

# Meiningers weinwelt

## MEDIADATEN 2021



## 1 Zeitschriftenprofil



### 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



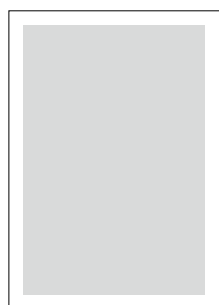
## 2 Verlagsangaben

<b>Verlag:</b>	<b>MEININGER VERLAG GmbH</b> Maximilianstr. 7-17 67433 Neustadt	<b>Kontakt:</b>	<b>Mediaberatung:</b> Charlotte Diemer diemer@meininger.de	-40
<b>Telefon:</b>	+49 (0) 63 21 / 89 08-0		<b>Verwaltung:</b> Sieglinde Faßbender fassbender@meininger.de	-78
<b>Kontakt:</b>	<b>Chefredaktion:</b> Ilka Lindemann lindemann@meininger.de	-93	<b>Produktion (verantwortlich):</b> Patrick Rubick rubick@meininger.de	-55
	<b>Redaktion:</b> Christine Neubecker neubecker@meininger.de	-77	<b>Telefax:</b>	+49 (0) 63 21 / 89 08-80
	Christoph Nicklas nicklas@meininger.de	-153	<b>Internet:</b>	www.meininger.de
	Sabrina Throm throm@meininger.de	-45	<b>Erscheinungsweise:</b>	Zweimonatlich
	Carla Bongers bongers@meininger.de	-11	<b>Bezugspreis:</b>	Jahresabonnement € 43,80 (Inland) (inkl. Porto und MwSt.)
	<b>Geschäftsleitung Media:</b> Ralf Clemens clemens@meininger.de	-81	<b>Einzelpreis:</b>	€ 7,90
	<b>Assistentin der Geschäftsleitung Media:</b> Silke Geiger geiger@meininger.de	-49	<b>Zahlungsbedingungen:</b>	Sofort ohne Abzug. Bei Vorauszahlung bzw. Abbuchung 2 % Skonto
	<b>Verkaufsleiter:</b> Jörg Sievers sievers@meininger.de	-67	<b>Bankverbindung:</b>	Sparkasse Rhein-Haardt IBAN: DE 22 5465 1240 0001 9261 46 BIC: MALA DE 51DKH
		<b>Geschäftsbedingungen:</b>	Für die Abwicklung von Aufträgen gelten die Geschäftsbedingungen des Verlages im Verlags- wesen (siehe jeweilige Auftragsbestätigung)	

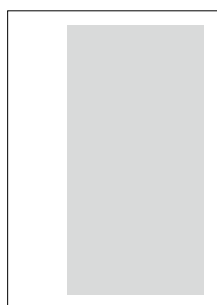
Ausgabe	Erscheinungs- termin	Anzeigenschluss (= Rücktrittstermin)	Druckunter- lagenschluss	Themenschwerpunkte
2/2021	13.01.2021	10.12.2020	17.12.2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mineralwasser</li> <li>- Ernteberichte</li> <li>- Top 100 LEH</li> <li>- Klimawandel</li> <li>- Winzer-Connections</li> <li>- PIWIS</li> <li>- Italien</li> </ul>
3/2021	10.03.2021	05.02.2021	11.02.2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MUNDUS VINI BIOFACH</li> <li>- Preview ProWein</li> <li>- Château Garage</li> <li>- Generationenwechsel</li> <li>- Renommierlagen</li> <li>- Frankreich</li> <li>- Fässer</li> <li>- Italien</li> <li>- Weinbrände/Grappa</li> </ul>
4/2021	12.05.2021	16.04.2021	22.04.2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Neuheiten des Jahres</li> <li>- MEININGER AWARD</li> <li>- Inselweine</li> <li>- News von der Saar</li> <li>- Alkoholfreie Weine</li> <li>- Frankreich</li> <li>- Weinkarten</li> <li>- Rosé International</li> </ul>
5/2021	14.07.2021	11.06.2021	17.06.2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- BEST OF RIESLING</li> <li>- Italien</li> <li>- Spanien</li> <li>- Sommerweine</li> <li>- Winzer, die Olivenöl machen</li> <li>- Frankreich</li> </ul>
6/2021	15.09.2021	13.08.2021	19.08.2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MEININGERS DEUTSCHER SEKTPREIS</li> <li>- Neuseeland</li> <li>- Nordmazedonien</li> <li>- Veganer Wein</li> <li>- Winzer-Gastrotipps</li> <li>- Frankreich</li> <li>- Whiskey</li> <li>- Premiumgenossenschaften</li> </ul>
1/2022	10.11.2021	08.10.2021	14.10.2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MEININGERS ROTWEINPREIS</li> <li>- Premiumsekt</li> <li>- Italien</li> <li>- Quereinsteiger</li> <li>- Destination ... Chardonnay</li> <li>- Südafrika</li> <li>- Frankreich</li> <li>- Kellerausstattungen / Klimaschränke</li> <li>- FORUM VINI</li> </ul>

**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.

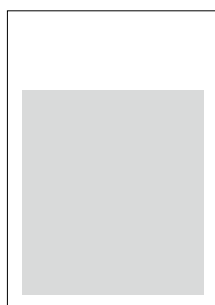
## 4 Standardformate für Satzspiegel



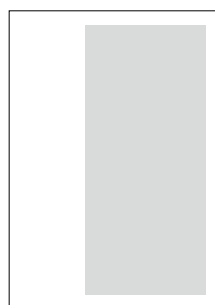
1/1 Seite mm  
Format : B 195 x H 260



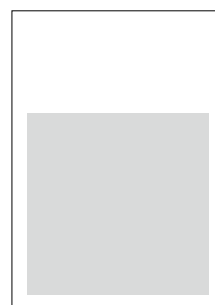
3/4 Seite hoch mm  
Format : B 145 x H 260



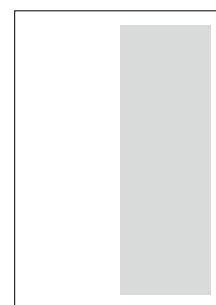
3/4 Seite quer mm  
Format : B 195 x H 193



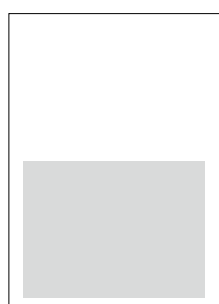
2/3 Seite hoch mm  
Format : B 128 x H 260



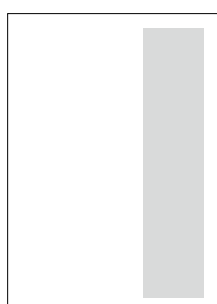
2/3 Seite quer mm  
Format : B 195 x H 171



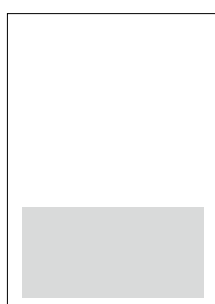
1/2 Seite hoch mm  
Format : B 95 x H 260



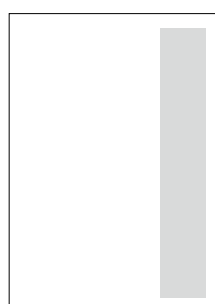
1/2 Seite quer mm  
Format : B 195 x H 127



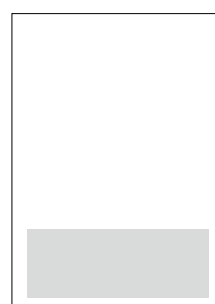
1/3 Seite hoch mm  
Format : B 61,5 x H 260



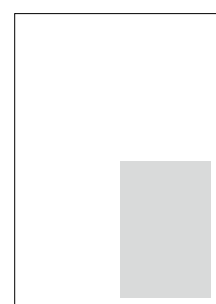
1/3 Seite quer mm  
Format : B 195 x H 83



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

## 5 Preisliste Nr. 23 gültig ab 01.01.2021

**Farbanzeigen:** 1/1 Seite € 6.600

**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:** 51.500

**Verkaufte Auflage:** 45.500

**Abonnierte Exemplare:** 10.200

**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)

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	€ 6.600
3/4 Seite hoch	145	260	165	300	€ 6.090
3/4 Seite quer	195	193	230	223	€ 6.090
2/3 Seite hoch	128	260	148	300	€ 5.150
2/3 Seite quer	195	171	230	197	€ 5.150
1/2 Seite hoch	95	260	115	300	€ 4.510
1/2 Seite quer	195	127	230	147	€ 4.510
1/3 Seite hoch	61,5	260	81	300	€ 2.850
1/3 Seite quer	195	83	230	96	€ 2.850
1/4 Seite hoch	45	260	65	300	€ 2.280
1/4 Seite quer	195	61	230	86	€ 2.280
1/4 Seite Eckfeld	95	127	115	147	€ 2.280

*\*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	€ 12.225

Sonderformate/ Sonderplatzierungen					
2., 3., 4. US	195	260	230	300	€ 8.100

*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	€ 107 pro Tsd	4-seitig	€ 109 pro Tsd	DIN-Postkarte	€ 63 pro Tsd
bis 50 g	€ 122 pro Tsd	6-seitig	€ 142 pro Tsd	Umschläge bis DIN C6	€ 75 pro Tsd
bis 75 g	€ 142 pro Tsd	8-seitig	€ 203 pro Tsd	Warenproben etc. auf Anfrage	<b>Trägeranzeigen mind. 1/1 Seite</b>
bis 100 g	€ 203 pro Tsd	12-seitig	€ 204 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.*

<b>Anzeigen Schaufenster Kleinanzeigenrubrik</b>	Gewerbliche Anzeigen/ An- und Verkauf	Millimeterpreis: € 5,90 (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**

Es sehr also so aus, als könnten die Winzer Krems ihre Erfolgreiche «Wismundatör Krems» und ihr Fachwissen- und Gastronomie-Partner «Malmeser Privat» übernehmen lassen. Mit dem jüngsten Jahrgang 2012 können wir zumindest unsere Hochachtung, Zuneigung und Anerkennung, die Umwandlung besitzt unsere Kooperationen für die Qualität verschaffen die Winzer Krems in Deutschland ein Umsatzwachstum von 17 Prozent im Vergleich zum vergangenen Jahr.

Einmal mehr mit einem deutlich überproportionalen Wachstum bei der Serie «Wismundatör Krems», Gärten und die erfolgreiche Bild nur ein wenig durch das geringe Ertragsniveau im 2012, dem die Ernte war nach 2010 die zweitbeste der letzten 30 Jahre. Dennoch gibt Winzer Krems keine vorsichtige Erwartung «Aus heutiger Sicht können wir das für mindestens 20-25% Wachstum in der nächsten Saison sicherstellen gerade über die Bundes.

Nun hoffen wir, wie alle auf eine gute Ernte 2013. Nach so ein deutlich vor zu früh, ein optimistisch von einer großen Ernte 2013 anzugehen zu können. Doch die ersten Früchte hat die Vegetation mit Brauner gemischt. Ein langer Winter, jedoch ohne Frostschäden, und anschließende Niederschläge im Winter sind ein Früher Start zu einem perfekten, gleichzeitigen Anstieg, wie ihn die Winzer als Dauerzustand lange nicht erlebt haben. Auch die Gärten von Spätsommer scheint weitgehend geborgen.

Als Anhänger einer naturnahen und nachhaltigen Produktion haben sich die Winzer Krems bewusst sehr lange Zeit gelassen mit dieser Entscheidung und am Naturerock festhalten. Letztlich hat die Winzer Krems Märkte nach dem praktischen «Drehen» der Ausschlag für die Leistung gegeben für die klassische Fruchtige Weib-wird auch immer wieder mit den Schraubverschluss in puncto Qualitätserwartung und Convenience als kleinen Produktions, begründen die Winzer Krems ihre Entscheidung. Die Premiumlinie aus den Einzigartigen Krems-er Pfaffenberg Beding, sowie da im Herbst ausgehenden Reben, sollen jedoch weiterhin mit höchstemem Naturerock verschlossen werden. Parallel zum Schraubverschluss wurde auch die Ausstattung vorzüglich weiterentwickelt, mit einem modernen Schraub und einem noch kleineren Fokus auf die Hauptausgabe.

www.winzerkrems.at, Tel. +43 (0) 2722 85511

**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

weinwelt

Meininger's Weinwelt

Artikel-Ausgabe

SPASS MUSS SEIN

EN BIRSCHEN MITLEIN IM WEIN

BAURHAUS WEINGUT IN NORDENHEIM

STEFAN HANS SCHOPPTOUR IN REINZ

BRUNO BRUNO'S GEMALT WEINZUGANGS-PIRE

KULTURLEBE IN DERLEBEN

RELAKTIVS THEM ÜBER ZERD WARTEN IN DER KÜCHE

WEIN DES MONATS JUNI 2013

DER KOSTEN DER WEINZUGANGS-PIRE

CONTENT AD 600 x 150 px

MEDIUM RECTANGLE 300 x 250 px

**Preis für 2 Wochen:**  
**Full banner:** 770 Euro  
**Content Ad:** 715 Euro  
**Medium Rectangle:** 920 Euro

**Fragen rund um Onlinewerbung an:**  
Charlotte Diemer  
diemer@meininger.de

**8** Drucktechnische Infos

- Druckverfahren** Rollenoffset Druck im 70er Raster
- Papier** Umschlag 250 g/m<sup>2</sup> LuxoArt Samt  
Innenteil 115 g/m<sup>2</sup> 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, Schmutzfarben 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** 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.  
Beihefterformat: Kopfbeschnitt 5 mm; Außenbeschnitt 4 mm, Fußbeschnitt max. 5 mm; Kreuzbruch bei 8 Seiten Kopf und Bund bündig (jeweils inkl. Beschnitt).
- Papiergewicht** Maximalbreite: 237 mm (inkl. Beschnitt)  
Maximalhöhe: 310 mm (inkl. Beschnitt)  
Mindestbreite: 95 mm  
Mindesthöhe: 140 mm
- Beilagen** Mindestgewicht: Einzelblatt ab 100 g/m<sup>2</sup>  
Maximumgewicht: 2 - 8 Seiten bis 200 g/m<sup>2</sup>
- Beikleber** Maximalformat: 220 x 290 mm  
Minimalformat: 105 x 148 mm
- Papiergewicht** 150 - 200 g/m<sup>2</sup>
- 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 08-55

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 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 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-Millimeterzeilen 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 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 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 verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder 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 hieraus Ansprüche geltend machen könnte. 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.

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, 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 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 offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden.

Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche 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 nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlages, seine gesetzlichen Vertreter und seiner Erfüllungsgehilfen. 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 von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den vorhersehbaren 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 geltend 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. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

12. Sind keine besonderen Größenvorschriften 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.

Rabattgutschriften und Rabattnachbelastungen erfolgen grundsätzlich erst zum Ende des Insertionsjahres.

14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung 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 Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin 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 Auflagenminderung kann nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantief Auflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie - bei einer Garantief Auflage bis zu 50 000 Exemplaren mindestens 20 v. H., - bei einer Garantief Auflage über 50.000 Exemplaren mindestens 15 v. H. beträgt.

Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziffer 23 bleibt unberücksichtigt. Als Garantief Auflage 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 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. Einschreibebriefe 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 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 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 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 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 Unternehmern wirksam, wenn sie vom Verlag 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 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 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 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 Gegendarstellung 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, erforderlicher urheberrechtlicher 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 irtlich 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 worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, 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.