

Getränke Zeitung

MEDIADATEN 2024 / PRINT & DIGITAL
PREISE → AB 01.10.2023

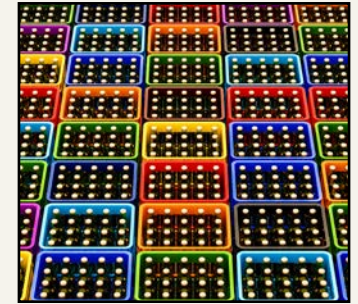


INHALT



1 PROFIL

- 1.1 GETRÄNKE ZEITUNG Profil
- 1.2 Leserdaten - Betriebsprofil
- 1.3 Leserdaten - leserverhalten



2 PRINT

- 2.1 Redaktionelle Highlights 2024
- 2.2 Anzeigenpreise & Formate
- 2.3 Individuelle Werbeformate Print
- 2.4 Markenportrait (Advertorial)
- 2.5 GETRÄNKE ZEITUNG Basiswissen
- 2.6 Produkt des Monats

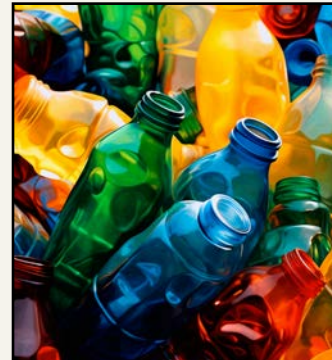
3 DIGITAL

- 3.1 Online Advertorial
- 3.2 Bannerformate Homepage
- 3.3 GZ Newsletter
- 3.4 GETRÄNKE ZEITUNG Podcast



4 SERVICE

- 4.1 Stellenmarkt
- 4.2 GET.IN KONGRESS
- 4.3 Verlags- & Vertriebsdaten
- 4.4 Technische Daten
- 4.5 weitere Meininger Publikationen
- 4.6 ABGs



DER WIRTSCHAFTSTITEL FÜR DIE GETRÄNKEBRANCHE

GETRÄNKE ZEITUNG (GZ) - Der Trendkompass für den Getränkehandel! Alle 2 Wochen liefert GZ frische Business-Insights für den Lebensmittelhandel, Getränkehandel in Abholmärkten sowie in der Systemgastronomie und dem Fachhandel. Egal ob Einkauf, Verkauf, oder Vertrieb von Getränken - GZ spricht die Sprache der Entscheider. Knackige Infos, topaktuell und visuell ansprechend, geben den Boost für den täglichen Erfolg. Informationen aus dem Handel, über den Handel, Markttrends, Interviews und Angebote - kurz, prägnant aufbereitet, immer am Puls.

Holen Sie sich den Wissensvorsprung mit der GETRÄNKE ZEITUNG - für erfolgreiche Entscheidungen im Handel!

UP-TO-DATE SEIT 1967

Zweiwöchentlich im Prinmagazin, wöchentlich im Newsletter oder 24/7 über die Getränke Zeitung Homepage.

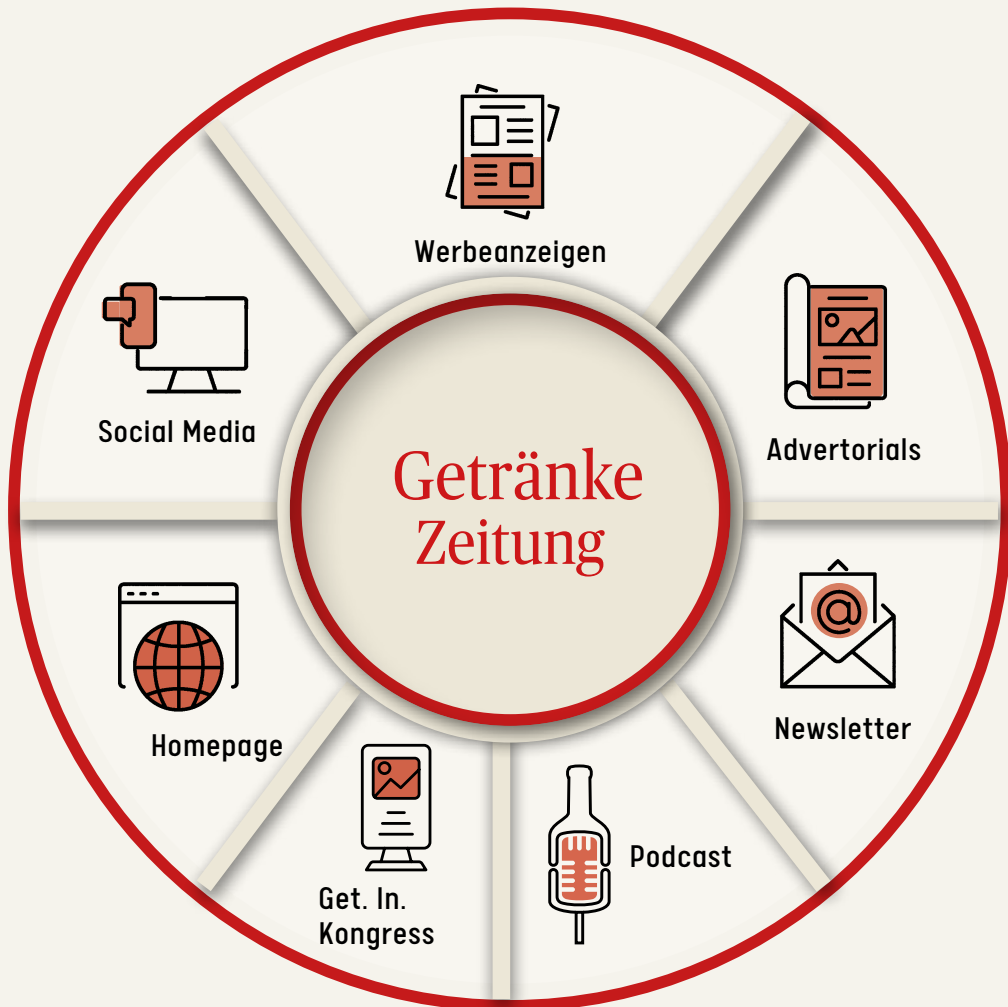
KEY FACTS

- ▷ Druckauflage → **8.200 Ex.**
- ▷ Verbreitete Auflage → **8.147 Ex.**



GETRÄNKE NEWS
AUF ALLEN
KANÄLEN

ALLE 14 TAGE



Starke Impulse im Markt

IM MARKT der Trinkgläser geht es wieder aufwärts – auch dank vieler Neuheiten.

Nachdem die Absatzkurve bei Trinkgläsern bereits 2022 wieder nach oben setzte sich die positive Entwicklung 2023 verstärkt fort. Gläser gehören zu den Wachstumssektoren im Gesamtmarkt „Glas, Porzellan, Keramik“, wie der Handelsverband Koch- und Tischkultur berichtet. „Es wird deutlich, dass der Hingangstrend auch 2022 nicht nachgelassen hat. Keine der vergangenen



ne Home für ausstrahlend, wachse, und dabei nicht sich mühen, wie der Fokus auch auf alkoholfreie Alternativen und Mocktails. Bei Zwiemel Glas stelle man außerdem fest, dass Optik und Haptik von Gläsern eine immer größer werdende Rolle spielen. „Die Anwender wollen das Glas spüren und gehen spielerisch mit ihm um“, so Lisa Müller, „das haben wir bei zahlreichen unserer Neuentwicklungen der vergangenen zwei Jahre berücksichtigt und darauf beispielsweise mit Designelementen im Stiel und in der Bodenplatte geantwortet.“ Auch Zwiemel beobachtet, dass viele Kunden beim Gläserkauf großen Wert auf „das Besondere“ legen und deshalb vermehrt zu handgefertigten Wein- und Biergläsern greifen nicht zuletzt, um damit bei ihren Gästen zu glänzen. Darüber hinaus registriert das Unternehmen seit einiger Zeit eine steigende Nachfrage nach Allround-Gläsern. Deshalb ist ein Allround-Glas Bestandteil in den

meisten Serien von Zwiemel. Dem Einzelhändler ist das attraktive, als Geschenk geeignete Verpackungsmerkmal ein zentraler Kaufgrund. Zwiemel Glas bedeutet das Spielweise für ein Glas in der Regel eine Zweier-Kartonnage um für das Sortiment vier Einheiten pro Verpackung. Am POS sei es auch wichtig, „Trendthemen zu bespielen und themenspezifische Aktionsangebote zu machen“. Für die eher kalte Jahreszeit bietet sich laut Lisa Müller beispielsweise alles rund um Whisky an. In der Weiterentwicklung der Glaskonzepte arbeitet Zwiemel Glas mit Getränkemarken aus den verschiedensten Bereichen zusammen, um immer up to date zu sein, was neueste Trends in der Glaskonzepte und die dafür benötigten Glasarten betrifft. „Im Trend zu Universalgläsern beschäftigen wir uns auch in den verschiedenen Bereichen mit dem Thema, was neuere Trends in der Glaskonzepte und die dafür benötigten Glasarten betrifft.“

Die Nachfrage entwickelt sich wieder sehr positiv. Raymond Sahm-Rastal, Rastal Sahn GmbH & Co. KG, „Wir stellen hoch im Kurs stehen, die für die unterschiedlichsten Getränke eingesetzt werden können. Sie vermitteln eine gewisse Leichtigkeit, und das ist ein Plus.“

HIER KÖNNTE IHRE ANZEIGE STEHEN

Dünwand-Becher für verschiedene Getränke stehen hoch im Kurs. Neben der Renaissance von Farbe und expressiven Formen rückt bei den Gläsern das Handwerkliche wieder in den Fokus, genauso wie bunte Stiftnetze aus Glas und Holz. Der Einzelhändler sollte bei der Vermarktung jetzt besonders auf eine konzeptuelle Inszenierung achten, die der Leonardo-Vertrieb. „Wenn möglich, sollte man auch Produkt-Set-ups zusammenstellen, um eine gewisse Individualität in der Präsentation zu schaffen.“ Der Mehrwert der Produkte sei dem Kunden am besten mit persönlicher Beratung zu vermitteln. Lisa Müller, Teamleiterin Brand & Product Management bei Zwiemel Glas, sieht bei Gläsern seit einigen Jahren auch den Trend zur Barware. Das Bedürfnis, die eigen-



Erfolg mit Diversifizierung

...ER, Vorstandsmitglied und ...hr von Eckes-Granini ...d, redet im GZ-Gespräch über die ... Situation, Vertzeuerung und ...nds in seiner Branche.



Eckes-Granini sieht sich trotz knapper Preiskontrollen und Verteuerungen gut angepasst. Geschäftsführer Kay Fischer spricht vor einem bunteigenen Produkt.

Fischer Klimawandel und Geopolitik sind in der Landwirtschaft angekommen. Das große Thema ist für ihn ganz klar die Energie. Seit Jahren wird der heimische Krankheitsverfall in den Plantagen, der das Citrus Greening verursacht, Brasilien, das 80 Prozent der Weltreife ausmacht, verzeichnet eine Inflation von 35 Prozent. Im Anbaugebiet Florida kam im vergangenen Jahr auch noch ein Hurrikan dazu, der die rezeptive Ernte wegspülte, so dass weltweit die Lager aufgrund schwacher Ernten nicht aufzufüllt werden konnten.

GZ: O-Saft wird knapp und teuer. Wie sieht es bei den Äpfeln aus? Fischer: Zwar sind die Äpfel jetzt noch eher mäßig, die Lichtreduzierer Ernterisiken werden aber nicht dazu führen, dass die Preise überproportional steigen.

GZ: Die Branche hat insgesamt mit sprunghaft gestiegenen Kosten bei Rohstoffen und Packstoffen, Energie und Logistik zu kämpfen. Wie hat sich das auf die Preisgestaltung Ihrer Produkte ausgewirkt? Fischer: Wir sind, wie alle anderen auch, von der Rohstoffknappheit betroffen worden. Dabei waren wir gezwungen, unsere Lieferanten mal wieder zu wechseln. In der Äpfel sind wir jetzt über ein neues Euro für den Liter Saft. Die meisten Konsumgüterunternehmen sind teilweise durch Preisüberwälzung an den Endverbraucher übergeben. Hier können wir gemeinsam mit Getränkeherstellern und O-Saft die Endverbraucher schützen.

Fischer: Wir setzen auf den Bereich der Fruchtsäften, genau des Erfrischung – also also, was sich technisch gesehen produzieren Fruchtsäfte, Limonade und Säfte abspalten. Vor allem, wenn man Getränke konsumieren bei festigen Getränken sehr gut an. Zucker und Süßstoffen beibehalten, das sind wichtige Faktoren, so denn wir umsatzstark bleiben. Zudem sollen unsere wissenschaftlichen Shoppen unsere Produkt wie Lebensmittel oder Commerce angeboten werden.

GZ: Sind Sie bei den Investitionen in die Produktion zurückhaltender? Fischer: Aktuell haben wir eine höhere ausgeglichene Situation. Von den großen Orangenanbauern haben die Ernterisiken bereits Force Majeure erklärt. Das aber führt zu einer Verknappung und strengen Verteuerung. Die Preise haben sich nahezu verdoppelt. Wenn sich das materialisiert, um reden wir von einer Preissteigerung bei einem Liter Orangensaft im Geschäft zwischen 80 und 100 Cent. Die Situation ist uns leider noch eher unklar. Das Angebot ist aktuell unpassend.

GZ: Die Nachfrage? Fischer: Wir werden weiterhin kaufen, Materialien und Energie anpassen. Solche Zeiten sind oft aber auch Treiber von Verkäufen. Dabei sind wir zuversichtlich, dass wir am Ende schlüssiger, aktiver, agile und innovativer aufgestellt sein werden. Vor allem Hersteller gegen Wettbewerber abzuheben. Wie begründen das als Chancen?

GZ: Welche Rolle spielt Eckes-Granini im Bereich O-Saft von Hano, Drogen und E-Commerce? Fischer: Diese drei Sparten machen bereits ein knappes Drittel unseres Geschäfts aus und wachsen überproportional. Und wir haben den klaren strategischen Willen, diese Bereiche weiter auszubauen, um die Präsenz unserer Marke in relevanten Umfeldern gezielt zu stärken.

GZ: Auf welchen Feldern will Eckes-Granini weiterwachsen? Fischer: Wir setzen auf den Bereich der Fruchtsäften, genau des Erfrischung – also also, was sich technisch gesehen produzieren Fruchtsäfte, Limonade und Säfte abspalten. Vor allem, wenn man Getränke konsumieren bei festigen Getränken sehr gut an. Zucker und Süßstoffen beibehalten, das sind wichtige Faktoren, so denn wir umsatzstark bleiben. Zudem sollen unsere wissenschaftlichen Shoppen unsere Produkt wie Lebensmittel oder Commerce angeboten werden.

MÜNCHNER HELL

DAS HELLE FÜR ALLE

Paulaner Münchner Hell ist mit +26% die am stärksten wachsende Hellbiere

Große Werbe-Kampagne mit über 500 Millionen Bruttokontakten

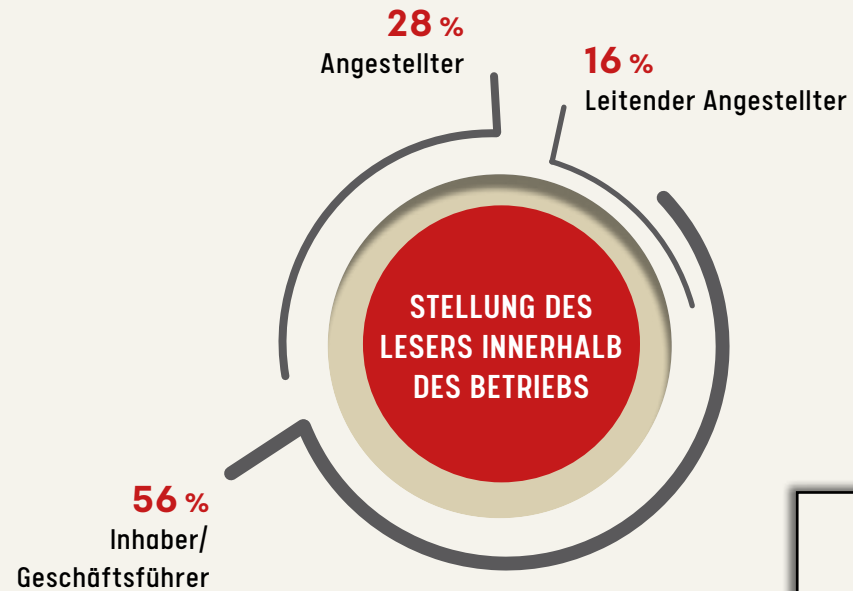
Paulaner ist die bekannteste Hellbiere mit 99% Markenbekanntheit



"IN WELCHER BRANCHE AGIERT IHR BETRIEB?"

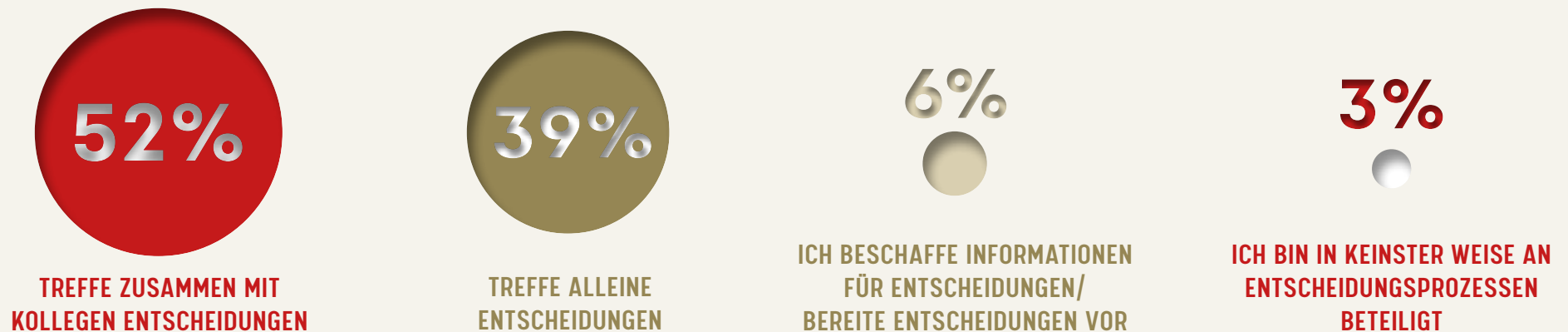


"WELCHE STELLUNG HABEN SIE IM BETRIEB?"



AUS DER GZ
LESERBEFRAGUNG
2020

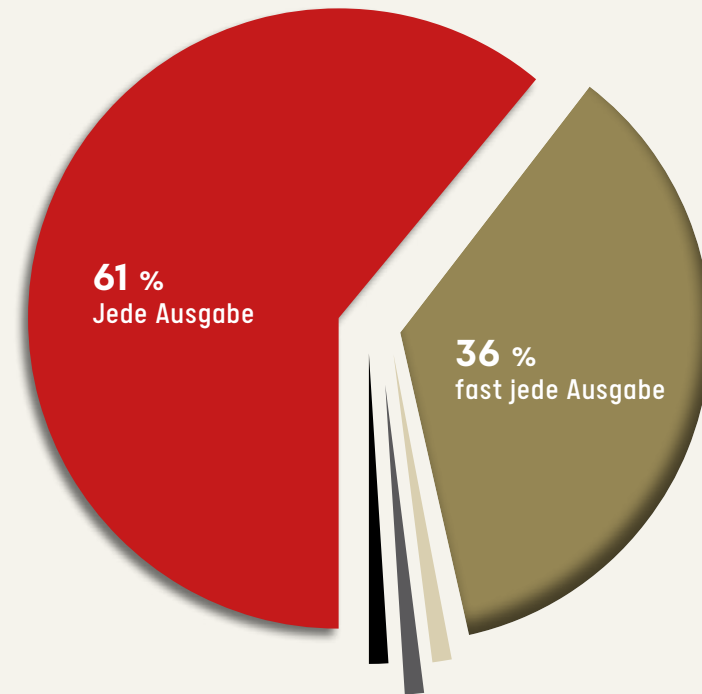
"WIE SIND SIE AN ENTSCHEIDUNGSPROZESSEN BETEILIGT?"



"WOHER KENNEN SIE DIE **GETRÄNKE ZEITUNG**?"



"WIE VIELE AUSGABEN DER **GETRÄNKE ZEITUNG** LESEN SIE JÄHRLICH?"

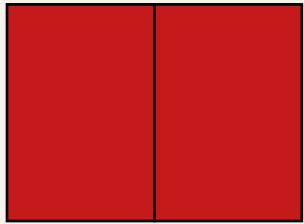


jeweils 1 % eine..
 pro Monat | alle drei Monate | alle sechs Monate

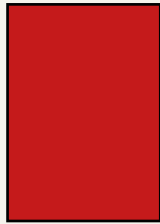
AUS DER GZ
 LESERBEFRAGUNG
 2020

AUSGABE	TERMINE			EVENTS	THEMEN AFG: ALKOHOLFREIE GETRÄNKE, B: BIER, S: SPIRITUOSEN, W&SW: WEIN/SCHAUMWEIN, T/E: TECHNIK/EQUIPMENT
	ET	AS	DU		
01-02	18.01.2024	03.01.2023	10.01.2024	ISM, Köln 28.01. - 31.01.2024	„Getränk des Jahres“ und „Neuheit des Jahres“ - Die Sieger 2023 Afg / B / S / W&SW: Was erwartet die Getränkebranche 2024
03	01.02.2024	17.01.2024	24.01.2024	INTERGASTRA, Stuttgart 03.02. - 07.02.2024 Nord Gastro & Hotel, Husum 12.02. - 13.02.2024 Vinexpo, Paris 12.02. - 14.02.2024 BIOFACH, Nürnberg 13.02. - 16.02.2024	Messevorschau NORD GASTRO & HOTEL Afg: Getränke sirup / B: Norddeutsche Biere / S: Korn
04	15.02.2024	31.01.2024	07.02.2024	FINEST SPIRITS, München 23.-25.02.2024	Messevorschau FINEST SPIRITS Afg: Wasserwelt / B: Frühlingsböcke & Märzen / T/E: Fuhrpark der Zukunft
05	29.02.2024	14.02.2024	21.02.2024	INTERNORGA, Hamburg 08.-12.03.2024 ProWein, Düsseldorf 10.-12.03.2024	Messevorschau INTERNORGA & ProWein / Finest Spirits Report Afg: Energy-Drinks / B: Weißbier/Weizenbier / S: Minzliköre
06	14.03.2024	28.02.2024	06.03.2024		Spezial: Innovationen & Trends Afg: Wasser- und Weinkonzepte / B: Pils / S: Deutscher Gin; Fruchtliköre
07	28.03.2024	13.03.2024	20.03.2024		ProWein-Report Afg/B/S: Hanfgetränke / B: Westdeutsche Biere / S: Premix T/E: Schanksysteme
08	11.04.2024	27.03.2024	03.04.2024	Vinitaly, Verona 14.04.-17.04.2024	Spezial: EM 2024 - Deutschland Afg: Zuckerreduzierte/zuckerfreie Getränke / B: Süddeutsche Biere W&SW: Deutsche Weine / S: Aperitif
09	25.04.2024	10.04.2024	17.04.2024		Spezial: Grillen Afg: Schorlen / B: Radler & Biermischgetränke / S: Wodka / W&SW: Cider
10	10.05.2024	24.04.2024	02.05.2024		Afg: Eistee & kalte Teegetränke / B: Helles / S: Internationaler Gin T/E: Getränke kühlung
11	23.05.2024	08.05.2024	15.05.2024		Afg: Limonaden / B: Sommerbiere / S: Cachaca, Internationaler Rum W&SW: Wein-/Sekthaltige Cocktails
12	06.06.2024	22.05.2024	29.05.2024	EM 2024 - Deutschland 14.06.-14.07.2024	Afg: Wasser-plus-Konzepte / B: Alkoholfreie Biere / S: Zitrusspirituosen W: Glühwein
13	20.06.2024	05.06.2024	12.06.2024		Afg: Importwässer / B: Internationale Premiummarken S: Alkoholfreie Destillate / W&SW: Weinschorlen

AUSGABE	TERMINE			EVENTS	THEMEN AFG: ALKOHOLFREIE GETRÄNKE, B: BIER, S: SPIRITUOSEN, W/SW: WEIN/SCHAUMWEIN, T/E: TECHNIK/EQUIPMENT	
	ET	AS	DU			
14	04.07.2024	19.06.2024	26.06.2024		AfG: Cola & Cola-Mixes / B: Craft- und Spezialitätenbiere S: Aromatisierte Spirituosen / W&SW: Italienische Weine	
15-16	18.07.2024	03.07.2024	10.07.2024		AfG & B: Gebinde & Leergutautomaten / S: Tequila & Mezcal, Anisspirituosen W&SW: Alkoholfreie Konzepte / T/E: Logistik	
17	15.08.2024	31.07.2024	07.08.2024		AfG: Mate / B: Lager & Export / S: Wermut / T/E: Glaskonzepte	
18	29.08.2024	14.08.2024	21.08.2024		AfG: Filler / B: Malztrunk + Fassbrause / S: Cognac & Armagnac	
19	12.09.2024	28.08.2024	04.09.2024		Spezial: Digitalisierter Handel AfG: Saft / B: Keller- und Landbiere / S: Creamliköre / W&SW: Spanische Weine	
20	26.09.2024	11.09.2024	18.09.2024		Spezial: Hausbar Essentials AfG: Sommerbilanz 2024 / B: Ostdeutsche Biere / S: Weinbrand & Brandy W&SW: Markenweine	
21	10.10.2024	25.09.2024	02.10.2024		Spezial: Nachhaltigkeit AfG: Heilwasser / B: Kölsch / S: Whisk(e)y / W&SW: Apfel- und Fruchtwine	
22	24.10.2024	09.10.2024	16.10.2024		AfG: Kräuter- und Gewürzlimonaden / B: Bock- und Festbiere S: Spezialitäten von der Küste/Aquavit + Kümmel W&SW: Französische Weine	
23	07.11.2024	23.10.2024	30.10.2024	Get.In., Frankfurt a. M. Forum Vini, München	04.11 - 05.11.2024 15.11 - 17.11.2024	Get. In. Messevorschau BrauBeviale AfG: Stille Wässer / B: Sortengewinner 2024 S: Obstbrände; Party-Spirituosen / AfG/B/S/W&SW: On-Packs
24	21.11.2024	06.11.2024	13.11.2024	BrauBeviale, Nürnberg	26.11. - 28.11.2024	AfG: Sportgetränke / B: Dunkel- und Schwarzbier / S: Halbbitter & Bitter W&SW: Schaumwein national/international
25	05.12.2024	20.11.2024	27.11.2024			Spezial Jahresrückblick: Was war los in der Getränkebranche in 2024? BrauBeviale Report S: Traditioneller Rum
26	19.12.2024	04.12.2024	11.12.2024			AfG: Bio/Vegane Getränke / B: Gastronomie-Konzepte / S: Tresterbrand



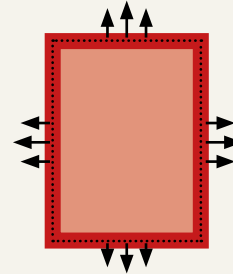
2/1 Doppelseite
458 x 332 mm
13.900 €



1/1 Seite
330 x 465 mm
6.950 €



DIN A 4
210 x 297 mm
5.300 €



für alle Formate
Beschnittzugabe
3 mm

**MEHR
FÜR WENIGER**

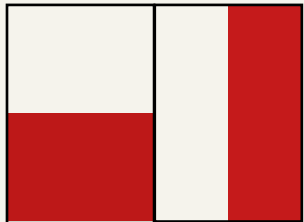


RABATTE

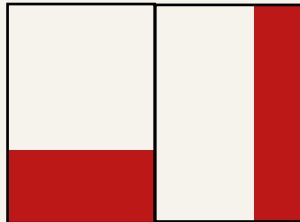
- ab 3 Anzeigen → 5 %
- ab 6 Anzeigen → 10 %
- ab 9 Anzeigen → 15 %

SIE SIND AGENTUR?

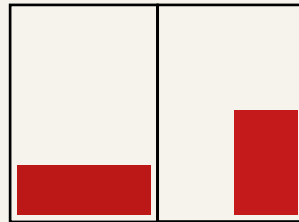
→ 15% Mittlerprovision auf alle Formate



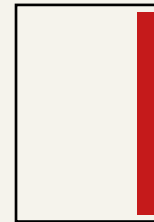
1/2 Seite | **quer**
330 x 233 mm



1/3 Seite | **quer**
330 x 155 mm



1/4 Seite | **quer**
310 x 110 mm



1/2 Seite
48 x 440 mm
3.200 €

1/2 Seite | **hoch**
165 x 465 mm
5.300 €

1/3 Seite | **hoch**
110 x 465 mm
4.200 €

1/4 Seite | **Eckfeld**
153 x 220 mm
3.700 €

SIE HABEN ANDERE VORSTELLUNGEN ?

Für individuelle Angebote schreiben Sie uns oder rufen Sie uns gerne an.

**NATHALIE BRUST
SALES MANAGERIN**

☎ → +49 (0) 6321 / 8908 - 47
✉ → brust@meining.de

**MICHAEL BOSCH
SALES MANAGER**

☎ → +49 (0) 6321 / 8908 - 40
✉ → bosch@meining.de

UNSERE SONDERFORMATE FALLEN AUF UND BLEIBEN IM KOPF.

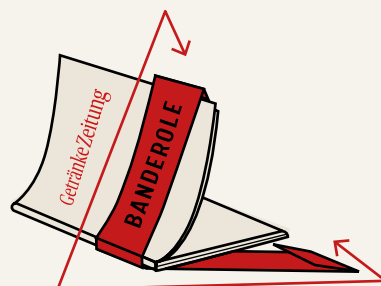
Sie möchten Ihr Produkt oder Event aufmerksamkeitsstark bewerben? Unsere zahlreichen Sonderwerbeformen bieten Ihnen genau diese Möglichkeit. Da Sonderwerbeformen langfristiger Planung und individueller Abstimmung bedürfen, nehmen wir Ihre verbindliche Reservierung gern frühzeitig entgegen. Preise für weitere Formate erteilen wir gern auf Anfrage.

MAXIMALE AUFMERKSAMKEIT GARANTIERT



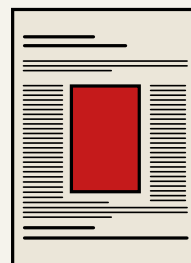
UMMANTELUNG

Das Tageszeitungsformat der GZ wird in gleicher Papierqualität 4-seitig „ummantelt“,
 jew. 330 x 465 mm
18.990 €



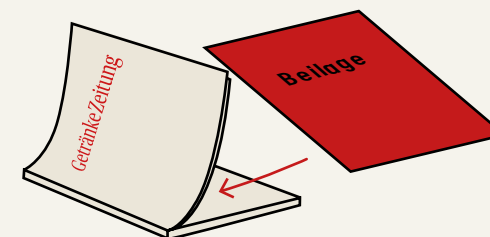
BANDEROLE

Die Banderole umschließt die GETRÄNKE ZEITUNG,
 130 x 510 mm
9.990 €



INSELANZEIGE

Ihre Print Anzeige in der Mitte der Seite - an allen vier Seiten umschlossen von redaktionellem Text.
 153 x 200 mm
6.380 €



BEILAGE

max. 320 mm x 225 mm,
 min. 105 mm x 148 mm

VOLLBEILAGE
 bis 25 g **3.250 €**
 bis 50 g **4.170 €**
 > 50 g auf Anfrage

TEILBEILAGE
 bis 25 g je 0/00 **375 €**
 bis 50 g je 0/00 **460 €**
 > 50 g je 0/00 auf Anfrage

Für genaue technischen Spezifikationen, rufen Sie uns an.

SELF SERVICE ADVERTORIAL

Kein passendes Redaktionsthema dabei? Mit einem Advertorial platzieren Sie Ihr Thema in der **GETRÄNKE ZEITUNG** komplett nach Ihren Wünschen.

Datenanlieferung:

Fertige Druckunterlage des Advertorials inklusive Text und Layout

- 2/1 Seite 13.900 €
- 1/1 Seite 6.950 €
- 1/2 Seite 5.300 €

VIEL PLATZ FÜR IHRE BOTSCHAFT.

Authentisch, individuell und immer effektiv! Unsere redaktionellen Advertorials machen da weiter, wo Print Anzeigen aufhören. Ergänzen Sie ihre Werbestrategie mit einem maßgeschneiderten Advertorial und überzeugenden redaktionelle Inhalten.

SIE LIEFERN, WIR KREIEREN



FULL SERVICE ADVERTORIAL

Sie erarbeiten Ihre Wunschinhalte in Zusammenarbeit mit dem Redakteur. Den Text und das Layout erstellt die Redaktion inklusive Korrekturschleife. Das fertige Advertorial fügt sich nahtlos in die redaktionellen Berichte der Ausgabe ein. (Kreationskosten verstehen sich inkl. Konzept, Text und Layout, exkl. Bildrechten und Fotoproduktionen.)

Datenanlieferung:

Textmaterial (Presstexte, Textfragmente, Artikel) Hochwertiges, hochauflösendes Fotomaterial. Briefing, bis spätestens 3 Wochen vor Druckunterlagenschluss. Timing für individuelle Fotoproduktion auf Anfrage.

- 2/1 Seite 15.500 €
- 1/1 Seite 7.900 €
- 1/2 Seite 5.900 €

Jedes Advertorial wird mit einem der Begriffe »Advertorial«, »Anzeige«, »Werbung« oder »Promotion« gekennzeichnet. Briefing, Bild- und Textmaterial muss dem Redakteur spätestens 3 Wochen vor Druckunterlagenschluss vorliegen.

ENTDECKEN SIE DIE EXKLUSIVBEGLEITUNG FÜR IHRE PRODUKTKATEGORIE!

Gemeinsam mit unserem Redaktionsteam entwickeln Sie eine maßgeschneiderte Präsentation in einer spezifischen Produktkategorie. Inkludiert sind vier informative 1/1-Seiten, von denen drei neutral-redaktionell gestaltet sind, und eine Seite für Ihr Anzeigenmotiv zur Verfügung steht. Die flexible Terminwahl ermöglicht optimales Timing. Setzen Sie auf Expertise und Sichtbarkeit!

+ 1.500 Fortdrucke

des Basiswissens für Ihre individuelle Werbestrategie.

7.750 €



IMMER IM PASSENDEN UMFELD

**ALL EYES
ON YOU!**

IHRE INNOVATION IM RAMPENLICHT - IN PRINT UND DIGITAL!

Wir präsentieren Ihr Produkt mit einem ansprechenden Teaser samt QR-Code auf dem Cover der **GETRÄNKE ZEITUNG** (verlinkt zur Online-Promotion).

Zudem sichern Sie sich einen exklusiven, festen Bannerplatz auf unserer **GETRÄNKE ZEITUNG** Homepage Startseite für volle 4 Wochen (ebenfalls verlinkt zur Online-Promotion).

Unsere Online-Promotion bietet Ihnen bis 1.000 Zeichen, professionell bearbeitet von unserem Redaktionsteam.

Crossmedial zur Zielgruppe

2.800 €

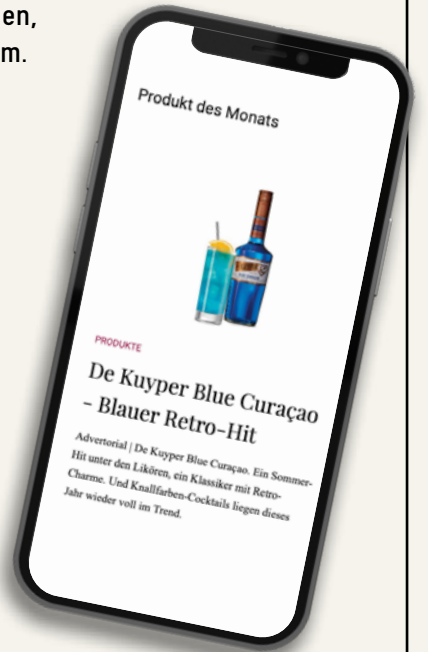


PRODUKT DES MONATS

De Kuyper Blue Curaçao ist ein klassischer und süßer Zitruslikör, der ursprünglich aus der bitteren Laraha-Zitrusfrucht hergestellt wurde. Gemixt mit Wodka und frischem Limettensaft ergibt der Curaçao einen knallbunten Cocktail mit echtem Sommerfeeling.



ZUM PRODUKT

DATENANLIEFERUNG

Bis eine Woche vor Veröffentlichung an raffel@meininger.de.

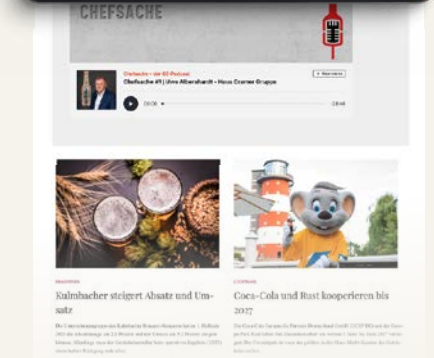
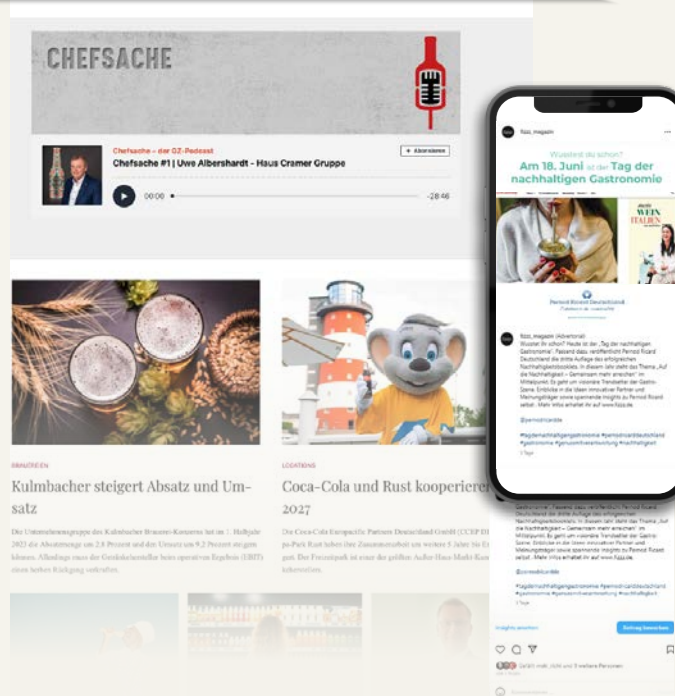
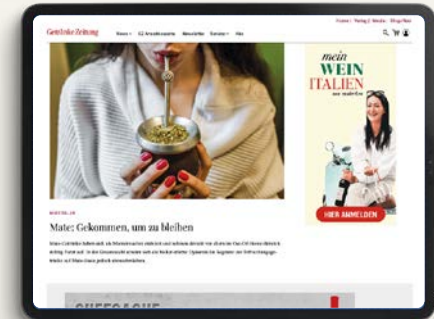
Zulässige Formate: .pdf, .doc, .docx, .jpg, .gif.

- * Infomaterial zum Produkt
- * Freisteller des Produkts
- * Fotomaterial

IHRE IDEE,
EXAKT
FORMULIERT!

BRAND AWARENESS KATAPULT

Messbare Zielgruppenansprache im redaktionellen hochwertigem Umfeld. Online Advertorials bleiben bis auf Widerruf bestehen und stärken ihre Markenbekanntheit nachhaltig. Dadurch bleibt ihre Marke im Gespräch und sie gewinnen nachhaltig neue Kunden.



ONLINE-ADVERTORIAL

- Advertorial FULL SERVICE, 2.500 Z. 3.890 €
- Advertorial SELF SERVICE, 2.500 Z. 3.350 €

DATENANLIEFERUNG

- * Textfragmente
- * 5 - 10 hochaufgelöste Bilder
- * Verlinkung nach Wahl

IHR SPOTLIGHT AUF
GETRAENKE-ZEITUNG.DE

DAS GEWISSE EXTRA

Werden Sie sichtbarer mit ihrem Branding und nutzen Sie eine gezielte Platzierung auf unseren Homepage zu ihren Zielgruppen. Banner sind messbar, flexibel und das bei voller Kostenkontrolle. Banner auf den Multichannels von **GETRÄNKE ZEITUNG** liefern ihnen extra Kunden-Traffic und stärken ihre Markenbekanntheit.

LARGE LEADERBOARD

970 x 90px 1.375 €
DESKTOP

MEDIUM RECTANGLE

300 x 250px 1.275 €
HANDY

HALF PAGE AD

300 x 600px 1.175 €
DESKTOP

Preise für zwei Wochen.
Maximale Belegung pro Platz: 3. Maximale Reservierungsdauer: 7 Tage.

Large Leaderboard 970x90px

Half Page Ad 300x600px

BRÄUEREIEN
Veltnis wächst um 3,2 Prozent

Die Brauerei C. & A. Veltnis konnte sich im ersten Halbjahr 2021 der negativen Branchenentwicklung entziehen und meldet ein Absatzwachstum von 3,2 Prozent auf insgesamt 1,55 Millionen Hektoliter.

HERSTELLER
Anteile der Hansa-Heemann AG gehen an Refresco Group

MARKT
GFGH bleibt unter Vor-Corona-Niveau

Die neuwacht Zahlen zeigen die Auswirkungen auf den Lebensmittelmarkt im ersten Halbjahr 2021, von der globalen Wirtschaft.

Medium Rectangle 300x250px

BIER

POLITIK UND VERBÄNDE
Europas Brauer bekennen sich zu Transparenz

„The Brewers of Europe“ unterstützen den EU-Verhaltenskodex für verantwortungsvolle Geschäfts- und Marketingpraktiken in der Lebensmittelbranche, der Lieferanten und Verhändler zu einem nachhaltigen Wirtschaften verpflichtet, der über die gesetzlichen Vorgaben hinausgeht.

BRÄUEREIEN
Veltnis wächst um 3,2 Prozent

Die Brauerei C. & A. Veltnis konnte sich im ersten Halbjahr 2021 der negativen Branchenentwicklung entziehen und meldet ein Absatzwachstum von 3,2 Prozent auf insgesamt 1,55 Millionen Hektoliter.

SPRITUOSEN und GASTRONOMIE

LASS DICH NICHT LABELN!
MOBILE DECORATION BY DECO GLAS

GZ NEWSLETTER



ERSCHEINT WÖCHENTLICH

CONTENT AD

600 x 250px 1045 €



**MITTENDRIN IN
BESTER
UMGEBUNG!**

REICHWEITENSTARKE PRÄSENZ

Integrieren Sie Ihre Botschaft direkt im Kundenalltag: Mit unseren Newsletteroptionen präsentieren Sie kompakt und effektiv Ihre Botschaft an eine hochinteressierte Zielgruppe. Immer sichtbar im Inbox-Blickfeld steigern Sie die Brand Awareness, direkt verlinkt, schaffen Sie nahtlos Traffic und Conversion. Ihr Angebot erreicht die richtigen Augen und bewegt die richtigen Hände.



PODCAST
Getränke Zeitung

„WAS HABEN SIE ZUR **CHEFSACHE** GEMACHT?“

„Was haben Sie zuletzt innerhalb des Unternehmens zur Chefsache erklärt, weil es Ihnen so wichtig gewesen ist, dass Sie das Heft des Handelns selbst in die Hand genommen haben?“ diese Frage stellt die **GETRÄNKE ZEITUNG** in ihrer neuen Podcast-Serie Führungskräften und Unternehmenslenkern aus der Getränkebranche. Denn in Zeiten, die fordernder und bewegender kaum sein könnten, braucht es starke Meinungen, interessante Einblicke und Vorbilder, die anpacken. Holen Sie sich einen Schluck Inspiration und bleiben Sie am Puls der Branche.

WEITERE INFOS ERHALTEN SIE VON UNSEREM TEAM

GEHT INS **OHR!**

MODERATION:

PIERRE PFEIFFER

PILOT:

AUGUST 2023

TURNUS:

MONATLICH

DAUER:

30 MINUTEN

DISTRIBUTION:

SPOTIFY &
APPLE PODCAST

NATHALIE BRUST
SALES MANAGERIN

☎ → +49 (0) 6321 / 8908 - 47

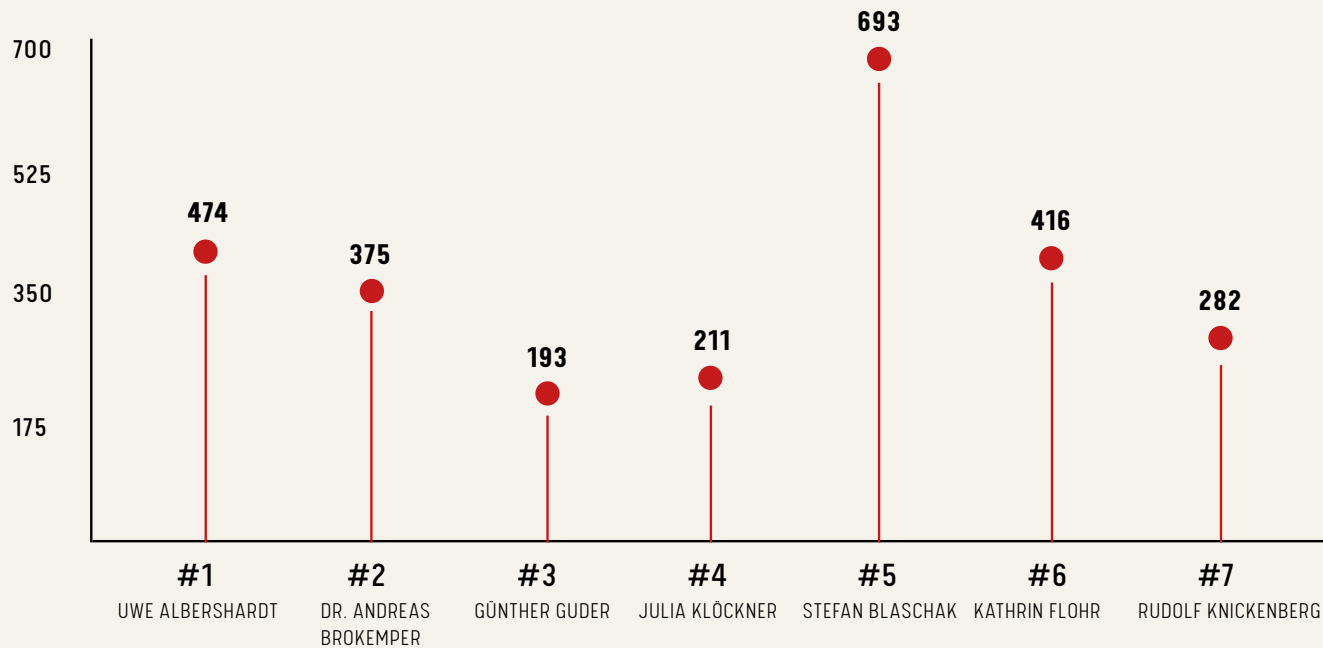
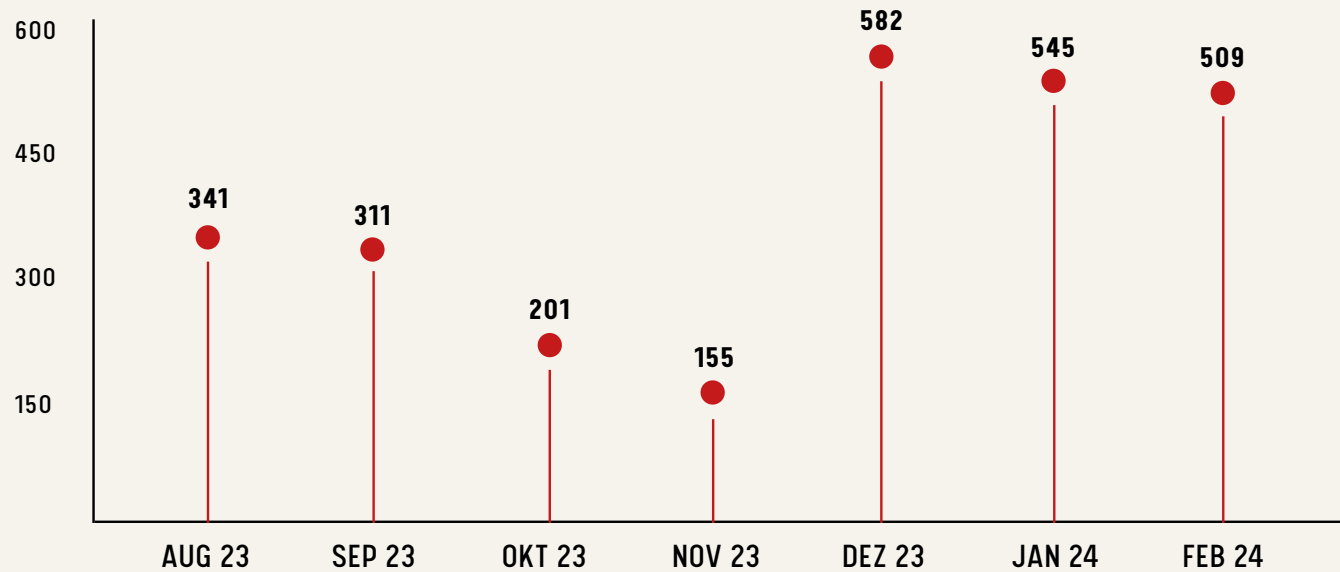
✉ → brust@meininger.de

MICHAEL BOSCH
SALES MANAGER

☎ → +49 (0) 6321 / 8908 - 40

✉ → bosch@meininger.de

DOWNLOADS PODCAST
CHEFSACHE MONATLICH



UWE ALBERSHARDT DR. ANDREAS BROKEMPER GÜNTHER GUDER JULIA KLÖCKNER STEFAN BLASCHAK KATHRIN FLOHR RUDOLF KNICKENBERG



DOWNLOADS PODCAST
CHEFSACHE PRO FOLGE

EFFEKTIV UND NAH DRAN

IHREN ZUKÜNFTIGEN MITARBEITER:INNEN BEGEGNEN!

Sie suchen neue Talente für Ihren Betrieb?

GETRÄNKE ZEITUNG bietet ihnen Zugang zu qualifizierten Bewerber:innen. Mit unserem Kombipaket aus Print & Online erreichen Sie die richtige Kontakte über unser Netzwerk.



STELLENMARKT PRINT & ONLINE KOMBIPAKET

DATENANLIEFERUNG

- * 1/4 Seite Printanzeige
- * Veröffentlichung Meininger Stellenmarkt online (2 Wochen)
- * Verlinkung im Meininger Newsletter (17.000 Abonnenten)
- * Promotion auf Social Media

1.200 €

Chiffregebühr Inland / Ausland
7,50 € / 9 €

FÜR SIE IST NOCH NICHT DIE RICHTIGE LÖSUNG DABEI? LASSEN SIE UNS DARÜBER SPRECHEN, WIR FINDEN DAS PERFEKTE UMFELD FÜR IHR GESUCH.

NATHALIE BRUST
SALES MANAGERIN

☎ → +49 (0) 6321 / 8908 - 47
✉ → brust@meining.de

MICHAEL BOSCH
SALES MANAGER

☎ → +49 (0) 6321 / 8908 - 40
✉ → bosch@meining.de

TREFFEN SIE DAS WHO IST WHO DER GETRÄNKEBRANCHE

Willkommen beim Get.In. Kongress, präsentiert von **GETRÄNKE ZEITUNG** und **INSIDE**. Das Event versammelt Experten, Visionäre und Praktiker mit Leidenschaft für Getränke, die Fachwissen und Neugier mitbringen, um gemeinsam mit anderen Branchenakteuren eine aufregende Zukunft zu gestalten.

GEMEINSAM NACH VORNE!

Erleben Sie über 2 Tage hinweg anregende Vorträge und Diskussionen von Branchenpionieren, die Einblicke in aktuelle Trends, Herausforderungen und Chancen bieten.

Auch bei der nächsten Auflage des Kongresses werden Vorstände, Geschäftsführer, Firmeninhaber aus der gesamten Getränkebranche sowie die Top 100 des deutschen GFGH und hochrangige LEH-Einkäufer erwartet. Aufgrund des großen Erfolges in den letzten Jahren hat sich der Get. In. Kongress in der gesamten Getränkebranche als feste Marke verankert und gilt bei den Entscheidern aus Brau-, Brunnen- und Spirituosenunternehmen inzwischen als der Top-Termin.



IHRE PREMIUM PARTNERSCHAFT

Werden Sie exklusiver Partner der Veranstaltung und nutzen Sie die Vorteile der Sponsoringpakete des Tageskongresses sowie der Abendveranstaltung. Das Get. In Partner-Paket kombiniert Print, Online, Social Media und Live-Event zu einem umfassenden Kommunikations-Mix und bringt Ihre Marke in die begehrte Zielgruppe Getränkebranche.



Get. In.

Sie möchten Premium Partner des Get.In werden?
Weitere Informationen zu Sponsoringpaketen auf Anfrage.

Gerne lassen wir Ihnen unsere ausführlichen Mediadaten zum Get.In zukommen.

Ihre Ansprechpartnerin

NATHALIE BRUST
SALES MANAGERIN

☎ → +49 (0) 6321 / 8908 - 47

✉ → brust@meininger.de

REDAKTION**CHEFREDAKTION**

PIERRE PFEIFFER

☎ → +49 (0) 6321 / 8908 - 52

✉ → pfeifer@meininger.de

REDAKTION

CECILIA HOHLS

☎ → +49 (0) 6321 / 8908 - 85

✉ → hohls@meininger.de

MAREIKE HASENBECK

☎ → +49 17682199381

✉ → hasenbeck@meininger.de

OLE KOHLS

☎ → +49 (0) 6321 / 8908 - 91

✉ → kohls@meininger.de

MEDIA SALES TEAM**GESCHÄFTSLEITUNG
SALES & MARKETING**

FRANK APFEL

☎ → +49 (0) 6321 / 8908 - 81

✉ → apfel@meininger.de

**ASSISTENTIN DER
GESCHÄFTSLEITUNG
SALES & MARKETING**

ANTONELLA CARUSO

☎ → +49 (0) 6321 / 8908 - 49

✉ → caruso@meininger.de

SALES MANAGERIN

NATHALIE BRUST

☎ → +49 (0) 6321 / 8908 - 47

✉ → brust@meininger.de

SALES MANAGER

MICHAEL BOSCH

☎ → +49 (0) 6321 / 8908 - 40

✉ → bosch@meininger.de

ANZEIGENVERWALTUNG

MIRIAM RAFFEL

☎ → +49 (0) 6321 / 8908 - 48

✉ → raffel@meininger.de

ERSCHEINUNGSWEISE

56. Jahrgang 2024, 14-tägig

Copypreis: 6,80 €

Jahresabo: 152,40 € (Inland)
(inkl. Porto und MwSt.)

⚠ IVW 4. Quartal 2023

AUFLAGE

Verbreitung: 8.147 Exemplare

Abonnement: 576 Exemplare

Verkauf: 2.025 Exemplare

Druckauflage: 8.200 Exemplare

Geschäftsbedingungen:
Ergänzend gelten die nachfol-
gend abgebildeten Allgemeinen
Geschäftsbedingungen.“Zahlungsbedingungen:
Sofort ohne Abzug. Bei Voraus-
zahlung bzw. Abbuchung 2 % SkontoBankverbindung:
Sparkasse Rhein-Hardt
IBAN: DE 22 5465 1240 0001 9261 46
BIC: MALA DE 51DKH**VERLAG**Meininger Verlag GmbH
Maximilianstr. 7-15
D-67433 Neustadt

FARBANZEIGEN

Farben aus Farbskala ISO 2846-1. Sonderfarben oder Farbtöne, die durch den Zusammendruck von Farben der verwendeten Skala nicht erreicht werden können, bedürfen besonderer Vereinbarung. Einzelheiten auf Anfrage. Der Verlag behält sich vor, aufgrund technischer Erfordernisse, Schmuckfarben auch aus der Vierfarbskala aufzubauen. Geringe Tonwertabweichungen sind im Toleranzbereich des Offsetdruckverfahrens begründet.

SONDERFARBEN

auf Anfrage, Farbzuschläge sind rabattierfähig.

DRUCKVERFAHREN

Bogen-Offset, 70er Raster

PAPIER

80 g/qm², fein holzhaltig, seidenmatt gestrichen, Bilderdruck

ANZEIGENGESTALTUNG

Bei Neugestaltung bzw. Änderung vorhandener Druckunterlagen berechnen wir die Selbstkosten. Jede Anzeige, von unserem Verlag entworfen und hergestellt, bleibt Eigentum des Verlages und darf nur mit schriftlicher Erlaubnis des Verlegers weiterverwendet werden.

DRUCKUNTERLAGEN

Anlieferung der Daten als druckfähiges (300 dpi) PDF-Format sowie verbindliches Proof nach ISO 12647-7. Die Einstellungen für die PDF-Erstellung können unter [→ www.westermann-druck.de/downloads](http://www.westermann-druck.de/downloads) heruntergeladen werden (Profil: ISO coated v2 300 %). Als Richtlinie für die Bilddaten sollte der Standard des Offsetdruckes zugrunde gelegt werden. Flächendeckung darf insgesamt 300 % nicht überschreiten. Die Printausgabe wird flankiert von einer digitalen Version. Hierbei werden die Printanzeigen deckungsgleich für die digitale Darstellung umgewandelt. Marginale Farbabweichungen können ausnahmsweise auftreten; Reklamationen bei der Digitalausgabe sind ausgeschlossen.

DATENLIEFERUNG

Druck-PDF (300 dpi) via Mail
✉ → raffel@meininger.de

Erforderliche Proof- oder Satzarbeiten werden zum Selbstkostenpreis weiterberechnet. Bitte beachten Sie auch die Geschäftsbedingungen in der Auftragsbestätigung.

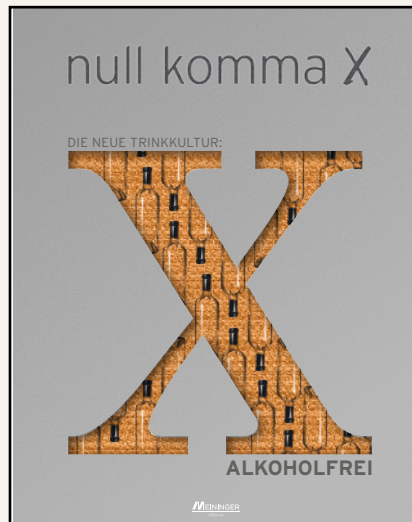
VERSANDANSCHRIFT DRUCKUNTERLAGEN

Meininger Verlag GmbH
Frau Miriam Raffel
Maximilianstr. 7-15
D- 67433 Neustadt

VERSANDANSCHRIFT BEILAGEN

westermann Druck | pva
c/o johnen-druck GmbH & Co. KG
Abt. Lettershop / TAV
Bornwiese 5
54470 Bernkastel-KuesBei

360°
MAGAZINE FÜR WEINE
UND GETRÄNKE



1. Geltungsbereich:

Diese allgemeinen Geschäftsbedingungen („AGB“) gelten für sämtliche Anzeigenaufträge, Advertorials und andere (auch Online-) Werbemittel der Meininger Verlag GmbH, Maximilianstraße 7-15, 67433 Neustadt/Weinstraße (im Folgenden als „Verlag“ bezeichnet) gegenüber Kunden (im Folgenden als „Kunde“ bezeichnet).

Etwalige entgegenstehende allgemeine Geschäftsbedingungen des Kunden werden nicht anerkannt, es sei denn, der Verlag stimmt ihrer Einbeziehung ausdrücklich zu.

2. Vertragsschluss

Ein „Anzeigenauftrag“ im Sinne dieser AGB ist ein Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder Advertorials oder anderer (auch Online-) Werbemittel (z.B. Beilagen) eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift oder auf einer Website zum Zwecke der Verbreitung.

Ein Anzeigenauftrag kommt, soweit nicht etwas anderes vereinbart wurde, durch Abdruck der Anzeige oder durch die schriftliche Bestätigung des Verlags zustande. Mit Erteilung des Anzeigenauftrages erkennt der jeweilige Kunde die Geltung dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen und der jeweils gültigen Preisliste sowie die für das jeweilige Jahr der Erscheinung gültigen Mediadaten an.

Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen, wobei die Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Das gilt sinngemäß auch für den Abschluss durch einen Konzern („Konzernabschluss“). Ist im Rahmen eines solchen Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so muss das Erscheinungsdatum der letzten Anzeige innerhalb eines Jahres nach Erscheinen der ersten Anzeige liegen, sofern nicht im Einzelfall etwas anderes vereinbart wurde.

Sofern der Anzeigenauftrag durch eine Agentur erfolgt, kommt der jeweilige Vertrag, vorbehaltlich anderer Vereinbarungen, mit der Agentur zustande.

Änderungen und Ergänzungen zu einem Anzeigenauftrag sowie Abweichungen von diesen allgemeinen Geschäftsbedingungen bedürfen der Schriftform. Das gilt auch für die Aufhebung dieser Schriftformklausel.

3. Anzeigenplatzierung

Der Verlag ist berechtigt, die Platzierung der Anzeigen bzw. Onlinewerbemittel nach eigenem Ermessen vorzunehmen. Feste Platzierungen und Sonderwerbformen sind individuell buchbar. Der Kunde hat - vorbehaltlich einer anderen individuellen Vereinbarung - im Übrigen keinen Anspruch auf eine Platzierung der Werbefläche an einer bestimmten Position der jeweiligen Werbefläche sowie auf Einhaltung einer bestimmten Zugriffszeit auf die jeweilige Werbefläche. Eine Umplatzierung der Werbefläche innerhalb des vereinbarten Umfeldes ist möglich, wenn durch die Umgestaltung kein wesentlicher Einfluss auf die Werbewirkung der Werbefläche ausgeübt wird. Die buchbaren Werbeformen und Platzierungen im Onlinebereich behalten keine Garantie auf eine Darstellung im unmittelbar sichtbaren Bereich (first screen). Auf Wunsch erhält

der Kunde nach Durchführung einer Onlinekampagne Auskunft über die erzielten Standardwerte. Anzeigen und andere Werbeformen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht sofort als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ kenntlich gemacht.

4. Advertorials

Advertorials sind fremdproduzierte Inhalte, die sich in Form und Aufmachung von den redaktionellen Teilen des jeweiligen Magazins unterscheiden müssen. Sie enthalten Texte und Werbung Dritter. Sie sind grundsätzlich mit einem eigenen Impressum zu versehen. Das Advertorial kann durch den Verlag mit der Wortanzeige oder einer gleichlautenden Alternative gekennzeichnet werden. Advertorials werden in der Regel vom Verlag in Absprache mit dem Kunden produziert und veröffentlicht. Dem Verlag ist ein Advertorial mindestens zehn Werktage vor Druckunterlagenschluss zur Prüfung und Billigung vorzulegen. Der Kunde besitzt das einmalige Recht, Korrekturen zu verlangen. Eine Abnahme kann nur aus technischen Gründen verweigert werden. Der Kunde ist verpflichtet, das erforderliche Bildmaterial sowie sonstige gegebenenfalls individuell vereinbarte Informationen rechtzeitig zu liefern. Der Kunde ist dafür verantwortlich, die hierfür erforderlichen Rechte zur Verfügung zu stellen. Sollte der Kunde die ihm obliegenden Mitwirkungspflichten verletzen und es hierdurch zu Verzögerungen kommen, ist der Kunde hierfür verantwortlich. Sollte ein Advertorial nicht veröffentlicht werden, weil der Kunde die ihm obliegenden Mitwirkungspflicht nicht rechtzeitig erfüllt hat, ist der Verlag berechtigt, gleichwohl die volle vereinbarte Bruttovergütung zu verlangen.

5. Druckunterlagen

Der Kunde ist für die rechtzeitige Lieferung einwandfreier Druckunterlagen oder Druckvorlagen anderer Werbemittel bis zum Druckunterlagenschluss verantwortlich. Im Falle digitaler Druckunterlagen ist der Kunde verpflichtet, vertragsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor dem jeweiligen Schaltungsbeginn anzuliefern. Kosten des Verlages für von dem jeweiligen Kunden gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Kunde zu tragen.

Die Verpflichtung zur Speicherung von Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Veröffentlichung der Anzeige.

Eine Haftung für Farbtöne und farbliche richtige Wiedergabe wird nur dann vom Verlag übernommen, wenn der Kunde zur Farbabstimmung rechtzeitig einen farb- und größenverbindlichen Proof übermittelt hat.

6. Mängel

Der Kunde hat, sofern die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung entspricht, Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige. Macht der Kunde von seinem Recht auf Minderung Gebrauch, richtet sich deren Höhe nach dem Grad der Mangelhaftigkeit der

Anzeige. Alternativ kann der Kunde die Veröffentlichung einer Ersatzanzeige in dem Ausmaß verlangen, in dem der Zweck der Anzeige durch den Mangel beeinträchtigt wurde. Geringe Tonwert-/Farbabweichungen sind im Toleranzbereich des Offsetdruck-verfahrens begründet und stellen keinen Mangel dar.

Der Kunde hat offensichtliche Mängel einer Anzeige innerhalb von einer Woche, berechnet ab dem Tag der Veröffentlichung, schriftlich gegenüber dem Verlag zu rügen. Nicht offensichtliche Mängel sind innerhalb von sechs Monaten, gerechnet ab dem Tag der Veröffentlichung der Anzeige, schriftlich zu rügen. Der Verlag besitzt das Recht, die Veröffentlichung einer Ersatzanzeige zu verweigern, wenn ihm dies nach Treu und Glauben und unter Berücksichtigung des Inhaltes des Anzeigenauftrages nicht zumutbar ist, insbesondere, wenn Kosten in unverhältnismäßiger Höhe entstehen. Macht der Verlag von diesem Recht Gebrauch, ist der Kunde berechtigt, vom Vertrag zurückzutreten, sofern nicht nur unwesentliche Mängel bestehen. Aus einer Aufgabeminderung kann ein Anspruch auf Preisminderung nur dann geltend gemacht werden, sofern die Aufgabeminderung bei einer zugesicherten Auflage mindestens 20 % beträgt.

7. Haftung des Verlages

Der Verlag haftet nur für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit. Gegenüber Kaufleuten ist die Haftung für grobe Fahrlässigkeit auf den zu erwartenden Schaden bis zur Höhe des für die Anzeige vereinbarten Entgeltes beschränkt.

Für einfache Fahrlässigkeit haftet der Verlag, sofern nicht ein Fall der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit vorliegt, nur, sofern nicht Kardinalpflichten des Anzeigenauftrages verletzt werden. Die Haftung des Verlages ist in jedem Fall auf den Ersatz des vorhersehbaren Schadens beschränkt, begrenzt durch das für die Anzeige zu zahlende Entgelt.

8. Belegexemplar

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

9. Preise, Rechnungen

Es gelten die im Zeitpunkt der Auftragserteilung vereinbarten Fest- oder Sonderpreise und im Übrigen die veröffentlichte Preisliste. Eine Änderung der Tarife bleibt vorbehalten. Dies gilt nicht gegenüber Verbrauchern. Für vom Verlag bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige/des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Kunden ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste oder den getroffenen individuellen Absprachen. Sollte der Kunde das einem Rabatt zugrunde liegende Anzeigenvolumen nicht vollständig innerhalb des verein-

barten Zeitraums umgesetzt haben, besitzt der Verlag das Recht zur Rabattnachbelastung. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbepartnern an die Preislisten des Verlages zu halten. Rabattgutschriften und Rabattnachbelastungen erfolgen grundsätzlich erst zum Ende des Insertionsjahres.

Rechnungen des Verlages sind innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im Einzelfall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart wurde.

Bei Zahlungsverzug werden Zinsen nach Maßgabe der gesetzlichen Bestimmungen berechnet.

Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Kunden ist der Verlag berechtigt, das Erscheinen einer oder weiterer Anzeigen von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlussstermin und von dem Ausgleich offenkundiger Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

10. Ablehnung von Aufträgen

Der Verlag behält sich vor, Anzeigen - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - und Beilagenaufträge abzulehnen, wenn

- deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
- deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren 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 Musters und dessen Billigung bindend. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteiles der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen beinhalten, können aus diesen Gründen vom Verlag abgelehnt werden. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

11. Stornierung von Aufträgen

Grundsätzlich ist eine Stornierung von Aufträgen möglich. Die Stornierung muss schriftlich oder per Email beim Verlag eingehen. Bei einer Stornierung bis spätestens 5 Werktagen (bei Homepage- und Festplatzierungen 10 Tage) vor Anzeigenschluss entstehen dem Werbekunden keine Kosten. Abweichend hiervon ist eine Stornierung von Sonderwerbformen (u.a. gebuchte Titelseiten, Events, Verkostungen) und Advertorials nur bis zu zwei Wochen nach Auftragserteilung möglich. Erfolgt eine Stornierung nach den in Satz 1 geregelten Fristen beträgt die pauschale Aufwandsentschädigung 100% des stornierten Bruttoauftragsvolumens.

12. Rechte

Der Kunde räumt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der zur Verfügung gestellten Druckvorlagen erforderlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte ein. Darin eingeschlossen ist insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Veröffentlichung, Verbreitung, öffentlichen Zugänglichmachung sowie die Rechte zur Bearbeitung und Umgestaltung in dem für die Durchführung des Auftrages erforderlichen Umfang.

Der Kunde garantiert dem Verlag, dass er alle zur Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Verlag ist nicht zur Prüfung etwaiger Beeinträchtigungen von Rechten Dritter verpflichtet. Der Kunde ist allein für den Inhalt und die Gestaltung der Anzeige verantwortlich. Der Kunde stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter frei, die diese im Zusammenhang mit der Veröffentlichung der Anzeige gegen den Verlag geltend machen.

13. Höhere Gewalt

Im Falle von höherer Gewalt hat der Verlag das Recht, die Veröffentlichung einer Anzeige so lange hinauszuzögern, bis das Ereignis endet. Unter den Begriff höhere Gewalt sind alle Umstände zu verstehen, die der Verlag nicht zu vertreten hat und die die Veröffentlichung unmöglich oder unzumutbar machen, insbesondere Streik, rechtmäßige Aussperrung, Krieg, Terrorakte, Unruhen, Naturkatastrophen, Pandemien, allgemeine Rohstoff- oder Energieverknappung.

14. Datenschutz:

Der Verlag erhebt, verarbeitet und speichert personenbezogene Daten des Kunden gemäß den geltenden Datenschutzbestimmungen. Weitere Informationen zur Verarbeitung personenbezogener Daten finden Sie in unserer Datenschutzerklärung.

15. Schlussbestimmungen

Dieses Vertragsverhältnis sowie diese AGB unterliegen dem Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist als ausschließlicher Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart. Bei Nicht-Kaufleuten bestimmt sich der Gerichtsstand nach deren Wohnsitz. An Streitbelegungsverfahren vor Verbraucherschlichtungsstellen wird nicht teilgenommen.

Änderungen Ergänzungen dieser AGB sowie Nebenabreden bedürfen der Schriftform. Das gilt auch für die Aufhebung der Schriftform.

Sollte eine der vorstehenden Bestimmungen unwirksam sein oder werden, bleibt die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen unberührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmung werden die Parteien eine wirksame Bestimmung treffen, die den AGB im Ganzen sowie den vertraglichen Absprachen in tatsächlicher, rechtlicher und wirtschaftlicher Hinsicht möglichst nahekommt. Ebenso ist zu verfahren, wenn die AGB eine Lücke aufweisen sollten.

SEE YOU @



WWW.GETRAENKE-ZEITUNG.DE

Getränke Zeitung

 **MEININGER**
VERLAG