

ddw

der deutsche weinbau



MEDIADATEN 2020





auch digital erhältlich

einflussreich und branchennah: Ihr Weg zum Kunden

DER DEUTSCHE WEINBAU ist die Fachzeitschrift für selbstvermarktende Weingüter, Trauben und Fasswein erzeugende Betriebe, Kellermeister und Betriebsleiter in Wein- und Sektkellereien sowie für Genossenschaften.

DER DEUTSCHE WEINBAU ist die Fachzeitschrift in allen Fragen der Weinbaupolitik, des Weinbaus, der Kellertechnik und des Weinmarketings.

DER DEUTSCHE WEINBAU ist das Basismedium für die Kommunikation mit professionellen Entscheidern.

DER DEUTSCHE WEINBAU ist für den Absatzerfolg von Herstellern und Dienstleistern von zentraler Bedeutung.

Weitere MEININGER
Publikationen



Verlag:	MEININGER VERLAG GmbH Maximilianstr. 7-17 67433 Neustadt	Telefax:	+49 (0) 63 21 / 89 08-80
Kontakt:	Redaktion: Holger Klein +49 (0) 63 21 / 89 08-62 (Chefredakteur) Franz Haas +49 (0) 63 21 / 89 08-39 Jacqueline Brugger +49 (0) 63 21 / 08 08-54	Internet:	www.meininger.de
	Geschäftsleitung Media: Ralf Clemens +49 (0) 63 21 / 89 08-81 clemens@meininger.de	Erscheinungsweise:	14-täglich freitags
	Assistentin der Geschäftsleitung Media: Silke Geiger +49 (0) 63 21 / 89 08-49 geiger@meininger.de	Bezugspreis:	Jahresabonnement € 96,00 (Inland) (inkl. Porto und MwSt.)
	Mediaberatung: Charlotte Diemer +49 (0) 63 21 / 89 08-40 diemer@meininger.de	Einzelpreis:	€ 4,50
	Verwaltung: Nadine Burkhart +49 (0) 63 21 / 89 08-72 burkhart@meininger.de	Zahlungs- bedingungen:	Sofort ohne Abzug. Bei Vorauszahlung bzw. Abbuchung 2 % Skonto
	Geschäftsleitung Produktion und Einkauf: Horst Emmert +49 (0) 63 21 / 89 08-16	Bankverbindung:	Sparkasse Rhein-Haardt IBAN: DE 22 5465 1240 0001 9261 46 BIC: MALA DE 51DKH
		Geschäfts- bedingungen:	Für die Abwicklung von Aufträgen gelten die Geschäftsbedingungen des Verlages im Verlagswesen (siehe jeweilige Auftrags- bestätigung)

Größe in Seitenteilen	Formate im Satzspiegel		Angeschnittene Anzeigen zuzüglich Beschnitt an allen Seiten je 3 mm		Preise für Anzeigen	
	Breite (mm)	Höhe (mm)	Breite (mm)	Höhe (mm)	s/w	farbig*
Titelseite	205	195	–	–	–	€ 3.290
1/1 Seite	199	235	225	285	€ 3.030	€ 4.600
1/2 Seite hoch	97	235	112	285	€ 1.540	€ 3.170
1/2 Seite quer	199	120	225	140	€ 1.540	€ 3.170
1/3 Seite hoch	63	235	78	285	€ 1.030	€ 2.260
1/3 Seite quer	199	72	225	92	€ 1.030	€ 2.260
1/4 Seite hoch	46	235	60	285	€ 820	€ 1.670
1/4 Seite quer	199	48	225	68	€ 820	€ 1.670
1/4 Seite Eckfeld	97	115	–	–	€ 820	€ 1.670
1/8 Seite Eckfeld	97	55	–	–	€ 480	€ 1.280
1/8 Seite quer	199	25	225	45	€ 480	€ 1.280

Angeschnittene Anzeigen: Bei Anzeigen mit Anschnitt müssen werbewichtige Text- und Bildelemente ausreichend Abstand zum Beschnitt haben (mind. 10 mm).

*Preise jeweils für Schmuckfarben nach der Euro-Skala

Sonderformate/Sonderplatzierungen (Sonderkonditionen, keine weiteren Rabattierungen möglich)	Preise netto/netto
Titelseite; Format: 205 mm B x 195 mm H (<i>Stornofrist für Titelseiten 6 Wochen vor Erscheinen</i>)	€ 3.290
2. / 3. + 4. Umschlagseite 1/1 Seite	€ 3.190
Advertorial ab 1/1 Seite aufwärts	ab € 3.130
1/3 Seite hoch gegenüber Inhalt, Format: 78 mm x 285 mm	€ 2.510

Vollbeilagen <i>inkl. der Vertriebskosten</i>	
bis 25 g	€ 2.300
bis 50 g	€ 3.000
bis 75 g	€ 3.520
bis 100 g	€ 3.930
über 100 g	auf Anfrage

Tip-on-cards <i>inkl. der Vertriebskosten</i> <i>Aufgeklebte Postkarten auf Einheftern oder ganzseitigen Anzeigen</i>	
Klebekosten (maschinell)	€ 137 pro Tausend
Klebekosten (von Hand)	€ 218 pro Tausend



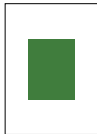

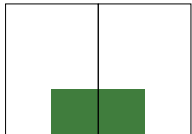

Beihefter	
4-seitig	€ 3.690
8-seitig	€ 6.760

*Beilagenstärke Papier: mind. 90 g. Format: max. 215 mm Breite x 275 mm Höhe.
Kein Zick-Zack-Falz. Beilagen, Beihefter und Einkleber sind nicht rabattierfähig.*

Bezugsquellen-Nachweis (Anzeigengröße 60 x 60 mm)	
je Eintrag im Monat (Abschluss für mind. 6 Ausgaben erforderlich)	€ 100,00 s/w € 125,00 4c
Jahresauftrag (= 12 Ausgaben)	10 % Rabatt
Aufnahme in 3 Rubriken	10 % Rabatt

Gelegenheitsanzeigen je mm	€ 3,60
Stellenanzeige je mm	€ 2,80
sonst. Rubrikanzeigen je mm	€ 3,10
Chiffregebühr Inland	€ 7,00
Chiffregebühr Ausland	€ 8,50

Spaltenbreite	Malstaffel	Mengenstaffel
1-spaltig: 46 mm	3 Anzeigen = 5 %	1 Seite = 3 %
2-spaltig: 97 mm	6 Anzeigen = 10 %	3 Seiten = 5 %
3-spaltig: 148 mm	12 Anzeigen = 15 %	6 Seiten = 10 %
4-spaltig: 199 mm	24 Anzeigen = 20 %	9 Seiten = 15 %
		12 Seiten = 20 %
Mal- und Mengenstaffel sind nicht kombinierbar. Mittlerprovision 15 %		
<i>Spaltenbreite 46 mm; Rubrikanzeigen sind nicht rabattierfähig min. Höhe 20 mm, max. Höhe 228 mm. mm-Anzeigen werden im Umfeld „Marktplatz“ platziert.</i>		

Sonderwerbformen Innenteil	Breite x Höhe in mm zzgl. 3 mm Beschnitt zum Seitenrand	Beschreibung	Preise
L-Anzeige 	74 bzw. 225 breit und 285 bzw. 74 hoch	Ihre Anzeige im L-Format – linker Blattrand und Streifen am Fuß der Seite	5.080 €
Streifenanzeige, mittig 	199 x 72	Ihre Anzeige (1/3) in der Mitte der Seite, oben und unten umgeschlossen von Redaktion	2.530 €
Inselanzeige 	97 x 130	Ihre Anzeige in der Mitte der Seite – an allen vier Seiten umgeschlossen von Redaktion	3.250 €
Inselanzeige 	63 x 140	Ihre Anzeige in der Mitte der Seite – an allen vier Seiten umgeschlossen von Redaktion	2.230 €
unten mittig 	285 x 112	Ihre Anzeige wird auf einer Doppelseite unten (im Anschnitt) platziert und geht in gleichen Teilen über Bund	3.260 €
1/2 Seite diagonal 	diagonal von 225 x 285 1/2	Ihre Anzeige verläuft auf einer rechten Seite diagonal im Anschnitt rechts	3.560 €

Ausgabe	Erscheinungs-termin	Anzeigen-schluss	Druckunterlagen-schluss	Schwerpunktt Themen	Ständige Rubriken
01/2020	07.01.2020	13.12.2019	18.12.2019	Agrartage Nieder-Olm Weinbautage Neustadt/Weinstraße	<ul style="list-style-type: none"> – Der Oenologe – Aktuelle Meldungen – Firmeninfos – Porträts, Interviews – Fassweinsteinpreise – Deutscher Weinbauverband – Magazin – Politik – Fachbeiträge über Weinbau, Kellertechnik und Vermarktung
02/2020	17.01.2020	06.01.2020	10.01.2020	Lohnabfüllung Beratungsdienstleistungen für den Winzer	
03/2020	31.01.2020	17.01.2020	22.01.2020	Marketing Architektur	
04/2020	14.02.2020	31.01.2020	05.02.2020	Verschlüsse Nachbericht Nieder-Olm Teil 1	
05/2020	28.02.2020	14.02.2020	19.02.2020	Anwenderschutz & Arbeitssicherheit Nachbericht Nieder-Olm Teil 2	
06/2020	13.03.2020	28.02.2020	04.03.2020	Schwerpunkt Pflanzenschutz	
07/2020	27.03.2020	13.03.2020	18.03.2020	Frost- und Hagelschutz Aktivierung des Bodenlebens	
08/2020	11.04.2020	27.03.2020	01.04.2020	Technik im Weinberg Spezial	
09/2020	24.04.2020	09.04.2020	15.04.2020	Traubensortierung Pflanzgut	
10/2020	08.05.2020	24.04.2020	29.04.2020	Traubenpressen Karrierestart in der Weinbranche – das Angebot der Hochschulen	
11/2020	22.05.2020	08.05.2020	13.05.2020	Bauen & Technik Laubwandpflege	
12/2020	05.06.2020	22.05.2020	27.05.2020	Erntetechnik Entalkoholisierung	
13/2020	19.06.2020	05.06.2020	10.06.2020	Gärung Spezial Behälter	Messen/Veranstaltungen
14/2020	03.07.2020	19.06.2020	24.06.2020	Oenologie Weinlabore	Rheinheissische Agrartage, Nieder-Olm 20. – 24. Januar 2020
15/2020	17.07.2020	03.07.2020	08.07.2020	Perl- und Schaumweintechnologie Fuhrpark	BIOFACH, Nürnberg, 12. – 15. Februar 2020
16–17/2020	14.08.2020	31.07.2020	05.08.2020	Herbst-Spezial	MUNDUS VINI Frühjahr, Neustadt 17. – 23. Februar 2020
18/2020	28.08.2020	14.08.2020	19.08.2020	Verpackungen Logistik	ProWein, Düsseldorf 15. – 17. März 2020
19/2020	11.09.2020	28.08.2020	02.09.2020	Flaschen, Verschlüsse und Ausstattung	MUNDUS VINI Sommer, Neustadt 26. August – 30. August 2020
20/2020	25.09.2020	11.09.2020	16.09.2020	Digitalisierung Spezial Fortbildungsangebote für Winzer	FORUM VINI, München 13. – 15. November 2020
21/2020	09.10.2020	25.09.2020	30.09.2020	Dienstleistung Traktorentechnik	Brau Beviale, Nürnberg 10. – 12. November 2020
22/2020	23.10.2020	09.10.2020	14.10.2020	BrauBeviale Versicherungen	
23/2020	06.11.2020	23.10.2020	28.10.2020	Abfüllung Filtration	
24/2020	20.11.2020	06.11.2020	11.11.2020	Rebschnitt Software	
25–26/2020	11.12.2020	20.11.2020	25.11.2020	Jahresrückblick 2020	

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 aufgrund technischer Erfordernisse vor, Schmuckfarben auch aus der Vierfarbskala aufzubauen. Geringe Tonwertabweichungen sind im Toleranzbereich des Offsetdruckverfahrens begründet.
Sonderfarben (HKS)	auf Anfrage Farbzuschläge sind rabattierfähig
Druckverfahren	Bogen-Offset, Druck im 70er Raster
Papier	Umschlag: 150 g/m ² h*frei glänzend Bilderdruck Innenteil: 100 g/m ² LuxoSatin
Anzeigen- gestaltung	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 (Profil ISO coated v2 300 %) können auf der Internetseite www.pva.de heruntergeladen werden. Falls PDF-Erzeugung nicht möglich: Bilddaten mit 300 dpi als tiff und/oder unkomprimierte EPS-Dateien inkl. aller verwendeten Schriften. 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.
------------------------	---

Datenanlieferung	Druck-PDF (300 dpi) per E-Mail an: burkhart@meininger.de Erforderliche Proof- oder Satzarbeiten werden zum Selbstkostenpreis weiterberechnet. Bitte beachten Sie auch die Geschäftsbedingungen in der Auftragsbestätigung.
-------------------------	---

Versandanschrift Druckunterlagen	MEININGER VERLAG GmbH Nadine Burkhart Maximilianstraße 7-17 D-67433 Neustadt/Weinstraße
---	--

Versandanschrift Beilagen	pva, Druck und Medien-Dienstleistungen GmbH Stefan Klotz Industriestr. 15 D-76829 Landau/Pfalz
--------------------------------------	---

Advertorial

-ADVERTORIAL-

ERO-Grapelinier 7000 ERO

Der neue ERO-Traubenvollernter sortiert in Lagen bis 30 Prozent Steigung

Die Qualität des Lesegutes gehört zu den wichtigsten Kriterien bei der Auswahl eines Traubenvollernters. Dennoch die Ernte in den Böden und vor allem in den steilen Weinlagen werden erwartet die Kunden heute nicht nur ein schon für die Kellerei sondern direkt auch für die Ansprüche an die Qualität des Lesegutes. Der Trend beginnt schon in den Böden, die ERO mit der optischen Lesegüterabgabe ein Lesegut auf ein Minimum reduzierter Entladung der Böden hat ERO zu einem flexiblen Entropfer auf dem Traubenvollernter spezialisiert. Schon der ERO konnte ein Steigung entgippen und somit nicht nur einen Antriebsgang empfangen sondern auch die Qualität des Lesegutes weiter steigern. Die meisten Hersteller haben längst nachgezogen. Bei ERO werden inzwischen fast 30 Prozent der Traubenvollernter mit einer Abbaumaschine ausgestattet.

Somit das Lesegut weiter zu verbessern, wenn der Entropfer heute in der Regel mit Sortierfunktionen kombiniert.

Neuheit der meisten Systeme ist, dass sie nur in flachen Lagen laden arbeiten wollen, gehen sie in Steil- und Hänglagen nicht arbeiten können.

Mit dem Sortiermodul VITSelect bietet ERO dem Lesepfleger 7000 erstmals ein System, das sich in Steigungen bis 30 Prozent zweifelsfrei funktioniert.

Realisiert wird dies über eine automatische Umschaltvorrichtung der Drehrichtungen des Entropfers. Die Umschaltung erfolgt:



Der ERO Grapelinier 7000 VITSelect kann die Lagen in Steigungen bis 30 Prozent sortieren.

so bald sich der Traubenvollernter mehr als zwei Sekunden in einer Steigung von über 15 Prozent befindet. So wird gewährleistet, dass die Trauben immer mittig auf dem Sortiertrichter abgelegt werden und sich von dort aus gleichmäßig verteilen.

Die automatische Neigungsanpassung sorgt dafür, dass die Abbaemaschine auch im Seitenbereich immer in der optimalen Arbeitsposition bleibt und ein gleichzeitiges gutes Arbeitsergebnis erzielt wird.

Der Fahrer hat dabei eine gute Sicht auf die Abbaemaschine und Sortiertrichter und kann sowohl den Rollzustand wie auch die Geschwindigkeit des Betriebes sehr präzise aus hydraulisch steuern.

Mit dem Sortiermodul VITSelect folgt ERO seinen Ansprüchen nicht nur hochwertige Technik, sondern auch hervorragende Leseerträge zu liefern.

➤ Mehr Infos erhalten Sie bei **ERO WEIN**
Am ERO-Wein 15469 Seemarn
Tel: 0391-6460-01 / info@erowein.de



Das System VITSelect kombiniert Abbaemaschine und Rollsortiertrichter.



Automatische Kurvenumkehrung für eine gleichmäßige Beerenabgabe auch in Steigungen.



Hydraulische Weiten- und Geschwindigkeitsverstellung vom Fahrer aus.

25

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: diemer@meininger.de

The screenshot shows a desktop view of the ddw website. At the top, there are two banner ad slots labeled 'FULL BANNER 468 x 60 px'. Below the navigation bar, there is a main content area with several articles and images. On the right side, there is a sidebar with various widgets including 'Zur Weinbau Service', 'ddw der weinbau service', 'Neuheiten-Ankündigung', 'Aktuelle Termine', and 'MEDIUM RECTANGLE 300 x 250 px'. The main content area includes a large photo of a group of men, a section titled 'SCHUTZGEMEINSCHAFT MOSEL AERKANNI', and several smaller text blocks with images of people and products. The layout is clean and professional, demonstrating the design capabilities of the Fullservice offering.

Preise für 2 Wochen:

- Full banner:** 770 Euro
- Content Ad:** 715 Euro
- Medium Rectangle:** 920 Euro

Newsletter:
250 Euro pro Schaltung

1 Kurzcharakteristik

DER DEUTSCHE WEINBAU, offizielles Organ des Deutschen Weinbauverbandes und seiner Mitgliedsverbände, ist die Informationsquelle für alle weinbaupolitischen Themen und Ratgeber für Marketing, Anbau- und Kellertechnik. Als Mitteilungsblatt fungiert DER DEUTSCHE WEINBAU federführend in allen Bereichen der Forschung und Entwicklung.

Darüber hinaus erscheint in jeder zweiten Ausgabe von DER DEUTSCHE WEINBAU das Mitteilungsblatt des Bundes Deutscher Oenologen e.V. sowie der Absolventen des Fachbereichs Weinbau und Getränketechnologie Geisenheim „Der Oenologe“. Damit ist DER DEUTSCHE WEINBAU die unangefochtene Informationsplattform Nummer 1 – sowohl für Praktiker als auch für sämtliche Führungskräfte des Weinbaus, der Oenologie und Getränketechnologie.

2 Organ Offizielles Organ des Deutschen Weinbauverbandes und seiner Mitgliedsverbände

3 Herausgeber Deutscher Weinbauverband e.V., Bonn

4 Redaktion Holger Klein (Chefredakteur/Redaktionsleitung)
Christian Schwörer (Chefredakteur)
Franz Haas (Redaktion)
Jacqueline Brugger

5 Anzeigen Ralf Clemens (Geschäftsleitung Media)
Silke Geiger (Assistentin Geschäftsleitung Media)
Charlotte Diemer (Mediaberaterin)

6 Jahrgang 75. Jahrgang 2020
Erscheinungsweise 14-täglich freitags

7 Verlag MEININGER VERLAG GmbH
Maximilianstr. 7 - 17

8 Postanschrift D-67433 Neustadt an der Weinstraße

9 Telefon +49 (0) 63 21 / 89 08-40

10 Telefax +49 (0) 63 21 / 89 08-80

11 Internet www.meininger.de
www.der-deutsche-weinbau.de
E-Mail diemer@meininger.de

12 Erscheinungs-/ Themenplan siehe Themen- und Terminplan 2020

13 Bezugspreis Jahresabonnement
(inkl. Porto und MwSt.) (Inland) 96,00 €
Einzelverkaufspreis 4,50 €

14 Umfangs-Analyse 2018 = 24 Ausgaben
Format der Zeitschrift: 225 mm B x 285 mm H
Gesamtumfang: 1.172 Seiten = 100,00 %
Redaktioneller Teil: 943 Seiten = 80,46 %
Anzeigenteil: 229 Seiten = 19,54 %
davon Stellen-/
Gelegenheitsanzeigen: 21 Seiten
Beihefter: 0 Seiten
Beilagen: 13 Stück
davon Teilbeilagen 0 Stück

15 Inhalts-Analyse des redaktionellen Teils 2018 (943 Seiten)

Inhalt/Leitartikel	48 Seiten	= 5,1 %
Editorial	24 Seiten	= 2,5 %
Fassweinmarkt	24 Seiten	= 2,5 %
Magazin	123 Seiten	= 13,1 %
Weinanbau	114,5 Seiten	= 12,1 %
Kellerwirtschaft	65,5 Seiten	= 7,0 %
Marketing/Architektur	59 Seiten	= 6,3 %
Der Oenologe	96 Seiten	= 10,2 %
Regionalinfos/Messen	20 Seiten	= 2,1 %
Betriebswirtschaft	50,5 Seiten	= 5,4 %
Technik	39 Seiten	= 4,1 %
ATW	17 Seiten	= 1,8 %
Interview	8 Seiten	= 0,9 %
Aus der Industrie	26 Seiten	= 2,8 %
Umfragen	24 Seiten	= 2,5 %
Politik, Recht, Finanzen	21 Seiten	= 2,2 %
Termine	12 Seiten	= 1,3 %
Extra/Kompakt	9 Seiten	= 1,0 %
Praxisnah	24 Seiten	= 2,5 %
Impressum	8 Seiten	= 0,8 %
Intervitius Spezial	76,5 Seiten	= 8,1 %
Agrartage Spezial	15 Seiten	= 1,6 %
Wetter	18 Seiten	= 1,9 %
Verkostungen	21 Seiten	= 2,2 %

943 Seiten = 100,0 %

16 Auflagenkontrolle:

17 Auflagen-Analyse: Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt (1. Juli 2018 bis 30. Juni 2019)

Druckauflage:	8.000
Tatsächlich verbreitete Auflage:	7.944 (TvA)
	4.161 Abonnierte Exemplare – davon 1.049 Mitgliederstücke
	479 sonstiger Verkauf
Verkaufte Auflage:	4.640
Freistücke:	3.304
	56 Rest-, Archiv- und Belegexemplare

18 Geographische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	Prozent	Exemplare
Bundesrepublik Deutschland	95,3	7.571
Ausland	4,7	373
tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	7.944
Nielsen-Gebiet 1 Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen, Niedersachsen	8,1	613
Nielsen-Gebiet 2 Nordrhein-Westfalen	13,8	1.045
Nielsen-Gebiet 3a Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland	41,5	3.142
Nielsen-Gebiet 3b Baden-Württemberg	18,9	1.431
Nielsen-Gebiet 4 Bayern	13,3	1.007
Nielsen-Gebiet 5a + 5b Berlin West u. Ost	2,1	159
Nielsen-Gebiet 6 Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt	1,3	98
Nielsen-Gebiet 7 Thüringen, Sachsen	1,0	76
INLAND	100,0	7.571

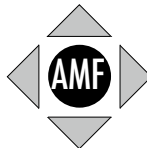
19 Branchen/Wirtschaftszweige/Fachrichtungen/Berufsgruppen

DER DEUTSCHE WEINBAU richtet sich an die relevanten Fachleute in den Wirtschaftszweigen und Forschungsinstitutionen, die mit Anbau, Ausbau und Vermarktung von Wein und Getränken auf Traubenbasis vertraut sind.

Empfängergruppen	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	Prozent	Exemplare
– Selbstvermarkter, Fassweinermarkter, Weinbaubetriebe	76,9	6.109
– Winzergenossenschaften	16,1	1.279
– Wein- und Sektkellereien	2,3	183
– Industrie, Forschungs-/Lehranstalten, Verbände, Behörden, Sonstige	4,7	373
Insgesamt	100,0	7.944

Die Merkmale (20. Größe der Wirtschaftseinheit, 21. Stellung im Betrieb/Funktion/Beruf, 22. Schulbildung/Berufliche Ausbildung, 23. Alter und 24. Gemeindegrößenklassen) wurden nicht erhoben, weil der Nutzungswert dieser Fachzeitschrift hiervon nicht abhängig ist.

Anwendung nur gemäß Richtlinien für die Erstellung der AMF-Karten (Stand 1992) gestattet.



Anwendung nur gemäß Richtlinien für die Erstellung der AMF-Karten (Stand 1992) gestattet.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

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 Zeitschrift oder Zeitung zum Zweck der Verbreitung.

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 Geschäftsverkehr unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftraggeber innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird.

3. Wird ein Auftrag gemäß Ziffer 1 und 2 aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.

4. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzellen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

5. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Aufträge werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf. Platzierungsbestätigungen gelten nur unter Vorbehalt und können aus technischen Gründen geändert werden. In solchen Fällen kann der Verlag nicht haftbar gemacht werden.

6. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an Text und nicht an 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 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 Modells und dessen Billigung bindend.

Anzeigen die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbandwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeverklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbandsaufchlages. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteiles der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdzweigen beinhalten, können aus diesen Gründen vom Verlag abgelehnt werden.

Die Abrechnung 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 Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder

den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Der Auftraggeber hat für die Übermittlung von Druckunterlagen dafür Sorge zu tragen, dass die übermittelten Daten frei von Computerviren sind. Entdeckt der Verlag auf einer ihm übermittelten Datei Computerviren, wird diese Datei gelöscht, ohne dass der Auftraggeber hieraus Ansprüche geltend machen könnte. Der Verlag behält sich vor, den Auftraggeber auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Auftraggeber mitgeführte Computerviren eine Schädigung entstanden und Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderen 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 zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Verbreitung 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 groben 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 Abruckung oder die Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Erstveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminde rung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrages ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind schädigt auf Ersatz des vorhersehbareren Schadens und der Höhe nach auf die für die betreffende Anzeige oder Beilage zu gehörende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlages, seine gesetzlichen Vertreter und seiner Erfüllungsgeldner. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit in Erfüllungsgeldner; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den vorhersehbareren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigentelleges beschränkt.

Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg gestellt gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

11. Probeanzeigen werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeanzeigen. Der Verlag behält sich das Recht vor, Änderungen bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probebezuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Bruchhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

13. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist und Zahlungsweise vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt. Rabattgutschriften und Rabattnachbelastungen erfolgen grundsätzlich erst zum Ende des Insertionsjahres.

14. Bei Zahlungsvorgang oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einzahlungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsvorgang die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Zahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbarte Zahlungsziel von der Voraussetzung des Betrages zum Anzeigenabschlussstermin und von dem Ausschlag offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenauschnitte, Belegseiten und 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.

16. Aus einer Auflassengeminderungen kann nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminde rung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantieaufgabe unterschritten wird. Eine Auflassengeminderungen ist nur dann ein auf Preisminde rung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie

- bei einer Garantieaufgabe bis zu 50 000 Exemplaren mindestens 20 % H.,
- bei einer Garantieaufgabe über 50 000 Exemplaren mindestens 15 % H., beträgt.

Eine Auflassengeminderungen aus der Gründe der Ziffer 23 bleibt unberücksichtigt. Als Garantieaufgabe gilt die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder, die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vorausgegangenen Kalenderjahres. Darüber hinaus sind bei Abschluss der Preisminde rungsgespräche 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.

17. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibepost und Expressbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein.

Dem Verlag kann ein Einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 überschreiten, sowie Waren, Bücher, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise in den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

18. Für den Anzeigenauftrag gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland.

Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Juristischen Personen des öffentlichen Rechts sowie bei Sitz des Verlanges, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei Sitz des Verlanges, soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz.

Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt

aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

19. Die Werbemittelung und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten.

20. Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind gegenüber Unternehmen wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt wurden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

21. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beanprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht.

Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss spätestens bis zum Abschluss des Insertionsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen schriftlichen Bestätigung durch den Verlag.

Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzugeben; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

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 Bildunterlagen sowie der zugelierten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrages von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen, insbesondere des Wettbewerbs- und Urheberrechtes 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 verpflichtet sich, die Kosten der Veröffentlichung einer eventuell notwendigen Gegenandstellung nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs zu tragen.

Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen unterrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- 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 Auftrages notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.

23. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskraft, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung 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 Verlagsgebiet mit 80 % der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zu tatsächlich ausgelieferter Auflage steht.

24. Gemäß § 33 BDSG weisen wir darauf hin, dass im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die erforderlichen Kunden- und Lieferanten mit Hilfe der elektronischen Datenverarbeitung gespeichert werden.