

Meiningers weinwelt



MEDIADATEN 2019



Kurzcharakteristik

MEININGERS WEINWELT ist der Special-Interest-Titel für den Weinkonsumenten, der gute Gewächse in ausgezeichneter Qualität zu fairen Preisen kaufen und unkompliziert genießen möchte.

MEININGERS WEINWELT setzt auf Lust am Genuss – der Leser erhält zahlreiche praktische Orientierungshilfen und vielfältige Tipps rund um das Thema Wein. Lifestyleorientierte Themen wie Reisen, Gastronomie, Spirituosen sowie die Begegnung mit Prominenten runden das Redaktionskonzept ab.

Der Leser setzt auf Lebensgenuss und gehört zur konsumstarken, qualitätsbewussten und markenorientierten Zielgruppe im Alter zwischen 30 und 50 Jahren.

auch digital erhältlich

Weitere MEININGER
Publikationen



Verlag:	MEININGER VERLAG GmbH Maximilianstr. 7-17 67433 Neustadt	Kontakt:	Verwaltung: Sieglinde Faßbender -78 fassbender@meininger.de
Telefon:	+49 (0) 63 21 / 89 08-0		Geschäftsleitung Produktion und Einkauf: Horst Emmert -16 emmert@meininger.de
Kontakt:	Chefredaktion: Ilka Lindemann -93 lindemann@meininger.de	Telefax: +49 (0) 63 21 / 89 08-80	
	Redaktion: Christine Neubecker -77 neubecker@meininger.de Christoph Nicklas -153 nicklas@meininger.de	Internet: www.meininger.de	
	Geschäftsleitung Media: Ralf Clemens -81 clemens@meininger.de	Erscheinungsweise: Zweimonatlich	Bezugspreis: Jahresabonnement € 39,60 (Inland) (inkl. Porto und MwSt.)
	Mediaberatung: Jörg Sievers -67 sievers@meininger.de Charlotte Balonier -40 balonier@meininger.de	Einzelpreis: € 7,80	Zahlungsbedingungen: Sofort ohne Abzug. Bei Vorauszahlung bzw. Abbuchung 2 % Skonto
	Sekretariat: Silke Geiger -49 geiger@meininger.de	Bankverbindung: Sparkasse Rhein-Haardt IBAN: DE 22 5465 1240 0001 9261 46 BIC: MALA DE 51DKH	Geschäftsbedingungen: Für die Abwicklung von Aufträgen gelten die Geschäftsbedingungen des Verlages im Verlags- wesen (siehe jeweilige Auftragsbestätigung)

Farbanzeigen: 1/1 Seite € 6.420

Nachlässe: **Malstaffel**

2 x 3 %

4 x 5 %

6 x 7 %

8 x 10 %

Mengenstaffel

1 Seite 3 %

2 Seiten 5 %

4 Seiten 10 %

6 Seiten 15 %

Druckauflage: 49.000

Verkaufte Auflage: 44.250

Abonnierte Exemplare: 8.750

Heftformat: Breite 230 mm x Höhe 300 mm

Satzspiegel: Breite 195 mm x Höhe 260 mm
4 Spalten je 45 mm Breite
3 Spalten je 61 mm Breite

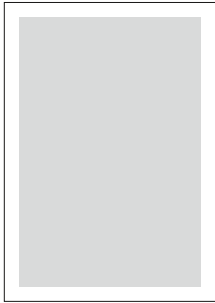
Druckverfahren: Rollenoffset Druck im 70-Raster

**Buchbinderische
Verarbeitung:** Klebebindung

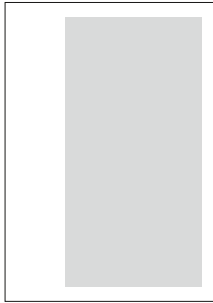
Druckunterlagen: siehe technische Angaben

**Angeschnittene
Anzeigen:** Es werden keine Zuschläge berechnet

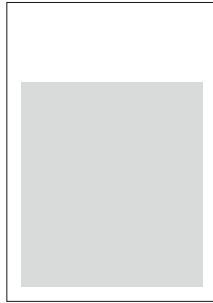
Mittlervergütung: 15 % (auch Ausland)



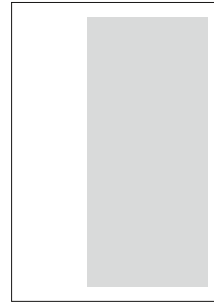
1/1 Seite mm
Format : B 195 x H 260



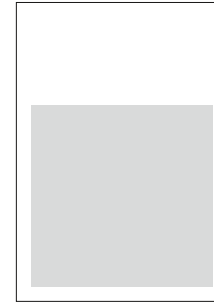
3/4 Seite hoch mm
Format : B 145 x H 260



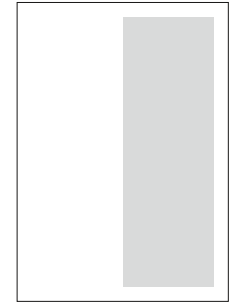
3/4 Seite quer mm
Format : B 195 x H 193



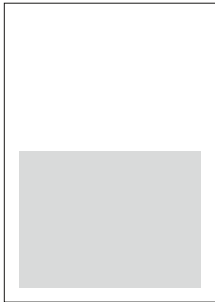
2/3 Seite hoch mm
Format : B 128 x H 260



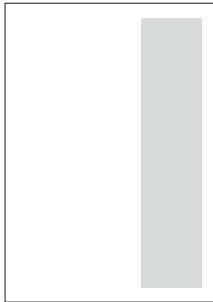
2/3 Seite quer mm
Format : B 195 x H 171



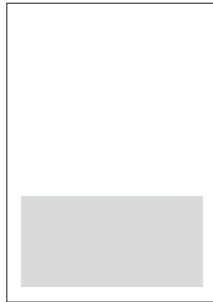
1/2 Seite hoch mm
Format : B 95 x H 260



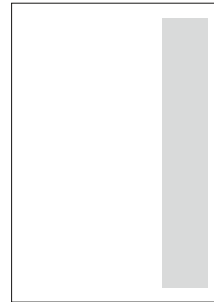
1/2 Seite quer mm
Format : B 195 x H 127



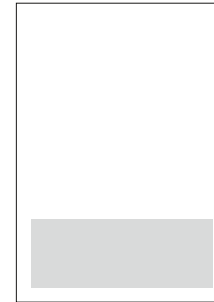
1/3 Seite hoch mm
Format : B 61,5 x H 260



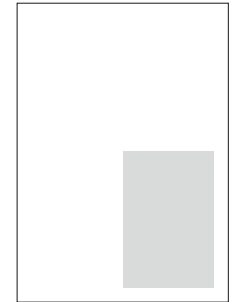
1/3 Seite quer mm
Format : B 195 x H 83



1/4 Seite hoch mm
Format : B 45 x H 260



1/4 Seite quer mm
Format : B 195 x H 61



Format : B 95 x H 127

Ausgabe	Erscheinungs-termin	Anzeigenschluss (= Rücktrittstermin)	Druckunter- lagenschluss	Themenschwerpunkte
2/2019	09.01.2019	30.11.2018	07.12.2018	<ul style="list-style-type: none"> - Mineralwasser - Ernteberichte - Top 100 LEH - Big-Player international - Pinot Grigio - Kalifornien
3/2019	13.03.2019	01.02.2019	08.02.2019	<ul style="list-style-type: none"> - 20 Jahre MEININGERS WEINWELT - MUNDUS VINI BIOFACH - Orange Wine - Preview ProWein - Weinauktionen - Italien - Frankreich - Spanien
4/2019	15.05.2019	11.04.2019	19.04.2019	<ul style="list-style-type: none"> - Messe-Neuheiten von ProWein + Vinitaly - MEININGER AWARD - Flower Power (VK Bukettrebsorten) - Was kostet ein Wein? - Nero d'Avola - Sizilien Agriturismo - Frankreich - Sommertrend: Low Alcohol Wines
5/2019	10.07.2019	07.06.2019	14.06.2019	<ul style="list-style-type: none"> - BEST OF RIESLING - Portugal - Italien - Winzer-Traubensaft - Languedoc - Gemischter Satz - Spanien
6/2019	11.09.2019	09.08.2019	16.08.2019	<ul style="list-style-type: none"> - MEININGERS DEUTSCHER SEKTPREIS - Winzer mit Brennereien - Madeira - Historische Rebsorten - Sake - Glühwein - Premiumweine Genossenschaften & Kellereien
1/2020	06.11.2019	04.10.2019	07.10.2019	<ul style="list-style-type: none"> - MEININGERS ROTWEINPREIS - Portwein - Italien - Präsentmöglichkeiten von Wein (vom Regal zum Keller ...) - Frankreich - Schweiz - Erfolgsstory Pinot-Family - FORUM VINI

PLUS: In jeder Ausgabe finden Sie Entdeckungen aus dem LEH, dem Fachhandel und individuelle Highlights. Dazu Markt-Tipps und Trends. Der Themenplan wird laufend dem aktuellen Geschehen angepasst.

Größe in Seitenteilen	Formate im Satzspiegel		Angeschnittene Anzeigen zuzüglich Beschnitt an allen Seiten je 5 mm		Preise für Anzeigen farbig*
	Breite (mm)	Höhe (mm)	Breite (mm)	Höhe (mm)	
1/1 Seite	195	260	230	300	€ 6.420
3/4 Seite hoch	145	260	165	300	€ 5.940
3/4 Seite quer	195	193	230	223	€ 5.940
2/3 Seite hoch	128	260	148	300	€ 5.015
2/3 Seite quer	195	171	230	197	€ 5.015
1/2 Seite hoch	95	260	115	300	€ 4.385
1/2 Seite quer	195	127	230	147	€ 4.385
1/3 Seite hoch	61,5	260	81	300	€ 2.770
1/3 Seite quer	195	83	230	96	€ 2.770
1/4 Seite hoch	45	260	65	300	€ 2.215
1/4 Seite quer	195	61	230	86	€ 2.215
1/4 Seite Eckfeld	95	127	115	147	€ 2.215

***Preise jeweils für Schmuckfarben nach der Euro-Skala
Mindestformat im Textteil 1/4 Seite; mm-Anzeigen erscheinen in der Rubrik »Schaufenster«**

Formate auf Doppelseiten					
2/1 Seite	420	260	460	300	€ 11.890

Sonderformate/ Sonderplatzierungen					
2., 3., 4. US	195	260	230	300	€ 7.890

Stornofrist für Umschlagseiten 6 Wochen vor Erscheinen.

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

Platzierungsvorschriften (Mindestgröße 1/2 Seite): 15 %

Beilagen <i>inkl. Vertriebskosten</i>		Beihefter		Beikleber <i>inkl. Vertriebskosten</i>	
bis 25 g	€ 105 pro Tsd	4-seitig	€ 107 pro Tsd	DIN-Postkarte	€ 62 pro Tsd
bis 50 g	€ 120 pro Tsd	6-seitig	€ 140 pro Tsd	Umschläge bis DIN C6	€ 73 pro Tsd
bis 75 g	€ 140 pro Tsd	8-seitig	€ 200 pro Tsd	Warenproben etc. auf Anfrage	Trägeranzeigen mind. 1/1 Seite
bis 100 g	€ 200 pro Tsd	12-seitig	€ 230 pro Tsd		

Beilagen, Beihefter und Einkleber werden nicht rabattiert. Teilbeilage in verschiedenen Nielsen Gebieten ist möglich;

Mindestauflage 20.000 Exemplare; weitere Aufsplittung in 10.000 Schritten. Format: max. 225 mm Breite x 295 mm Höhe.

Anzeigen Schauenster Kleinanzeigenrubrik	Gewerbliche Anzeigen/ An- und Verkauf	Millimeterpreis: € 5,80 (Spaltenbreite 45 mm) 1-spaltig: 45 mm 2-spaltig: 95 mm 3-spaltig: 145 mm 4-spaltig: 195 mm	Chiffregebühr: € 7,00 Farbzuschlag: 25 %
---	--	--	---

Advertorial



**Winzer Krems
Let's Twist**

Der Weinjahrgang 2012 bleibt der Winzer Krems eG in nachgelagerter Erregerung 2012 mehr mit einem schillernden und weichen Ager, wie Exporter-Lad, weil Holzer weißt, dass dem Qualitätsparolen Jahrgang 2012 können wir zumindest unsere hochwertigen Spezialitäten wieder fördern. Die Weinanbauung bestatigt unseren konstanten Weg. Per Ende April verzeichnen die Winzer Krems in Österreich ein Umsatzwachstum von 17 Prozent im Vergleich zum vergangenem Jahr.

Einmal mehr ein neues deutsch-österreichisches Wachstum bei der Serie »winzer krems«. Gerade wird das erfolgreiche Bild nur ein wenig durch das geringe Ertragsniveau in 2012, dann die Ernte war nach 2010 die beste bis heute seit 30 Jahren. Dennoch gibt Holzer für seine Kunden die vorläufige Entwarnung, alles hierher Sicht kommen wir bei der momentanen Abwärtsentwicklung gerade über die Runden. Nun hoffen wir, wie alle, auf eine gute Ernte 2013. In Hoch ist es natürlich viel zu früh, um optimistisch sein zu können. Erst 2013 zeigen wir die Vegetation mit besserem Wetter. Ein langer Winter, jedoch ohne Frostschäden, und durchschnittliche Niederschläge im Winter und im Frühjahr führen zu einem perfekten, gleichmäßigem Anbau, wie die Winzer im Donauraum lange nicht erlebt haben. Auch die Gefährdung durch Spätfrost scheint weitgehend gebannt.

Es sieht also so aus, als könnten die Winzer Krems ihre Erfolgsreihe »winzer krems« mit der Fachzeitschrift und Gastro-Touristik-Produkt »Malermeister Privat« ergänzen und weiter ausbauen. Mit dem Jahrgang 2012 gibt es in beiden Serien eine Neuerung. Die kompletten Serien »winzer krems« und »Malermeister Privat« werden mit dem gerade erfolgten Jahrgangswettbewerb auf Schraubverschluss umgestellt.

Ru Adhänger einer romantischen und nachgelagerten Produktion haben sich die Winzer Krems bereits sehr lange Zeit gelassen mit dieser Entscheidung und am Netzwerk weiterzugeben. Letztlich hat der Wunsch des Marktes nach einem praktischen »Over-the-top« Ausschlag für den Umstieg gegeben. Für die Marktzuführung sind jedoch noch Rosinen zu sehen vor den Schraubverschluss in puncto Qualitätssicherung und Konsequenz als klare Produktionslinie, begründet die Winzer Krems ihre Entscheidung. Die Premiumserie aus dem Weinberg »winzer krems« wird mit dem Jahrgang 2012 weitergeführt. Ein langer Winter, jedoch ohne Frostschäden, und durchschnittliche Niederschläge im Winter und im Frühjahr führen zu einem perfekten, gleichmäßigem Anbau, wie die Winzer im Donauraum lange nicht erlebt haben. Auch die Gefährdung durch Spätfrost scheint weitgehend gebannt.

Das seit Jahren anerkannte Führungswort steht an einem Erfolg.

Mehr als 20.000 Besucher pilgern Jahr für Jahr zur Weinmesse W.

... wie bei ein Familien- und kompetentes Team erweist

Winzer Krems eG
Bismarckstr. 13 • 35021 Krems
www.winzerkrems.at, Tel. +43 (0) 3722 8511

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: sievers@meininger.de



FULL BANNER 468 x 60 px

FULL BANNER 468 x 60 px

Meininger Weinwelt

WEINE VOM BUNTSANDSTEIN

WEINKUNDEN "THE GÜTTER" FEIERT 20 JAHRE MIT ZUM KUM

UNTERTE EDITIONEN VON SACHTUNGLASERN

WEIN DES MONATS: JUNI 2017

NEUE SORTENWEINE VON PENNELL & CO.

ROSE-BETS-STILLE MIT AVOCADO

WEIN DES MONATS: MAI 2017

HOTEL-GEHIMMELTIPS IN ITALIEN FÜR WEINLIEBHABER

WEINE VOM BUNTSANDSTEIN

CONTENT AD 600 x 150 px

MEDIUM RECTANGLE 300 x 250 px

CHIANTI CLASSICO 2017: Die Weine des schwarzen Hahns

California Wine Festival

Writers' Tears Cash Strength 2015 10th Anniversary

Preis für 2 Wochen:

Full banner:

760 Euro

Content Ad:

705 Euro

Medium Rectangle:

905 Euro

Fragen rund um

Onlinewerbung an:

Charlotte Balonier

balonier@meininger.de

Druckverfahren	Rollenoffset Druck im 70er Raster	
Papier	Umschlag	250 g/m ² LuxoArt Samt
	Innenteil	115 g/m ² LuxoArt Samt
Farbanzeigen	Farben aus Farbskala ISO 2846-1. Sonderfarben oder Farbtöne, die durch den Zusammendruck von Farben der verwendeten Skala nicht erreicht werden können, bedürfen besonderer Vereinbarung. Einzelheiten auf Anfrage. Der Verlag behält sich vor, aufgrund technischer Erfordernisse, Schmuckfarben auch aus der Vierfarbskala aufzubauen. Geringe Tonwertabweichungen sind im Toleranzbereich des Offsetdruckverfahrens begründet.	
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.	
Datenübertragung	E-Mail: fassbender@meininger.de Erforderliche Proof- oder Satzarbeiten werden zum Selbstkostenpreis weiterberechnet. Bitte beachten Sie auch die Geschäftsbedingungen in der Auftragsbestätigung.	

Beihefter
Beihefterformat: Formatgleich mit MEININGERS WEINWELT, je nach Beschnitt 230 x 300 mm (Breite x Höhe). Im Bund je Blatt 3 mm Fräsrand; ist gleich Doppelseite 6 mm. Kopfbeschnitt 5 mm; Außenbeschnitt 4 mm, Fußbeschnitt max. 5 mm; Kreuzbruch bei 8 Seiten Kopf und Bund bündig (jeweils inkl. Beschnitt).

Maximalbreite: 237 mm (inkl. Beschnitt)
Maximalhöhe: 310 mm (inkl. Beschnitt)
Mindestbreite: 95 mm
Mindesthöhe: 140 mm

Papiergewicht
Mindestgewicht: Einzelblatt ab 100 g/m²
Maximumgewicht: 2 - 8 Seiten bis 200 g/m²

Beilagen
Beilagenformate: Maximales Format: 220 x 290 mm
Minimales Format: 105 x 148 mm

Beikleber
Papiergewicht: 150 - 200 g/m²

Beikleberformate: Minimalgröße 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.

Anlieferung der Ad-Specials
Liefertermin: 3 Wochen vor Erstverkaufstag mit Lieferscheinvermerk für MEININGERS WEINWELT Nr.

Anlieferadresse:
Absprache Produktionsleitung
Tel. 0 63 21/89 08-16

9 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 Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuschließen, 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 Druckchrift 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 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 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 Beschwerdebüro 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 Annahmeverbindlichkeit des Verlages. Diese bedingt den Verlag zur Erhebung eines Verbandsaufchlages. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteiles der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdzugänge beinhalten, können aus diesen Gründen vom Verlag abgelehnt werden.

Die Abnahme 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 vor dem 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 hieraus Ansprüche geltend machen könnte. Der Verlag behält sich vor, den Auftraggeber auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Auftraggeber infizierte Computerviren die Schaltung erschweren und/oder 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 Zahlungsminderung 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 Ersatzanzeige 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 Zahlungsminderung 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 Verzugs sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbar Schadens und der Höhe nach auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlags, seine gesetzlichen Vertreter und seiner Erfüllungsglieder. 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 oder Erfüllungsgliedern; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den vorhersehbar Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgeltes 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 zum Abgleich zum Probeabdruck des Verlag zurückgeschickt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.

12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Bruttogröße 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.

Rabattgutschriften und Rabattnachbelastungen erfolgen grundsätzlich erst zum Ende des Insertionsjahres.

14. Bei Zahlungsvorgang oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Anzeigekosten 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 vereinbartes Zahlungsziel von der Voraussetzung des Betrages zum Anzeigenabschlussstermin und von dem Ausgleich offenstehender 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 Auftragsminderung kann nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisermäßigung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantieaufgabe unterschritten wird. Eine Auftragsminderung ist nur dann ein zur Preisermäßigung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie

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

Eine Auftragsminderung aus Gründen 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 des Preisermäßigungsanspruchs 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 Entgelt 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 für 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 Verlags. Der Auftraggeber ist der Öffentlichkeit und Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder der öffentlichen rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. 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 Werbungsmitler 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 beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 20 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 zugelierten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrags 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 Rechtsverfolgung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverfolgung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber verpflichtet sich, die Kosten der Veröffentlichung einer eventuell notwendigen Gegenandstellung nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigen tariffs 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 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 Verlagsgebäude 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 auf 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.