

MEININGER
VERLAG

sommelier meiningers

Das Magazin für Fine Wining

MEDIADATEN 2024 / PRINT & DIGITAL
PREISE → AB 01.10.2023



1

Zeitschriftenprofil



HOHER NUTZWERT. ELEGANTE FORM. MAXIMALE KOMPETENZ.

MEININGERS SOMMELIER ist das Magazin für „Fine Wining“ in der Spitzengastronomie. Wir informieren fundiert, aktuell und unterhaltsam über Wein sowie alle Getränke und Genussmittel, die in den Kompetenzbereich des Sommeliers fallen.

In jeder Ausgabe lesen Sie:

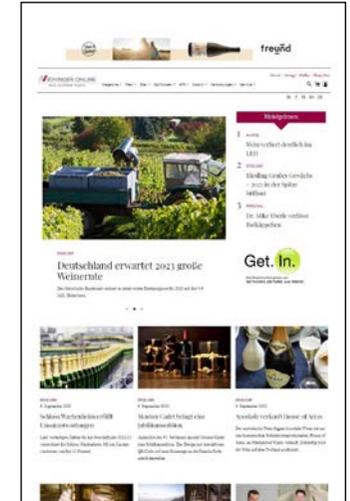
- Panorama:** Reportagen aus Regionen und Anbaugebieten, national und international
- Profile:** Interviews mit den führenden Köpfen der Szene, Porträts neuer Konzepte
- Probe:** eine Vielfalt spannender, kompakter Tasting-Formate
- Praxis:** der große Bogen von Wasser über Gläser, Spirituosen und Bier
- Perlage:** redaktionelle Kompetenz im Top-Segment der Flaschengär-Schaumweine

Plus: 8 Seiten Sommelier-Union Intern

MEININGERS SOMMELIER berichtet als offizielles Verbandsorgan der Sommelier-Union Deutschland e.V. über aktuelle Themen aus dem Mitglieder-Kreis. Das Magazin stellt als Schnittstelle die direkte Verbindung von Sommelier-Union zur gehobenen Gastronomie und Sommelierie her.

sommelier meiningers

Weitere MEININGER Publikationen



2

Verlagsangaben

meiningers
sommelier

Verlag: **MEININGER VERLAG GmbH**
Maximilianstraße 7-15
D-67433 Neustadt

Kontakt: **Chefredaktion**
Sascha Speicher
+49 (0) 6321-8908-58
speicher@meininger.de

Redaktion
Christoph Nicklas
+49 (0) 6321-8908-153
nicklas@meininger.de

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

Verkaufsleiter (Lead)
Jörg Sievers
+49 (0) 6321-8908-67
sievers@meininger.de

Verkaufsleiter
Florian Stever
+49 (0) 6321-8908-60
stever@meininger.de

Verwaltung
Sieglinde Faßbender
+49 (0) 6321-8908-78
fassbender@meininger.de

Produktion (verantwortlich)
Patrick Rubick
+49 (0) 6321-8908-55
rubick@meininger.de

Internet: www.meininger.de
www.sommelier-magazin.de

Erscheinungsweise: 4x jährlich

Bezugspreis: Jahresabonnement EUR 52,00 (Inland)
inkl. Porto und gesetzliche MwSt.

Einzelpreis: EUR 13,80

Zahlungsbedingungen: Sofort ohne Abzug. Bei Vorauszahlung
bzw. Abbuchung 2 % Skonto

Bankverbindung: Sparkasse Rhein-Haardt
IBAN: DE 22 5465 1240 0001 9261 46
BIC: MALA DE 51DKH

Geschäftsbedingungen: Ergänzend gelten die nachfolgend abgebildeten
Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

3

Themen- und Terminplan 2024

Nr.	TERMINE	PANORAMA	PRAXIS	PROBE	PERLAGE	MESSEN
I / 2024	Erscheinungstermin: 01. März 2024	Franken	Sommelier Summit	Bairrada und Dao	England Sparkling	Wine Paris & Vinexpo Paris 12.02. – 14.02.2024 Paris BIOFACH 13.02. – 16.02.2024 Nürnberg MUNDUS VINI Frühjahr 20.02. – 25.02.2024 Neustadt FINEST SPIRITS 23.02. – 25.02.2024 München ProWein 10.03. – 12.03.2024 Düsseldorf Vinitaly 14.04. – 17.04.2024 Verona ProWine Singapore 23.04. – 26.04.2024 Singapur
	Anzeigenschluss: 22. Januar 2024	Spanien (Galicia)	Sake	Riesling Terroirausdruck		
	Druckunterlagenschluss: 29. Januar 2024	Impressionen: Meininger's FINEST 100, Millésime Bio				
II / 2024	Erscheinungstermin: 31. Mai 2024	Rheingau	Nachwuchs-sommelier	Italien VDP „en primeur“	Piemont - Alta Langa & Co.	Sparkling Twenties 07.05.2024 Neustadt VieVinum 25.05. – 27.05.2024 Wien 100 % Champagne 09.06. – 10.06.2023 München MUNDUS VINI Sommer 29.08. – 01.09.2024 Neustadt FORUM VINI 13.11. – 15.11.2024 München MEININGER'S FINEST 100 19.11.2024 Neustadt FINEST SPIRITS Februar 2025 München
	Anzeigenschluss: 22. April 2024	Italien			Sparkling Twenties	
	Druckunterlagenschluss: 29. April 2024	Highlights: ProWein, Vinitaly, Sparkling Twenties				
III / 2024	Erscheinungstermin: 30. August 2024	Mosel (Goldtröpfchen)	Wasser	Mosel Österreich	Flaschengärsekt	Sparkling Twenties 07.05.2024 Neustadt VieVinum 25.05. – 27.05.2024 Wien 100 % Champagne 09.06. – 10.06.2023 München MUNDUS VINI Sommer 29.08. – 01.09.2024 Neustadt FORUM VINI 13.11. – 15.11.2024 München MEININGER'S FINEST 100 19.11.2024 Neustadt FINEST SPIRITS Februar 2025 München
	Anzeigenschluss: 22. Juli 2024	Österreich				
	Druckunterlagenschluss: 29. Juli 2024	VieVinum-Entdeckungen, Best of 100 % Champagne				
IV / 2024	Erscheinungstermin: 08. November 2024	Rheinhessen (Morstein)	Glas	VDP.Großes Gewächs	Champagne	Sparkling Twenties 07.05.2024 Neustadt VieVinum 25.05. – 27.05.2024 Wien 100 % Champagne 09.06. – 10.06.2023 München MUNDUS VINI Sommer 29.08. – 01.09.2024 Neustadt FORUM VINI 13.11. – 15.11.2024 München MEININGER'S FINEST 100 19.11.2024 Neustadt FINEST SPIRITS Februar 2025 München
	Anzeigenschluss: 07. Oktober 2024	Frankreich		Jura & Savoie		
	Druckunterlagenschluss: 14. Oktober 2024					

4

Anzeigenformate und -preise in €

(ohne MwSt./Preisliste Nr. 25, gültig ab 1.10.2023)

GRÖSSE	FORMATE Breite x Höhe (in mm)	PREISE 4-farbig (Eurosкала)
1/1 Seite	225,0 x 290,0	4.050 €
1/1 Seite – Advertorial	225,0 x 290,0	4.455 €
1/2 Seite hoch	102,5 x 290,0	2.500 €
1/2 Seite quer	225,0 x 144,0	2.500 €
1/3 Seite hoch	71,0 x 290,0	1.850 €
1/3 Seite quer	225,0 x 97,0	1.850 €

SONDERFORMATE* UND SONDERPLATZIERUNGEN**		
2. Umschlagseite	225,0 x 290,0	4.650 €
3. Umschlagseite	225,0 x 290,0	4.650 €
4. Umschlagseite	225,0 x 290,0	4.650 €

ONLINE-ANFRAGEN
Jörg Sievers sievers@meining.de

GELEGENHEITS-ANZEIGEN	STELLENMARKT / SONSTIGES	CHIFFREGEBÜHR
Spaltenbreite 57 mm	3,45 / mm	Inland: 7,50 € Ausland: 9,00 €



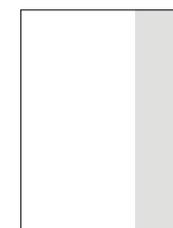
1/1 Seite (mm)
Format: B 225,0 x H 290,0



1/2 Seite hoch (mm)
Format: B 102,5 x H 290,0



1/2 Seite quer (mm)
Format: B 225,0 x H 144,0



1/3 Seite hoch (mm)
Format: B 71,0 x H 290,0



1/3 Seite quer (mm)
Format: B 225,0 x H 97,0

Alle Anzeigenformate
zzgl. 3 mm Beschnitt
an allen Seiten.

MALSTAFFEL

2 Anzeigen = 5%
4 Anzeigen = 10%

* **Sonderformate:** Anzeigenformate, die nicht in der Preisliste ausgewiesen sind, können jederzeit abgefragt werden. Die Prüfung erfolgt umgehend.

** **Platzierungsvorschriften** (Mindestgröße 1/2 Seite): 15%.

Stornofrist für Umschlagseiten 6 Wochen vor Erscheinung.

Druckunterlagenchluss für Advertorials: 4 Wochen vor Erscheinung.

5

Weitere Formate, Sonderformate und Preise in €

(ohne MwSt./Preisliste Nr. 25, gültig ab 1.10.2023)

BEILAGEN (inkl. Vertriebskosten)		BEIHEFTER		BEIKLEBER (inkl. Vertriebskosten)	
bis 25 g	3.015 €	4-seitig	4.360 €	DIN-Postkarte	159 / Tsd €
bis 50 g	3.795 €	8-seitig	5.775 €	Warenproben, CDs etc.: Preis auf Anfrage	
bis 75 g	4.125 €				

Beilagen, Beihefter und Einkleber werden nicht rabattiert.
Format: max. 220 mm Breite x 285 mm Höhe.

Advertorial

NEVA-Vulkanik Agriculture of Europe
Vulkan im Glas

Auf vulkanischen Böden gedeiht nicht nur Wein mit einer unvergleichlichen Prägung, sondern sogar Käse. Die Kampagne „Agriculture of Europe“ will die besonderen Anbaubedingungen und markanten Geschmäcker schärfen.

Volcanic Agriculture of Europe

Die fünf Länder am Südrand der Mittelmeer- und Ostadriatischen und Skandinavischen vulkanischen Halbinsel sind die wichtigsten Lieferanten von Wein im Bereich der Vulkanik. In der Geschichte der Weinbaukultur erwacht von neuem ein Interesse an vulkanischen Böden. Und damit die besten erhaltene menschliche Produktion der Erde. In Kombination der verschiedenen Weine (Gabel und ein Wein) bilden sie ein unvergleichliches Angebot. Diese können und werden in der Welt zwischen Karbonat und Thais. Der Austausch zwischen Ländern und Weinlagen ist einleuchtend. Die Charakteristika der einzelnen...

Die fünf Länder am Südrand der Mittelmeer- und Ostadriatischen und Skandinavischen vulkanischen Halbinsel sind die wichtigsten Lieferanten von Wein im Bereich der Vulkanik. In der Geschichte der Weinbaukultur erwacht von neuem ein Interesse an vulkanischen Böden. Und damit die besten erhaltene menschliche Produktion der Erde. In Kombination der verschiedenen Weine (Gabel und ein Wein) bilden sie ein unvergleichliches Angebot. Diese können und werden in der Welt zwischen Karbonat und Thais. Der Austausch zwischen Ländern und Weinlagen ist einleuchtend. Die Charakteristika der einzelnen...

Die fünf Länder am Südrand der Mittelmeer- und Ostadriatischen und Skandinavischen vulkanischen Halbinsel sind die wichtigsten Lieferanten von Wein im Bereich der Vulkanik. In der Geschichte der Weinbaukultur erwacht von neuem ein Interesse an vulkanischen Böden. Und damit die besten erhaltene menschliche Produktion der Erde. In Kombination der verschiedenen Weine (Gabel und ein Wein) bilden sie ein unvergleichliches Angebot. Diese können und werden in der Welt zwischen Karbonat und Thais. Der Austausch zwischen Ländern und Weinlagen ist einleuchtend. Die Charakteristika der einzelnen...

FULLSERVICE:
Die professionelle Produktion Ihres Advertorials wird durch die redaktionelle und gestalterische Kompetenz des Meininger Verlags gewährleistet.

Sie als Kunde liefern lediglich die Grundinformationen – also Rohtext und Bilder. Die Textaufbereitung und das Layout übernehmen Redaktion und Grafik. Abstimmung und Freigabe des Advertorials erfolgt nach Absprache.

Preise und Konditionen auf Anfrage:
siewers@meiningers.de

FARBANZEIGEN 1/1 Seite EUR 4.050

DRUCKAUFLAGE 4.000

VERBREITETE AUFLAGE 3.920

ABONNIERTE EXEMPLARE 2.194

VERKAUFTE AUFLAGE 2.808

AUFLAGEN-KONTROLLE*

HEFTFORMAT Breite 225 mm x Höhe 290 mm

SATZSPIEGEL Breite 193 mm x Höhe 248 mm
3 Spalten je 45 mm Breite
4 Spalten je 41 mm Breite

DRUCKVERFAHREN Bogen-Offset, Druck im 70er Raster

BUCHBINDERISCHE VERARBEITUNG Klebebindung

DRUCKUNTERLAGEN siehe drucktechnische Infos

ANGESCHNITTENE ANZEIGEN es werden keine Zuschläge berechnet

MITTLERVERGÜTUNG 15 % (auch Ausland)

* II. Quartal 2023

6.2

Online Werbeformate

(Preise in € ohne MwSt.
gültig ab 1.10.2023)

Formate & Preise 2024

Banner Newsletter		
Meininger Online (2 Wochen)		
Name	Größe	Preis/2 Wochen
Content Ad	600x250px	1.045 €

Platzierungswunsch gegen 250 € Aufpreis und nach Verfügbarkeit; Frequenz mind. 1x/Woche; mehr als 17.000 Empfänger; längere Laufzeiten auf Anfrage; nicht rabattierfähig

DDW/FIZZZ/MWEW (pro Schaltung)		
Name	Größe	Preis/Schaltung
Content Ad	600x250px	525 €

Meininger's International (2 Wochen)		
Name	Größe	Preis/2 Wochen
Content Ad	600x250px	1.200 €

meiningers
sommelier

Meininger Newsletter vom 05.08.2023

MEININGER ONLINE
WEIN GETRÄNKE EVENTS

Liebe Leserin, lieber Leser,

lesen Sie die Top-News der Woche in unserem Newsletter für die Wein- und Getränkebranche.

Wir wünschen viel Vergnügen beim Lesen und Informieren!

Ihr Meininger Verlag

NEWS

Weinmarkt: Premiumisierung, Konsum-Verlagerung, neue Stile

Eine umfassende wissenschaftliche Analyse zeichnet ein aktuelles Bild des Weltweinmarktes. Wer auf Dauer bestehen will, muss sich strategisch an neue Gegebenheiten anpassen.

[»»» Jetzt weiterlesen](#)

Grüne kehrt fritz-kola den Rücken

Wie der Getränkehersteller fritz-kola verkaufen lässt, wird Christoph Grüne, Country Director Germany, das Unternehmen im gegenseitigen Einvernehmen verlassen und sich neuen Herausforderungen stellen.

[»»» Jetzt weiterlesen](#)

Content Ad
600x250px

Neuer Geschäftsführer für die Remstallkellerei

Martin Kurfle übernimmt das Amt von Peter Jung bei der württembergischen Genossenschaft.

[»»» Jetzt weiterlesen](#)

Kulmbacher steigert Absatz und Umsatz

Die Unternehmensgruppe des Kulmbacher Brauerei-Konzerns hat im 1. Halbjahr 2023 die Absatzmenge um 2,8 Prozent und den Umsatz um 9,2 Prozent steigern können. Allerdings muss der Getränkehersteller beim operativen Ergebnis (EBIT) einen herben Rückgang verkraften.

[»»» Jetzt weiterlesen](#)

Neues Siegel: Bronze-, Silber- und Gold-Bio

Ein neues Bio-Siegel soll den Bio-Anteil in der Gastronomie steigern.

[»»» Jetzt weiterlesen](#)

7

Drucktechnische Infos

Druckverfahren	Bogen-Offset, Druck im 70er Raster
Papier	Umschlag 300 g/m ² holzfrei matt gestrichen Bilderdruck, 1.1-faches Volumen Inhalt 115 g/m ² holzfrei matt gestrichen Bilderdruck, 1.1-faches Volumen Ein eventuelles Durchscheinen der Rückseiten bei hellen Anzeigenmotiven ist nicht ausgeschlossen.
Farben	Farb-Skala 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.
Druckunterlagen	Anlieferung der Daten als druckfähiges (300 dpi) PDF-Format sowie verbindliches Proof nach ISO 12647-7. Die Einstellungen für die PDF-Erstellung (Profil ISO coated v2 300 %) können auf der Internetseite www.westermann-druck.de/downloads heruntergeladen werden. 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.
Datenübertragung	Druck-pdf via Email an: fassbender@meininger.de Erforderliche Proof- oder Satzarbeiten werden zum Selbstkostenpreis weiterberechnet. Bitte beachten Sie auch die Geschäftsbedingungen in der Auftragsbestätigung.

Beihefter

Beihefterformat: Min. = 10,5 x 14,8 cm (Endformat),
Max. = 22,5 x 29,0 cm (Endformat); Beihefterstärke:
mind. 115 g/qm bei Einzelblatt / ansonsten 80-300 g/qm;
Kopfbeschnitt = 5 mm (Kopf-Anlage);
Fräsrand = 3 mm je Seite (Doppelseite = 6 mm im Bund);
Fußbeschnitt = 5 - 20 mm (bei kleiner als Heftformat =
endbeschnitten); Frontbeschnitt = 5 mm
(bei kleiner als Heftformat = endbeschnitten);
Achtung: Im Bund überlaufende Motive + Texte
werden durch die Klebebindung teilweise verdeckt!
Sonderformate nur nach Absprache!

Beilagen

Min.-Format: 105 x 148 mm (endbeschnitten),
Max.-Format: 220 x 285 mm (endbeschnitten);
Beilagenstärke: min. 115 g/m² bei Einzelblatt, max.
Stärke der Beilagen: 3 mm;
Beilagen müssen im Bund geschlossen sein.
Sonderformate nur nach Absprache!

Versandanschrift Beilagen:
Westermann Druck GmbH
Tor 1 / Warenannahme
Stefan Klotz
Georg-Westermann-Allee 66
38104 Braunschweig

Beikleber

Papiergewicht:	150 - 200 g/m ²
Minimalformat	100 x 100 mm
maschinell geklebt:	nur im Querformat möglich
Maximalformat	110 x 200 mm
maschinell geklebt:	nur im Querformat möglich

Stand: mindestens 30 mm vom oberen und
unteren Heftrand und 10 mm vom Bund entfernt
(max. Abstand vom Bund 50 mm).
Standtoleranzen beim Klebevorgang bis zu 5 mm

8

Allgemeine Geschäftsbedingungen

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).

Etwaige 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 („Konzernabschlüsse“). 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 beinhalten keine Garantie auf eine Darstellung im unmittelbaren 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 veröffent-

licht. Dem Verlag ist ein Advertorial mindestens zehn Werktage vor Druckunterlagenschluss zur Prüfung und Billigung vorzulegen. Der Kunde besitzt das einmalige Recht, Korrekturen zu verlangen. Jede weitere Korrekturschleife ist zusätzlich zu vergüten. 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 Mitwirkungspflichten 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 Farbtreue 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 Auflagenminderung kann ein Anspruch auf Preisermäßigung nur dann geltend gemacht werden, sofern die Auflagenminderung 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 vereinbarten Zeitraums umgesetzt haben, besitzt der Verlag das Recht zur Rabattnachbelastung. Werbeagenturen und sonstige Werbemittel sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbebetreibenden 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 Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offenstehender 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 Werktage (bei Homepage- und Festplatzierungen 10 Tage) vor Anzeigenschluss entstehen dem Werbekunden keine Kosten. Abweichend hiervon

meiningers
sommelier

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.