeber/Verlag

Intervinum AG , Thurgauerstraße 66, CH-8050 Zürich
Tel. +41 (0)44 268 52 40, Fax +41 (0)44 268 52 05, info@vinum.ch
www.vinum.info, (Inhaberin der Marken- und Titelrechte)

Verleger

Roland Köhler, roland.koehler@vinum.ch

Chefredaktion

Britta Wiegelmann, britta.wiegelmann@vinum.ch

Verlagsleiter

Nicola Montemarano, nicola.montemarano@vinum.ch

Anzeigenhandlung & Auftragsabwicklung

Manuela Deganello, manuela.deganello@vinum.ch
Intervinum AG, Geltenwilenstraße 8a, CH-9001 St. Gallen
Tel. +41 (0)71 226 92 92, Fax +41 (0)71 226 92 97

VINUM Deutschland

Regine Axhami, Anzeigenleitung, regine.axhami@vinum.de
Tel. +49 (0)6353 93 20 10, Fax +49 (0)6353 50 82 43

Christian Schwert, Verlagsrepräsentanz, christian.schwert@corporatesales.de
Kreuzweg 9, D-97225 Zelligen
Tel. +49 (0)9364 81 68 80, Fax +49 (0)9364 81 68 81

VINUM Österreich

Doris Eder, doris.eder@vinum.info
VINUM Austria, Sonnleitenweg 3, AT-5760 Saalfelden am Steinernen Meer
Tel. +43 (0)660 4948 087

VINUM Schweiz

Marko Smoljo, marko.smoljo@vinum.ch
Intervinum AG, Thurgauerstraße 66, CH-8050 Zürich
Tel. +41 (0)44 268 52 40, Fax +41 (0)44 268 52 05

VINUM Frankreich

Astrid Gaudrie, astrid.gaudrie@vinum.info
VINUM France, 1, Brandet, F-33240 Mouillac
Tel. +33 (0)524 08 61 07, Fax +33 (0)524 08 61 07

VINUM Italien

Alberto Girauda, wellcom@vinum.info
WELLCOM, Via Rio Misureto 8, I-12051 Alba (CN)
Tel. +39 (0)173 36 29 58, Fax +39 (0)173 36 29 40

VINUM Spanien

Cristina Butragueño, cristina.butragueno@vinum.info
Andrés Bello GB, E-28028 Madrid
Tel. +34 630 40 52 22

Die VINUM-Leserschaft: Das Profil

(VINUM Deutschland, AWA-Auswertung 2011)

Die Leser:

VINUM-Leser pflegen einen gehobenen Lebensstil, gehen gerne aus und reisen in Europas Weinbauregionen. Kultur und Kunst, Gastgeberqualitäten und nicht zuletzt der zelebrierte Weingenuß sind ihnen wichtig. Sie sind Innovatoren/Trendsetter und haben ein breites Interessenspektrum. Über zwei Drittel der Leser arbeiten als leitende Angestellte, sind Selbstständige oder in freien Berufen tätig. Entsprechend verfügen sie über ein überdurchschnittliches Einkommen.

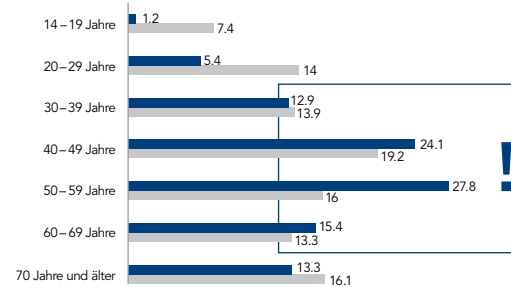
- Reichweite: 0,4% = 260 000 Nutzer
- Leser pro Heft: 6,83 Leser/Heft
- Durchschnittliche Lesedauer beträgt bei VINUM-Lesern 155 Min.
- VINUM wird pro Ausgabe durchschnittlich 6,4 Mal in die Hand genommen.
- Die durchschnittliche Anzeigen-Erinnerung liegt bei 72%.
- Über die Hälfte der Leser sind über 40 Jahre alt.
- Drei von fünf Lesern sind Männer.

Legende:

- VINUM
- Grundgesamtheit
- x-Achse: Angaben in %

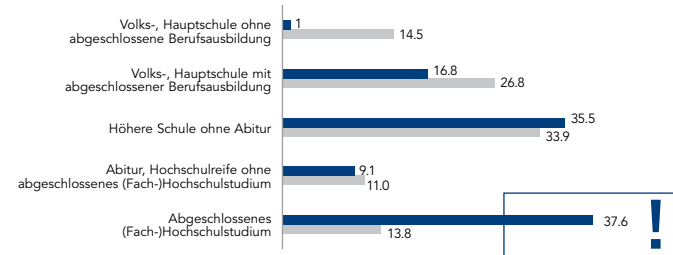
VINUM wurde im Rahmen der AWA 2011 in den Wellen Frühjahr 2010/ Frühjahr 2011 (13.974 Befragte) erhoben. Leser nach 6 Einschaltungen.

Im besten Konsumalter



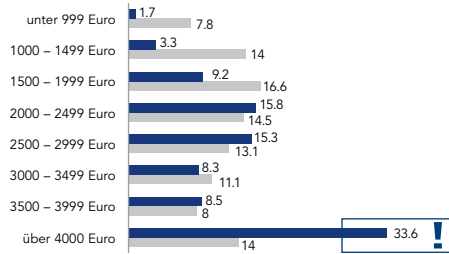
80% der VINUM-Leser sind im besten Konsumalter. Sie stehen mitten im Leben und sind aktiv. VINUM wird von beiden Geschlechtern gleichermaßen gelesen.

Top ausgebildet und erfolgreich im Beruf



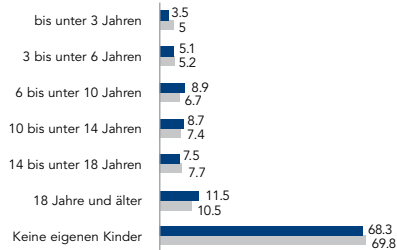
Über 80% der VINUM-Leser haben eine höhere Ausbildung und sind karriereorientiert. Speziell: Fast 38% mit Hochschulstudium-Abschluss.

Hohes Nettoeinkommen und gehobener Lebensstandard



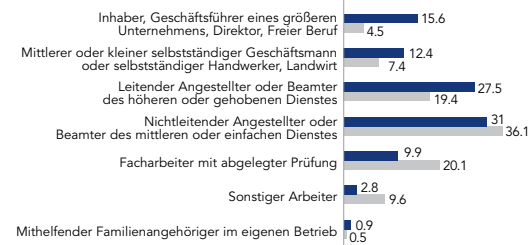
VINUM-Leser haben eine überdurchschnittliche Kaufkraft. Über 50% der VINUM-Leser verfügen über mehr als 40000 Netto-Jahresgehalt. Speziell: 33.6% sind Spitzenverdiener.

Kinder im Haushalt



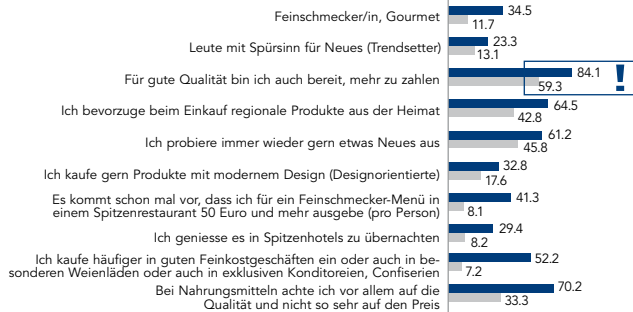
68% der VINUM-Leser haben keine eigenen Kinder (mehr) im Haushalt, können somit ihre Freizeitaktivitäten und den Lebensgenuss freizügig ausleben.

Führungspositionen und berufliche Elite



Über 55% der VINUM-Leser sind in leitenden Positionen tätig. Selbstständigkeit und Engagement sind wichtige Eigenschaften für Führungspersonen.

Qualitätsliebhaber/ Käufertypologie



VINUM-Leser bevorzugen Qualität (85%), sind konsumfreudig und stellen den Preis in den Hintergrund (nicht-preissensitiv, 70%).

Allgemeine Geschäftsbedingungen des Verlages

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 Abdruck 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 vertriebslichen 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 belegten 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 Anzeigentgelts. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgeschäften; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten für grobe Fahrlässigkeit ein Ersatz auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
10. Probebezüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probebezüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probebezuges 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 laufenden 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 Zahlungslösung 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, Belegsteine 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 unterbleibt 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 Preisanpassungen 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 Druckwiedergabe 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 Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit dem Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittelvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- i) Bei Kunden/Werbeagenturen, 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 Zusicherung 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 Sistierungen, 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.