

# sommelier meiningers



*Das Magazin für Fine Wining*

## MEDIADATEN 2019





## 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 bis zur Zigarre
- 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.

auch digital

Weitere MEININGER  
Publikationen

**MEININGER**  
VERLAG



### VERLAG

#### MEININGER VERLAG GmbH

Maximilianstraße 7-19  
D-67433 Neustadt

### KONTAKT

#### Chefredaktion

Sascha Speicher  
+49 (0) 6321-8908-58  
speicher@meiningender.de

#### Redaktion

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

#### Janina Wilsch

+49 (0) 6321-8908-151  
wilsch@meiningender.de

#### Geschäftsleitung Media

Ralf Clemens  
+49 (0) 6321-8908-81  
clemens@meiningender.de

#### Mediaberatung

Jörg Sievers  
+49 (0) 6321-8908-67  
sievers@meiningender.de

#### Charlotte Balonier

+49 (0) 6321-8908-40  
balonier@meiningender.de

### KONTAKT

#### Sekretariat

Silke Geiger  
+49 (0) 6321-8908-49  
geiger@meiningender.de

#### Verwaltung

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

#### Geschäftsleitung Produktion und Einkauf

Horst Emmert  
+49 (0) 6321-8908-16  
emmert@meiningender.de

+49 (0) 6321-8908-80

### TELEFAX

### INTERNET

www.meiningender.de  
www.sommelier-magazin.de

### ERSCHEINUNG

4x jährlich

### BEZUGSPREIS

Jahresabonnement EUR 48,20 (Inland)  
inkl. Porto und ges. MwSt.  
EUR 12,80

### EINZELPREIS

### ZAHLUNGS- BEDINGUNGEN

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

### GESCHÄFTS- BEDINGUNGEN

Für die Abwicklung von Aufträgen  
gelten die Geschäftsbedingungen  
des Verlages im Verlagswesen (siehe  
jeweilige Auftragsbestätigung)

Nr.	TERMINE	PANORAMA	PRAXIS	PROBE	PERLAGE	MESSEN
<b>I / 2019</b>	<b>Erscheinungstermin:</b> 28. Februar 2019	Rheingau Spanien	Alkoholfreie Lieblings- rezepte	Deutschland: Jenseits von Pinot	Champagne Blanc de Noirs	<b>VinoVision + Vinisud</b> 10.02. – 12.02.19 Paris
	<b>Anzeigenschluss:</b> 21. Januar 2019		Selbststän- dige Sommeliers	Spanien		<b>BIOFACH</b> 13.02. – 16.02.19 Nürnberg
	<b>Druckunterlagenschluss:</b> 28. Januar 2019	<b>ProWein, Vinitaly, MUNDUS VINI Frühjahr, BIOFACH</b>				
<b>II / 2019</b>	<b>Erscheinungstermin:</b> 31. Mai 2019	Italien Pfalz	Saft Bier	Italien Griechenland	Lambrusco	<b>ProWein</b> 17.03. – 19.03.19 Düsseldorf
	<b>Anzeigenschluss:</b> 18. April 2019					<b>Vinitaly</b> 07.04. – 10.04.19 Verona
	<b>Druckunterlagenschluss:</b> 26. April 2019					

Nr.	TERMINE	PANORAMA	PRAXIS	PROBE	PERLAGE	MESSEN
<b>III / 2019</b>	<b>Erscheinungstermin:</b> 06. September 2019	Mosel	Wasser	Elsass	Best of klassische Flaschen- gärung	<b>MUNDUS VINI Sommer</b> 29.08. – 01.09.19 Neustadt  <b>FORUM VINI</b> 08.11. – 10.11.19 München  <b>MEININGER'S FINEST 100</b> 19.11.19 Neustadt
	<b>Anzeigenschluss:</b> 26. Juli 2019	Frankreich	Ressourcen- management	Kalifornien		
	<b>Druckunterlagenschluss:</b> 02. August 2019					
<b>IV / 2019</b>	<b>Erscheinungstermin:</b> 15. November 2019	Österreich	Gläser	VDP: Große Gewächse	Champagne	
	<b>Anzeigenschluss:</b> 11. Oktober 2019	Deutsche Flaschengär- szene	Weinbars	Österreich		
	<b>Druckunterlagenschluss:</b> 18. Oktober 2019	<b>MUNDUS VINI Sommer</b>				

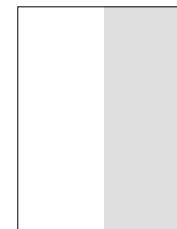
<b>GRÖSSE</b>	<b>FORMATE</b> Breite x Höhe (in mm)	<b>PREISE</b> 4-farbig (Euroskaala)
1/1 Seite	225,0 x 290,0	3.450
1/1 Seite – Advertorial	225,0 x 290,0	3.750
1/2 Seite hoch	102,5 x 290,0	2.025
1/2 Seite quer	225,0 x 144,0	2.025
1/3 Seite hoch	71,0 x 290,0	1.405
1/3 Seite quer	225,0 x 97,0	1.405

<b>SONDERFORMATE* UND SONDERPLATZIERUNGEN**</b>		
2. Umschlagseite	225,0 x 290,0	3.850
3. Umschlagseite	225,0 x 290,0	3.850
4. Umschlagseite	225,0 x 290,0	3.850

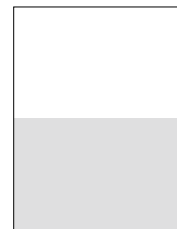
<b>ONLINE-ANFRAGEN</b>
Charlotte Balonier balonier@meiningers.de



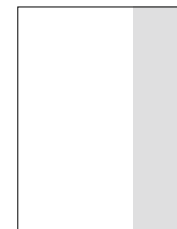
**1/1 Seite (mm)**  
Format: B 225,0 x H 290,0



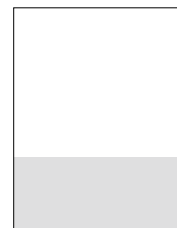
**1/2 Seite hoch (mm)**  
Format: B 102,5 x H 290,0



**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.**

BEILAGEN (inkl. Vertriebskosten)		BEIHEFTER		BEIKLEBER (inkl. Vertriebskosten)	
bis 25 g	2.570	4-seitig	3.725	DIN-Postkarte 135 / Tsd	
bis 50 g	3.240	8-seitig	4.890	Warenproben, CDs etc.: Preis auf Anfrage	
bis 75 g	3.520				

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

GELEGENHEITS- ANZEIGEN	STELLENMARKT / SONSTIGES	CHIFFREGEBÜHR	
Spaltenbreite 57 mm	3,30 / mm	Inland:	7,00
		Ausland:	8,50

\* **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.

Druckunterlagenschluss für Advertorials: 4 Wochen vor Erscheinung.

## MALSTAFFEL

2 Anzeigen = 5%  
4 Anzeigen = 10%

## Advertorial



### Winczer Let 's Twist

**D**ie Weinregion 2012 bietet der Winczer-Krems eine einzigartige Sommerfrucht-Lektüre im Edelweiss- und Weinberg-Paradies. Die Weinregion 2012 ist ein wunderbares Erlebnis für alle, die sich für den Wein und den Weinberg interessieren. Die Weinregion 2012 ist ein wunderbares Erlebnis für alle, die sich für den Wein und den Weinberg interessieren.



**Winczer-Krems  
Let 's Twist**

Die Weinregion 2012 ist ein wunderbares Erlebnis für alle, die sich für den Wein und den Weinberg interessieren.

Die Weinregion 2012 ist ein wunderbares Erlebnis für alle, die sich für den Wein und den Weinberg interessieren.



Die Weinregion 2012 ist ein wunderbares Erlebnis für alle, die sich für den Wein und den Weinberg interessieren.

Die Weinregion 2012 ist ein wunderbares Erlebnis für alle, die sich für den Wein und den Weinberg interessieren.



Die Weinregion 2012 ist ein wunderbares Erlebnis für alle, die sich für den Wein und den Weinberg interessieren.

Die Weinregion 2012 ist ein wunderbares Erlebnis für alle, die sich für den Wein und den Weinberg interessieren.




Die Weinregion 2012 ist ein wunderbares Erlebnis für alle, die sich für den Wein und den Weinberg interessieren.

Winczer-Krems  
Let 's Twist  
www.winczer-krems.at, Tel: +43 (0) 2702 0801

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

Sie als Kunde liefern die 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:  
sievers@meininger.de

<b>FARBANZEIGEN</b>	1/1 Seite EUR 3.450
<b>DRUCKAUFLAGE</b>	4.300
<b>VERBREITETE AUFLAGE</b>	4.183
<b>ABONNIERTE EXEMPLARE</b>	1.912
<b>VERKAUFTE AUFLAGE</b>	2.389
<b>AUFLAGEN-KONTROLLE*</b>	
<b>HEFTFORMAT</b>	Breite 225 mm x Höhe 290 mm
<b>SATZSPIEGEL</b>	Breite 193 mm x Höhe 248 mm 3 Spalten je 45 mm Breite 4 Spalten je 41 mm Breite
<b>DRUCKVERFAHREN</b>	Bogen-Offset, Druck im 70er Raster
<b>BUCHBINDERISCHE VERARBEITUNG</b>	Klebebindung
<b>DRUCKUNTERLAGEN</b>	siehe drucktechnische Infos
<b>ANGESCHNITTENE ANZEIGEN</b>	es werden keine Zuschläge berechnet
<b>MITTLERVERGÜTUNG</b>	15 % (auch Ausland)

*\*II. Quartal 2018*



<b>DRUCKVERFAHREN</b>	Bogen-Offset, Druck im 70er Raster
<b>PAPIER</b>	Umschlag 300 g/m <sup>2</sup> holzfrei matt gestrichen Bilderdruck, 1.1-faches Volumen Inhalt 115 g/m <sup>2</sup> holzfrei matt gestrichen Bilderdruck, 1.1-faches Volumen Ein eventuelles Durchscheinen der Rückseiten bei hellen Anzeigenmotiven ist nicht ausgeschlossen.
<b>FARBEN</b>	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.
<b>DRUCKUNTERLAGEN</b>	Anlieferung der Daten als ruckfähiges (300 dpi) im PDF-Format sowie verbindliches Proof nach ISO 12647-7. <b>Die Einstellungen für die PDF-Erstellung (Profil ISO coated v2 300 %) können auf der Internetseite <a href="http://www.pva.de">www.pva.de</a> heruntergeladen werden.</b> 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.
<b>DATENÜBERTRAGUNG</b>	Druck-pdf via Email an: <a href="mailto:fassbender@meiningers.de">fassbender@meiningers.de</a> Erforderliche Proof- oder Satzarbeiten werden zum Selbstkostenpreis weiterberechnet. Bitte beachten Sie auch die Geschäftsbedingungen in der Auftragsbestätigung.

<b>BEIHEFTER</b>	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! <b>Sonderformate nur nach Absprache!</b>
<b>BEILAGEN</b>	Min.-Format: 105 x 148 mm (endbeschnitten), Max.-Format: 220 x 285 mm (endbeschnitten); Beilagenstärke: min. 115 g/m <sup>2</sup> bei Einzelblatt, max. Stärke der Beilagen: 3 mm; <b>Beilagen müssen im Bund geschlossen sein. Sonderformate nur nach Absprache!</b>  Versandanschrift Beilagen: pva, Druck und Medien-Dienstleistungen GmbH, Beilagen, Herrn Stefan Klotz Industriestraße 15, 76829 Landau/Pfalz
<b>BEIKLEBER</b>	Papiergewicht: 150 - 200 g/m <sup>2</sup> 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
<b>ANLIEFERUNG DER AD-SPECIALS</b>	Liefertermin 7 Wochen vor dem Erstverkaufstag mit Lieferscheinvermerk für MEININGERS SOMMELIER, Ausgabe ...  Anlieferadresse: nach Absprache mit der Produktionsleitung: Tel. +49 (0) 6321-8908-16

Italien

Ediconsult Internazionale  
Piazza Fontane Marose, 3  
16123 Genova  
Tel: +39 0 10 58 36 84  
Fax: +39 0 10 56 65 78  
Email: wine@ediconsult.com

Argentinien & Chile

Diego Eidelman  
Bulnes 1985 P.8 C  
C1425DKC Buenos Aires  
Tel: +54 911 56 19 50 36  
Fax: +54 11 48 28 06 22  
Email: diego@clubscopycountries.com

Frankreich

Ute Schalberger  
Am Himmel 7b  
50858 Köln, Germany  
Tel: +49 (0)2 21 58 91 93 93  
Email: ute.schalberger@t-online.de

# 8 Allgemeine Geschäftsbedingungen

**1.** „Anzeigauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist ein 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 Geschäftszweck 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 Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss abgeschlossen 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 Rechtschritte, 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 Abnahmegewinne werden Text-Millimeter abnehmend 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 Druckchrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszufüllen ist. Rubrizierte Anzeigen 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 anderen Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar werden können 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 Gesetz- 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.

**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 ordnungsgemäß zu informieren, insbesondere dem Format und den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern.

Der Auftraggeber hat vor einer digitalen 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 in Anspruch genommen werden kann. Der Verlag behält sich vor, den Auftraggeber auf Schadenersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Auftraggeber infiltrierte Computerviren dem Verlag Schäden entstanden sind.

Die 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 anderer Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.

**9.** Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber 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 Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, oder nur 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

- ein anderer Auftragsauftrag Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsergebnis des Auftragesbesizers steht, oder  
- diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre. Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht eingetragenen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden.

Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsschluss und unerlaubter Handlung sind – auch hinsichtlich der Haftung für den Schadensersatz – Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und der Höhe nach auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nur für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgeldern. In allen übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den vorhersehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenergebnisses 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 geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorzeitlichem Verhalten beruhen.

**11.** Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zugesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

**12.** Sind keine besonderen Größenvorschreibungen gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe 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 oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

Rabattzuschriften und Rabattnachstellungen erfolgen grundsätzlich erst zum Ende des Insertionsjahres.

**14.** Bei Zahlungsvorgang oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten 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 Anzeigenschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlussstermin und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

**15.** Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

**16.** Aus einer Aufaggenummerung kann nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt dies mit der ersten Aufaggenummerung übereinstimmt. Eine Aufaggenummerung ist nur dann ein Preiserminderungsberechtigendes Mangel, wenn und soweit sie

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

Eine Aufaggenummerung aus Gründen der Ziffer 23 bleibt unberücksichtigt. Als Garantieauflage gilt die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder, wenn eine Auflage nicht genannt ist, die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vorausgegangenen Kalenderjahres.

Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber vor Abschluss der Anzeige so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

**19.** Bei Zielferrieffen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Expressbriefe auf Zielferrieffen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Zielferrieffen 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 einzelsatzvertraglich 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 werden von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

**19.** Für den Anzeigenauftrag gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.

Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages 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 Werbungsmitel und Werbegewerben sind verpflichtet, in ihren Angeboten, Werbungen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten.

**20.** Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind gegenüber Unternehmern wirksam, wenn sie für ein Jahr mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt werden. 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 beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung und 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 anzuzeigen, 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 zugelieferten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrages von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen, insbesondere des Wettbewerbs- und Urheberrechts 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 Gegenstellung 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 urheberrechtlichen 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 Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.

**23.** Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert wurde ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis kürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

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



MEININGER VERLAG Verlag GmbH  
Maximilianstraße 7-19  
D-67433 Neustadt/Weinstraße

Fon +49 (0) 63 21 / 89 08-0  
Fax +49 (0) 63 21 / 89 08-80  
eMail: [contact@meiningerverlag.de](mailto:contact@meiningerverlag.de)