

Media-Daten

Anzeigenpreisliste Nr. 29
gültig ab 1. 1. 2009

2009



Vinum-Leserschaft
250.000

Quelle: AWA 2008

VINUM Verlags GmbH
im Internet unter
www.vinum.de

Kurzcharakteristik/Ansprechpartner

Vinum – Das ist Genießen auf hohem Niveau.

Geschichten über das Kulturgut Wein, aus den Weinanbaugebieten Deutschlands, Österreichs 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.

Die Leser

Wer Vinum liest, zeichnet sich durch eine hohe Affinität zu genussvollem Leben aus. Die Leser verfügen über ein überdurchschnittliches Netto-Einkommen und führen einen exklusiven Lebensstil. Sie informieren sich mit Vinum über gute Weine und gehobene Lebensart. Fordern Sie die aktuellen Leserschaftsdaten an. Darin lesen Sie auch die Ergebnisse der AWA-Auswertung 2008.

Europas Weinmagazin

Mit über 85.000 gedruckten Exemplaren in Deutschland/Österreich, Schweiz (deutsch/franz.), Frankreich und Spanien ist Vinum das Weinmagazin Europas. Die unterschiedlichen Länderausgaben legen ihren Fokus auf den jeweiligen Markt und integrieren dabei internationale Einflüsse. Autoren in allen wichtigen Weinbau-Regionen Europas sichern den hohen Informationswert und eine authentische Berichterstattung praktisch aus dem jeweiligen „Terroir“.

Preis im Einzelverkauf 6,00 €

Erscheinungsweise 10x/Jahr

Auflagen 3. Quartal 2008, IVW

Verkaufte Auflage: 37.592

Verbreitete Auflage: 40.206

Die aktuellen Auflagenzahlen erfragen Sie bitte beim Verlag oder unter **www.ivw.de**.



Die fünf verschiedenen Ausgaben von Vinum (Druckauflagen):

Deutschland/Österreich	10x/Jahr Auflage	48.843 Expl.
Schweiz (deutsch)	10x/Jahr Auflage	23.000 Expl.
Franz. Schweiz (frz.)	6x/Jahr Auflage	6.000 Expl.
Spanien	6x/Jahr Auflage	12.500 Expl.

Profitieren Sie von unseren attraktiven Länder-Kombinationsrabatten.

Verlag Vinum Verlags GmbH, Hülsebrockstr. 2–8, D-48165 Münster

Telefon: +49(0)2501/80 1293, Fax: +49(0)2501/80 1296

E-: info@vinum.de, Internet: www.vinum.de

Verleger Karl-Heinz Bonny **Herausgeber** Siglinde Hiestand

Geschäftsführung Marco Laukötter, E-: marco.laukoetter@vinum.de

Objektleitung Hans-Werner Fühning, E-: werner.fuehning@vinum.de

Anzeigenverkaufsleitung Ines Käufert, Hülsebrockstr. 2–8,

D-48165 Münster, Telefon: +49(0)2501/80 1278,

Fax +49(0)2501/80 1296, E-: ines.kaeufert@vinum.de

Verlagsbüros

Nielsen I, II (Ost), III a (Rheinland-Pfalz), V, VI

Frank Gloystein, im Landwirtschaftsverlag GmbH, Hülsebrockstr. 2–8,

48165 Münster, Telefon: +49(0)2501/801-4176,

Fax: +49(0)2501/801-327, E-: gloystein@lv-h.de

Nielsen II (West)

Friederike Bahlinger, Bahlinger MedienService GmbH, Erftstr. 26a,

40219 Düsseldorf, Tel.: +49(0)211/302069-40, Fax: +49(0)211/302069-69,

E-: info@bahlinger-medien.de

Nielsen III a (Hessen), III b, IV und VII

Reiner Richter, Schlossgasse 3, 71272 Renningen,

Tel.: +49(0)7159/4059765, Handy: 0151/12524146,

Fax: +49(0)7159/4059764, E-: reiner.richter@lv-h.de

Österreich

Ing. Wolfgang Hackl, Dorfstr. 20, A-2191 Atzelsdorf,

Tel./Fax: +43(0)2574/28628, E-: w.hackl@aon.at

Zeitschriftenformat: 220x297 mm (BxH) Satzspiegel: 190x260 mm (BxH)

Formate B x H in mm	Einzelausgaben				Länder-Kombination	
	Deutschland/ Österreich	Schweiz (deutsch)	Franz.Schweiz/ Frankreich	Spanien	D/Ö + CH	
1/1 190 x 260	4c	5.494	4.761	2.329	3.340	7.692
	2c	4.377	4.100	2.097	3.340	6.358
	s/w	3.038	3.016	1.597	3.340	4.541
2/3 124 x 260	4c	4.278	Preise und Kombinationen für dieses Format auf Anfrage			
	2c	3.442				
	s/w	2.405				
1/2 92 x 260 oder 190 x 127	4c	3.323	3.213	1.448	2.260	4.902
	2c	2.677	2.639	1.216	2.260	3.987
	s/w	1.870	1.774	847	2.260	2.733
1/3 59 x 260 oder 190 x 82	4c	2.217	2.281	1.032	1.650	3.373
	2c	1.782	1.832	871	1.650	2.711
	s/w	1.246	1.226	613	1.650	1.854
1/4 92 x 127 43 x 260 190 x 60	4c	1.677	1.468	713	1.050	2.359
	2c	1.342	1.239	619	1.050	1.936
	s/w	936	871	458	1.050	1.335
1/8 92 x 60 oder 43 x 127	4c	844	750	338		1.195
	2c	721	647	338		1.026
	s/w	469	446	241		686
1/16 43 x 60 oder 92 x 28	4c	427	437	200		648
	2c	369	362	200		548
	s/w	237	253	131		367

Alle Preise in € zzgl. ges. MwSt. Es gelten die AGB für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften.

Nachlässe

bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten in einer Länderausgabe.

Mengen-/Malstaffel

Malstaffel:

3 Anzeigen	5%
6 Anzeigen	7%
10 Anzeigen	10%
15 Anzeigen	15%

Mengenstaffel:

1 Seite	3%
3 Seiten	5%
6 Seiten	10%
10 Seiten	15%

Umschlagseiten

2. US: 6.050€

4. US: 6.260€

Rubrik Genießerecke

Format 1/6 Seite 4 farbig

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

Kombinationen

Kombinationen mit einer anderen Länderausgabe werden mit 90% des jeweils anderen Tarifs berechnet.

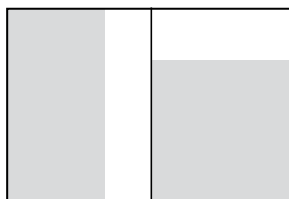
Alle Formate in mm (Breite x Höhe) S = Satzspiegelformat A = Anschnittformat
(zzgl. 3 mm Beschnitt)

1/1



S: 190 x 260
A: 220 x 297

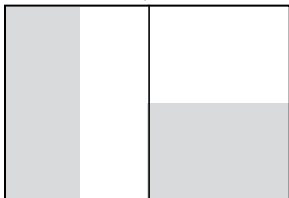
2/3



S: 124 x 260
A: 138 x 297

S: 190 x 164
A: 220 x 184

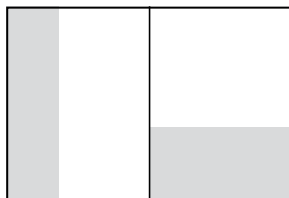
1/2



S: 92 x 260
A: 104 x 297

S: 190 x 127
A: 220 x 145

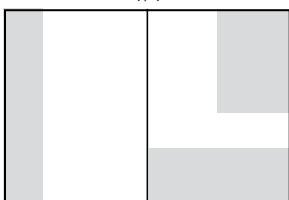
1/3



S: 59 x 260
A: 71 x 297

S: 190 x 82
A: 220 x 100

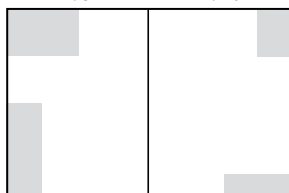
1/4



S: 43 x 260
A: 55 x 297

S: 92 x 127
A: 190 x 60,
A: 220 x 78

1/8



S: 92 x 60
A: 43 x 127

S: 43 x 60
A: 92 x 28

Technische Daten

Druckverfahren: Rollenoffset, 70er Raster

Datenübermittlung: Digitalisiert, auf Datenträger (CD-Rom) oder ISDN-Übertragung (Macintosh), **ISDN-Nr. 02501/9881 180**, Software: Leonardo Pro, Beschriftung d. Versandkoffers: Kundenname/Objekt/Ausgabe. Für die Übermittlungsqualität der Daten wird keine Verantwortung übernommen. **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).

Druckunterlagen/Proofs:

Proofs nach ISO coated_v2 unbedingt erforderlich. Ohne Druckunterlagen wird keine Garantie für Druckqualität und Richtigkeit des Anzeigenmotivs übernommen. Sie müssen vor Druckbeginn mit Angabe des Ansprechpartners dem Verlag vorliegen. Reklamationsansprüche sind bei fehlenden Unterlagen ausgeschlossen. Zusätzliche Layout- und Bildbearbeitungskosten werden in Rechnung gestellt.

Farbanzeigenproduktion:

Alle Farben werden aus der Eurokala 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. Gedruckt wird nach dem Fogra-Medienstandard. Farbabweichungen im Toleranzbereich sind technisch bedingt und liegen innerhalb des Fogra-ISO-Standards.

Anschnitt/Bunddurchdruck: 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 3 mm.

Sonderwerbformen/Zahlungsbedingungen

Beilagen

Papier: 2 Seiten 120 – 300 g/m², 4 Seiten 100 – 300 g/m²,
6 Seiten 60 – 250 g/m²

Format: min. 105 x 148, max. 200 x 275 mm

Gewicht: bis 25 g (andere Gewichte auf Anfrage)

Preise

Gesamtbelegung D/Ö, bis 25 g: **120,-€/tsd.** zzgl. MwSt.

Teilbelegung Abonnenten D/Ö, bis 25 g: **220,-€/tsd.** zzgl. MwSt.

Beilagen in anderen Ländern oder in Kombinationen auf Anfrage.

Beikleber

Aufgeklebte Postkarten, Bestellscheine auf Anzeigen sind möglich.

Mehrseitige Prospekte, Broschüren usw. auf Anfrage.

Postkarte: Format min. 140 x 90 mm (lt. Deutsche Post)

Sonderformate: von 55 x 75 mm bis 190 x 210 mm

Stand: 10–70 mm vom Bund

Preis: Trägeranzeige (1/1 Seite) zzgl. **63€/tsd.** zzgl. MwSt.

Beikleber in anderen Ländern oder in Kombinationen auf Anfrage.

Beihefter

sind fest integrierte, mitgebundene Drucksachen, d.h. Bestandteile der Zeitschrift. Beihefter, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Werbung erkennbar sind, müssen mit dem Wort „Anzeige“ in 9 pt halbfett gekennzeichnet werden.

Papier: 2 Seiten 135 – 300 g/m², 4 Seiten 100 – 300 g/m²,
6 Seiten 80 – 250 g/m²

Format: Rohformat gefalzt auf 226 x 304 mm

Kopfbeschnitt mit 4 mm, übrige Seiten mit 3 mm sind inkl.

Preise Beihefter

2-seitiger Beihefter: 6.350 € zzgl. MwSt.

4-seitiger Beihefter: 8.300 € zzgl. MwSt.

6-seitiger Beihefter: 10.750 € zzgl. MwSt.

Muster

Vor Auftragsannahme sind dem Verlag drei verbindliche Muster der jeweiligen Sonderinsertion vorzulegen. Beilagen, Beikleber und Beihefter dürfen nur das Verkaufsprogramm eines Werbungtreibenden beinhalten.

Liefertermin

ca. 2 Wochen vor Erscheinen der Zeitschrift

Versandanschrift

für Sonderwerbformen: auf Anfrage

Liefermenge

Zeitschriftenauflage plus 2 % Zuschuss

Sonderwerbformen

Deckblatt

(Adressträger für Abonnenten)

2/1 Seiten, 4c 285 €/tsd.

Vinum-Emotion:

Redaktionell gestaltete Supplements, die in enger Zusammenarbeit mit dem Kunden realisiert werden. Preise auf Anfrage.

Onlinewerbung

Möglichkeiten und Konditionen auf Anfrage

Zahlungsbedingungen

Bei Vorauszahlung und Bankeinzug 3 % Skonto, 14 Tage ab Rechnungsdatum 2 % Skonto, 30 Tage ab Rechnungsdatum netto.

Bankverbindung

Volksbank Münster eG, Kto.-Nr. 1 071 696 900, BLZ 401 600 50
Ust.-Ident Nr.: DE 123487165

Terminplan 2009 für Deutschland/Österreich und die deutschspr. Schweiz

Ausgabe	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss
2	26.01.2009	16.12.2008	29.12.2008
3	23.02.2009	15.01.2009	30.01.2009
4 (ProWein)	16.03.2009	13.02.2009	20.02.2009
5	27.04.2009	13.03.2009	27.03.2009
6	25.05.2009	17.04.2009	30.04.2009
7+8	29.06.2009	15.05.2009	29.05.2009
9	24.08.2009	17.07.2009	31.07.2009
10	28.09.2009	14.08.2009	28.08.2009
11	26.10.2009	18.09.2009	30.09.2009
12+1	23.11.2009	16.10.2009	30.10.2009
2/10	25.01.2010	18.12.2009	30.12.2009

Termine für Ausgaben in Französisch

Ausgabe	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss
I	23.02.2009	15.01.2009	30.01.2009
II	27.04.2009	13.03.2009	27.03.2009
III	29.06.2009	22.05.2009	29.05.2009
IV	28.09.2009	14.08.2009	28.08.2009
V	23.11.2009	16.10.2009	30.10.2009

Termine für Ausgaben in Spanisch auf Anfrage

Ausgabe	Themen
2/09	Rioja, Savoyen, Bordeaux 2006, Pfalz, Rheinhessen, Saale-Unstrut, Moldawien
3/09	Brunello, Loire, Gläser, Scheurebe, Wachau, preiswerte Toskaner, Bordeaux 2006
4/09	Winzermarken, ProWein, VDP, Franken, Rheinhessen, Bergisches Land, Portugal, Schweiz
5/09	Karaffen, Steiermark, Sauvignon Blanc, Australien, Verschlüsse
6/09	Wein richtig kühlen, leichte Weine, Rheinhessen, Rheingau, Baden, Bordeaux 2008, Schweizer Weinschlösser, Süditalien, Österreich, Zweigelt
7+8/09	Picknick-Accessoires, Weißwein, Wein u. Wellness, München, Riesling-Erzeugerpreis 2009, Griechenland, Wasser und Weinschorle
9/09	Bordeaux 2008, Südosteuropa, Lagern und Kühlen, Ahr, Mosel, Trollinger, Vinos de Pago
10/09	Asien, Genossenschaftscup 2009, Gutedel, rote griechische Weine, Piemont, Nördliche Rhone
11/09	Deutscher Rotweinpreis 2009, Pfalz, Baden, Terroir, Burgund, Beaujolais, große Gewächse
12/08 + 1/10	Champagner, Süßweine, 100 besten Weine, Franken, Port, Mosel, Deutscher Rotweinpreis 2009

Themenplan: Vorbehaltlich Änderungen, Ergänzungen durch die Redaktion – den aktuellen Themenplan bitte anfordern bei ines.kaeufert@vinum.de

Verkostungen: Das Anstellen von Weinen ist bis ca. 3 Monate vor dem Erscheinungstermin möglich. Themen, Termine und Lieferanschrift auf Anfrage.

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Zeitung oder Zeitschrift zum Zweck der Vermarktung.

2. Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erstellen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen, ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeraumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird.

3. Werden einzelne oder mehrere Abufe eines Abschlusses aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtsfolgen, den Unterschied zwischen dem gewählten und dem tatsächlich Abnomme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme im Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.

4. Bei der Errechnung der Abnahmehemmen werden die Tarif-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

5. Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Heften/Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Drucksrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mittelteil 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. Text-Anzeigen sind Anzeigen, die mindestens drei Seiten an Text und nicht auf andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

- 7. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen – auch einzelne Abufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen, wenn
 - deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
 - deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdewegverfahren beanstandet wurde oder
 - deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist
- Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten.

Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Modells und dessen Billigung bindend. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbindungen), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annehmklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

8. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anfertigung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäß, insbesondere dem Format und den technischen Vorgaben des Verlages entsprechend, Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schlussabgabe zu liefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu verarbeitende Änderungen der Druckunterlagen oder Aufträge zu tragen. Vereinbart ist, dass für den beliebigen Teil nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderer Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.

9. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgeschickt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Veröffentlichung der Anzeige.

10. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminde rung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn

- diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem großen Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder
- diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre.

Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder die Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzveröffentlichung oder die Ersatzveröffentlichung nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminde rung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unweitausendlichen Verzögerungen oder bei Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem Zeitpunkt der Veröffentlichung der Anzeige oder der sonstigen Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei jeder Verletzung hat der Auftraggeber die Haftung, gleich ob es vertraglicher Natur oder aus unerheblichen andererseits Schadens, diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch geschäftliche Vertreter oder behördliche Anstalten des Verlages verursacht wurde. Die Haftung für Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach dem gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verfallen in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorvertraglichen Verhalten beruhen.

- 11. Produktzweckabweichung nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berechtigt alle Fehlerkommunikation, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb von drei Monaten bei Überschreitung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.
- 12. Sind keine besonderen Größenanschriften angegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckgröße der Berechnung zugrunde gelegt.
- 13. Die Bedienung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Einwige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nicht der Preisliste gemäß.
- 14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einzahlungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die realistischen 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 alleine Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel und die Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlussstermin und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
- 15. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenbeispiele, Belegstellen 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.

16a. Aus einer Auftragsänderung kann – vorbehaltlich der Regelung der Ziffer 16b – nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminde rung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt das bei der ersten Anzeige beginnenden Inseritionsjahres die Garantieaufgabe unterschritten wird. Eine Auftragsänderung ist nur dann ein zur Preisminde rung berechtigender Vorgang, wenn und soweit sie

- a) bei einer Garantieaufgabe bis zu 50 000 Exemplaren mindestens 20 v. H.,
- b) bei einer Garantieaufgabe bis zu 100 000 Exemplaren mindestens 15 v. H.,
- c) bei einer Garantieaufgabe bis zu 500 000 Exemplaren mindestens 10 v. H.,
- d) bei einer Garantieaufgabe über 500 000 Exemplaren mindestens 5 v. H. beträgt.

Eine Auftragsänderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt.

Als Garantieaufgabe gilt die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder, wenn eine Auflage nicht genau ist, die durchschnittlich kleinste (als Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vorausgegangenen Kalenderjahres. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminde rungsansprüche 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.

16b. (Sonderverpflichtung bei Auftragsänderungen für Titel, die helftsbezogene Aufträge veröffentlichen) Abweichend von Nummer 16a berechtigt eine Auftragsänderung bei Titeln, die helftsbezogene Aufträge veröffentlichen, nur dann zu einer Preisminde rung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (Garantieaufgabe) bis zu 500 000 Exemplaren 10 v. H. und bei einer Auflage (Garantieaufgabe) von über 500 000 Exemplaren 5 v. H. überschreitet. Eine Auftragsänderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt. Die der Garantie zugewandte Auflage ist die gesamte veröffentlichte Auflage im Sinne der Definition der VW. Sie errechnet sich für das Inseritionsjahr aus dem Auftragsdurchschnitt der vier Quartale vor dem Inseritionsjahr, soweit nicht vom Verlag eine absolute Aufgabenzahl als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisminde rung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengenangabe und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisminde rung ist der Auftrag zur Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde. Die mögliche Auftragsänderung errechnet sich als Saldo der Aufgabenzahlen und Auflagenüberschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Inseritionsjahres. Die Rückvergütung erfolgt am Kompagnenende auf Basis des Kundennetto unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agentenvergütung als Naturalgutswert oder wenn dies nicht mehr möglich ist als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2500 € beträgt.

17. Bei Zielfernanzahlung wird der Verlag für die Verwehrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an Einschreibebriefe und Expressbriefe auf Zielfernanzahlung werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Zielfernanzahlung werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in diese Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wenn die Zielfernanzahlung sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einseitig rechtlich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anders und in erklärter Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 (Gewicht 100 g) überschreiten, sowie Waren, Bücher, Katalogendungen 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. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.

Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sonderangelegenheiten ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Anzeigen mit Verboten nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei NichtKaufleuten nach deren Wohnsitz, ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei NichtKaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder wöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, so ist der Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

19. Die Werbungsmitler und Werbegesetze sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mißlerprovision darf auf die Auftragsnehmer weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

20. Preisänderungen für den Anzeigenauftrag sind gegenüber Auftragsnehmer wirksam, wenn sie im Folgejahr mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preisänderung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in textlicher Form zur Erhalt der Mitteilung über die Preisänderung ausgedrückt werden.

21. Wird für Konkurrenzredaktionen eine gemeinsame Rabattierung beantragt, ist der schriftliche Nachweis des Konzensus des Werbungtreibenden erforderlich. Der Konzensus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichts, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss spätestens bis zum Abschluss des Inseritionsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernabteile bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag. Konzernabteile werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen, mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernabteilung.

22. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildmaterialien sowie der zugelieferten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenschlusses von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print und Online-Medien oder Art, einschließlich öffentlicher, erforderlichen unbefristeten Nutzungs-, Leistungs- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen öffentlich unbefristet übertragen.

23. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieversorgung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, deren sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verfügbarkeits mit 90% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugerechneten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Vertragsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis kürzen, in dem die garantierte verkaufte oder zugerechnete Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

Zusätzliche Bedingungen des Verlages

- a) Mit der Erteilung eines Anzeigenauftrages erkennt der Auftraggeber die Allgemeinen und die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Verlages an.
- b) Unterfällt es bei der Wiederholung einer Anzeige der gleiche Fehler wie in der ersten Veröffentlichung, so sind Ansprüche auf Zahlungsminde rung oder Ersatz ausgeschlossen, wenn der Auftraggeber nach der ersten Veröffentlichung nicht sofort reklamiert hat.
- c) Sind einwige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden sie erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungtreibende bei ungenügender Verbreitung der Anzeige die Haftung zu übernehmen.
- d) Im Falle höherer Gewalt ersichtliche Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz. Insbesondere wird auch kein Schadenersatz für nicht oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen geleistet.
- e) Der Verlag ist berechtigt, im Einzelfall das allgemeine Zahlungsziel zu verkürzen.