

WEINWIRTSCHAFT



DONNÉES MÉDIA 2019



1 Profil du magazine

WEINWIRTSCHAFT



PROCHE DE VOUS – ET TOUJOURS PRESENT

WEINWIRTSCHAFT est le premier magazine allemand spécialisé (en exemplaires vendus) s'adressant aux professionnels de l'achat et de la vente de vins (contrôlé par ivw, la société allemande de vérification de la diffusion des supports publicitaires).

WEINWIRTSCHAFT conçu et réalisé par des professionnels crée l'opinion, analyse les tendances et anticipe.

WEINWIRTSCHAFT est un média indispensable pour toute stratégie de communication du décideur responsable.

WEINWIRTSCHAFT est d'une importance considérable pour l'activité des ventes de producteurs et importateurs.

WEINWIRTSCHAFT est le numéro 1 du vin en Allemagne.

aussi disponible en version digitale

Autres publications
MEININGER



Maison d'éditor: **MEININGER VERLAG GmbH**
Maximilianstr. 7-17
67433 Neustadt
Allemagne

Téléphone: +49 (0) 63 21 / 89 08-0

Rédaction:	-69
Direction générale d'annonces	-81
Direction d'annonces	-67
Secrétariat d'annonces	-49
Gestion d'annonces	-78
Direction de la production	-16

Télécopie: +49 (0) 63 21 / 89 08-80

Internet: www.meininger.de

eMail: contact@meininger.de

Contact pour la France: Ute Schalberger
(parle français) Am Himmel 7b
D 50858 Köln

Téléphone: +49 (0)221 58 91 93 93

eMail: ute.schalberger@t-online.de

Mode de parution: bimensuel, le vendredi

Tarifs: Abonnement € 204,60

Conditions de paiement: Règlement immédiat sans escompte. 2 % d'escompte pour les paiements d'avance et les prélèvements bancaires

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

Conditions contractuelles: L'exécution des commandes est soumise aux conditions générales dans le secteur de l'édition (conforme à la confirmation de commande respective)

	Format utile		Format plein papier plus 3 mm de rogne aux 4 côtés		Prix des annonces
	largeur (mm)	hauteur (mm)	largeur (mm)	hauteur (mm)	en couleur*
Première de couverture	–	–	215	205	€ 5.500
1/1 page	200	250	225	285	€ 4.895
3/4 de page	141	250	156	285	€ 4.110
1/2 page, format horizontal	200	122	225	142	€ 3.425
1/2 page, format vertical	112	250	126	285	€ 3.425
1/3 de page, format horizontal	200	80	225	100	€ 2.600
1/3 de page, format vertical	83	250	97	285	€ 2.600
1/4 de page, format horizontal	200	59	225	79	€ 2.050
1/4 de page, format vertical	53	250	68	285	€ 2.050
1/4 de page, en angle	83	122	–	–	€ 2.050

D'autres formats et conditions sur demande.

Format plein papier: Pour les annonces plein papier, les éléments de texte et d'images importants pour l'effet publicitaire doivent se situer à une distance suffisante des côtés à rogne (au moins 10 mm).

**Les Prix s'entendent pour couleurs décoratives de la gamme europe.*

Dossiers et Spéciaux	sur demande
Prix pour emplacement préférentiel (Format: plus 3 mm de rogne aux 4 côtés)	en couleur
2 ^e , 3 ^e et 4 ^e de couverture. Format: 225 mm x 285 mm	€ 5.350
1/3 de page, format vertical vis-à-vis contenu. Format: 97 mm x 285 mm	€ 3.015
Exigences de placement (grandeur minimum 1/3 page)	Majoration de 15 %
Dimensions spéciales sur demande	

(Délai de résiliation pour emplacement préférentiel 6 semaines avant date de parution)

Encarts à diffusion complète <i>incl. les frais de distribution</i>	Tip-on-cards <i>incl. les frais de distribution</i>	Suppléments publicitaires
Jusqu' à 25 g € 2.770	<i>Cartes postales collées sur encarts ou annonces pleine page</i>	4 pages € 3.860
Jusqu' à 50 g € 3.520	Coûts de collage (à la machine) € 137 par mille	8 pages € 7.150
Jusqu' à 75 g € 3.970	Coûts de collage (à la main) € 218 par milles	
Jusqu' à 100 g € 4.355		
au-déla 100 g sur demande	Grammage du papier d'encart: 90 g minimum. Format: maximal 210 mm largeur x 200 mm hauteur. Pas de pli en accordéon. Il n'y a pas de rabais sur les encarts détachés, agrafés ou collés.	

Petites annonces: (largeur de colonne 47 mm)	
par mm, N&B	€ 4,90
par mm, couleur	€ 11,00
Annonces occasionnelles:	
Offre d'emploi par mm	€ 3,80
Autres annonces classifiées, par mm	€ 4,00
Supplément couleur 25 %	
Taxe annonce chiffrée	€ 7,00
Taxe annonce chiffrée Etranger	€ 8,50

Max. hauteur de colonne: 222 mm

Largeur de colonne	Nombre de commandes	Barème de quantité
1 colonne: 47 mm	3 annonces = 5 %	1 page = 3 %
2 colonnes: 98 mm	6 annonces = 10 %	3 pages = 5 %
3 colonnes: 149 mm	12 annonces = 15 %	6 pages = 10 %
4 colonnes: 200 mm	24 annonces = 20 %	9 pages = 15 %
		12 pages = 20 %
Les rabais de fréquence et de volume ne sont pas cumulables.		
Commission de médiateur: 15 %		

Les annonces classifiées ne peuvent pas faire l'objet de remise.

Numéro	Date de parution	Date limite de réservation des annonces	Date limite de remise des documents d'impression	Thèmes principaux / articles
1	11.01.2019	02.01.2019	04.01.2019	Les Top 100 de 2018 La rétrospective de 2018 Les Abruzzes
2	25.01.2019	11.01.2019	17.01.2019	Dossier spécial Amérique du Sud Le marché viticole de la Grèce La Basilikata
3	08.02.2019	25.01.2019	31.01.2019	L'Afrique du Sud Dossier spécial Bio Compte à rebours pour ProWein Secco & Frizzante
4	22.02.2019	08.02.2019	14.02.2019	Édition principale de ProWein Les Top 100 des meilleures sociétés dans le monde du vin
5	08.03.2019	22.02.2019	28.02.2019	Les actualités de ProWein Les vins allemands de Rheinhessen Les nouveautés venant de l'Europe de l'Est
6	22.03.2019	08.03.2019	14.03.2019	Rétrospective ProWein Edition principale de Vinitaly
7	05.04.2019	22.03.2019	28.03.2019	La légèreté des vins d'été Les grandes familles du vin en Espagne Wine & Design
8	20.04.2019	05.04.2019	11.04.2019	Le succès des vins rosés Les vins allemands de Württemberg I Pinots Blancs et Gris : des leviers commerciaux? Les vendanges de l'hémisphère sud
9	03.05.2019	18.04.2019	25.04.2019	Edition principale de Vinexpo Les vins allemands de la Franconie Le boissons mixtes à base du vin
10	17.05.2019	03.05.2019	09.05.2019	Le Prosecco DOC Le succès des vins blancs aromatiques Bordeaux
11	01.06.2019	17.05.2019	23.05.2019	Les best-sellers de l'Espagne Les vins allemands du Palatinat Le Frioul
12	14.06.2019	31.05.2019	06.06.2019	Dossier spécial Autriche Les vins sans alcool Le Lambrusco L'Émilie-Romagne
13	28.06.2019	14.06.2019	19.06.2019	Les vins chauds & Co. Nouveau : Le Pinot Grigio DOC Le marché des vins du nouveau monde
14	12.07.2019	28.06.2019	04.07.2019	Les vins effervescents rosés Les caves coopératives allemandes La Rueda
15	26.07.2019	12.07.2019	18.07.2019	Le Prosecco DOCG Les meilleures caves coopératives françaises Sur place en Grèce
16	09.08.2019	26.07.2019	01.08.2019	Les cadeaux Les caves coopératives italiennes Le succès du Riesling
17	23.08.2019	09.08.2019	14.08.2019	La logistique de la fièvre vin La Vénétie Les vins effervescents
18	06.09.2019	23.08.2019	29.08.2019	Édition d'achat pour l'automne Les marques fortes Le Chili Le Trentin
19	20.09.2019	06.09.2019	12.09.2019	Les emballages La Toscane Les vins allemands du Bade
20	05.10.2019	20.09.2019	26.09.2019	Frankreich Extra – Dossier spécial sur les vins français La vallée de la Loire La Sicile
21	18.10.2019	02.10.2019	10.10.2019	Les vins allemands de Württemberg II Le marché des vins espagnols Les bag-in-box, canettes et autres contenants alternatifs
22	02.11.2019	18.10.2019	24.10.2019	La Californie Les Pouilles L'économie de vin en Allemagne centrale Les Champagnes & dégustation
23	15.11.2019	04.11.2019	07.11.2019	Les grandes tendances du vin blanc en Italie Dossier spécial Sherry Le Languedoc-Roussillon
24	29.11.2019	15.11.2019	21.11.2019	Les succès commerciaux de 2018/2019 Les vins allemands de la Moselle Le Piémont
25	13.12.2019	29.11.2019	05.12.2019	L'Autriche La Rioja Les dynasties de vin en Italie
26	27.12.2019	13.12.2019	19.12.2019	La vallée du Rhône Le Portugal Le Valpolicella

Salons et manifestations

Millésime Bio, Montpellier 28.01. – 30.01.2019 | **VinoVision & Vinisud**, Paris 10.02. – 12.02.2019 | **BIOFACH**, Nuremberg 13.02. – 16.02.2019 | **MUNDUS VINI printemps**, Neustadt 19.02. – 24.02.2019 | **MIWC**, Düsseldorf 16.03. | **ProWein**, Düsseldorf 17.03. – 19.03.2019 | **Vinitaly**, Vérone 07.04. – 10.04.2019 | **Vinexpo**, Bordeaux 13.05. – 16.05.2019 | **ISW**, Neustadt 25.06. – 26.06.2019 | **MUNDUS VINI été**, Neustadt 29.08. – 01.09.2019 | **FORUM VINI**, Munich 08.11. – 10.11.2019 | **SITEVI**, Montpellier 26.11 – 28.11.2019

Annonces en couleur	Couleurs de l'échelle ISO 2846-1. Les couleurs spéciales ou les teintes ne pouvant être obtenues par surimpression de couleurs issues de l'échelle utilisée requièrent des accords particuliers. Détails sur demande. L'éditeur se réserve le droit de réaliser, pour raisons techniques, des couleurs décoratives à partir de la quadrichromie. Les faibles écarts de teinte s'expliquent par la plage de tolérances du procédé d'impression offset.
Couleurs spéciales (HKS)	sur demande Les suppléments de couleur peuvent faire l'objet de rabais.
Procédé d'impression	Offset, gamme de clichés en couleur trame 70
Papier	Couverture: 150 g/m ² sans bois, brillant, couché impression Intérieur: 100 g/m ² SatinLuxo
Structure des annonces	Pour toute modification du document de base, le prix coûtant sera facturé. Toute annonce conçue et élaborée par notre maison demeure la propriété de la maison d'édition et ne pourra être utilisée qu'après autorisation de l'éditeur.

Documents d'impression	La fourniture des données doit se faire sous forme de fichier imprimable (300 dpi) au format PDF et être accompagnée d'une épreuve papier ferme en conformité avec la norme ISO 12647-7. Les configurations pour le format PDF peuvent (ISO coated v2 300 %) être téléchargées sur le site Internet www.pva.de. Si le format PDF n'est pas possible, il convient d'envoyer les données-image en 300 dpi sous forme de fichiers TIF et/ou de fichiers EPS non comprimés comprenant toutes les polices utilisées. Le standard d'impression offset constituera la ligne directrice sous-jacente pour les données-image. La couverture de surface ne doit pas dépasser 300 % au total. La version imprimée s'accompagne d'une version digitale. Les annonces publicitaires papier sont converties à l'identique pour l'affichage sur digitale. Des variations de couleur marginales peuvent apparaître exceptionnellement. Aucune réclamation ne peut être acceptée sur la version numérique.
-------------------------------	--

Transmission de données
Printable PDF (300 dpi) via
Courriel : fassbender@meininger.de

Les travaux d'épreuves et de composition nécessaires sont facturés au prix de revient. Veuillez tenir compte des conditions générales de vente données dans la confirmation de commande.

Adresse Documents d'impression
MEININGER VERLAG GmbH
Madame Sieglinde Faßbender
Maximilianstr. 7-17
D-67433 Neustadt/Weinstraße
Germany

Adresse d'expédition Encarts
pva, Druck und Medien-Dienstleistungen GmbH
Monsieur Stefan Klotz
Industriestr. 15
D-76829 Landau/Pfalz
Germany

Publi-promotion

Winer Krems Let's Twist

Der Weinjahrgang 2012 bietet der Winer Krems AG in nachgelagerter Ernteerfolge und mit einem schillernden und weichen Ager, wie Exporter Laid, wie Holzer vertritt. Mit dem quartalen portaler Jahrgang 2012 können wir zunehmend unsere hochwertigen Spezialitäten weiter fördern. Die Investitionsplanung bestätigt unseren kontinuierlichen Weg. Per Ende April verzeichnet die Winer Krems in Österreich ein Umsatzwachstum von 17 Prozent im Vergleich zum vergangenem Jahr.

Einmal mehr mit einem deutlich überproportionalen Wachstum bei der Serie wirtschafter Krems. Gerade wird das erfreuliche Bild nur ein wenig durch das geringe Erdenergebnis im 2012, denn die Ernte war nach 2010 die besternte seit dem letzten 30 Jahre. Dennoch gibt Holzer für seine Kunden vor: "Entscheidend ist, dass Holzer nun hoffen wir, wie alle, auf eine gute Ernte 2013. Nach so einem Jahr ist es auch, um optimistisch sein. Aber gerade im Jahr 2013 wagen wir zu können. Doch die ersten Klagen hat die Vegetation mit Bruner gemindert. Ein langer Winter, jedoch ohne Frostschäden, und durchschnittliche Niederschläge im Winter und im Frühjahr führen zu einem perfekten Gleichgewicht. Auch, wie die Winer im Donauraum liegt nicht erhellbar, nach ein Gefühl von Spätsoßen scheint weagheid gebannt.

Es sieht also so aus, als könnten die Winer Krems ihre Erfolgsfolge «Winerhandlender Krems» und ihr Familien- und Getreidewirtschafts-Produkt «Malermeister Krems» umgerechnet Laid lassen. Mit dem Jahrgang 2012 gibt es bei beiden Serien eine Neuerung: Die kompletten Serien «Winerhandlender Krems» für die qualifizierten Lebensmittelhandeln und «Malermeister Krems» (Kellerei für Gastronomie & Fachhandel) werden mit dem gerade erfolgten Jahrgangswettbewerb auf Schraubverschluss umgewandelt.

Ru Anfänger oder Neuland und nachgelagter Produktion haben sich die Winer Krems bereits sehr lange Zeit gelassen mit dieser Entscheidung und am Netzwerk ausgehalten. Letztlich hat der Wunsch des Marktes nach einem praktischen Überleben Ausschlag für den Umstieg gegeben, wie die Menschlichen Tugenden und doch Rowinen sehen wir den Schraubverschluss in puncto Qualitätssicherung und Consensus als klaren Produktionsziel, begründet die Winer Krems ihre Entscheidung: Die Premiumer Krems Weinler und Kremsler Pfalzberg Grüner Veltliner und Kremsler Pfalzberg Rotwein, sollen jedoch weiterhin mit höchstem Niveau verschlossen werden. Parallel zum Schraubverschluss wurde auch die Ausstattung vorzüglich weinerreichte, mit einem modernen Schriftbild und einem neuen Markenfokus auf die Hauptauslage.

Winer Krems AG
Bismarckstr. 13-13000 Krems
www.winerkrem.at, Tel: +43 (0) 3722 3011

Das seit Jahren bewährteste Führungswort steht an einem string.

Mehr als 20.000 Besucher pilgern Jahr für Jahr zur Leseprobe.

... wie im Frühling und kompetentes Team erweist

Service tout compris: La réalisation professionnelle de votre publi-promo est assurée par le savoir-faire rédactionnel et graphique de la maison Meininger.

En tant que client, vous fournissez uniquement les informations de base – texte brut et images. Les services rédaction et graphique se chargent du remaniement de texte et de la mise en page. Après concertation, le publi-promo est approuvé et validé.

Prix et conditions sur demande: ute.schalberger@t-online.de

FULL BANNER 468 x 60 px | **FULL BANNER 468 x 60 px**

Home | Kalender | Inhalt | Aktuelle Ausgabe | Leseprobe | Info | Termine | Werbungspreise | Service | Ado

WEINWIRTSCHAFT

Suche

Home | Kalender | Inhalt | Aktuelle Ausgabe | Leseprobe | Info | Termine | Werbungspreise | Service | Ado

WEINWIRTSCHAFT

WIG WESTHOFEN MIT NEUEM PARTNER
Die Weinbesitzer Adam Traubner übernehmen Gebäude und wert Kooperationspartner der Weinbesitzer Wiger Weinwirtschaft.

Kaffeebohnen cool und in
2. Juni 2013 - 17:30h
Das viergrößte Weinland der Welt hat nicht auf, um zu überleben. Im Zentrum einer nachhaltigen Praxis der Bewirtschaftung mit akuten gestiegenen Jahrgängen und einem mehr.

Bruno
Die Weine des Schwarzen Hahns
1. Juni 2013 - 14h
38 bewährte Weine aus dem Chianti Classico Bereich am 12. Juni 2013 (14h Donauufer) und bringen bewährten Flor in der Rhein-Messung.

Best Practice in Wine
Bruno | Best Practices
Spannende Workshops
1. Juni 2013 - 9h
Das Programm von Best Practices in Wine bietet an beiden Tagen Anlauf zur professionellen Weinreife.

WZG im schwierigen Marktumfeld
1. Juni 2013 - 19h
2014 gibt es für die Württemberger keine Erbsen, im Erbsenjahr 2013 kamen die Erbsenherbungen nur zu den Erbsenherbungen.

Winer | Weinhandel
Zeter mit Lugana aus der Lombardie
1. Juni 2013 - 14h
Das Regener Weinlager im Stall von Zeter - Die Weinherbungen sind in der Lombardie direkt an der Grenze zum Veneto. Deshalb reist es beiden Anbaugebieten zu Hause.

Alle Weinberge
Angebot

CONTENT AD
600 x 150 px

Produkte
Kavalin Whisky bei Schumburger
12. Juni 2013 - 14h
Die Schumburger Unternehmenskultur zeichnet sich durch einen hohen Qualitätsanspruch aus. Produkte von Kavalin Whisky aus Tschechien.

WEINWIRTSCHAFT auf Facebook
Facebook ist auch die offizielle WEINWIRTSCHAFT Facebook Fanpage.

Werbungspreise
Charit Classic
21.06.2014
Best of Reg 2014
01.06.2014
WEINWIRTSCHAFT (14.02.2014)
Lebendige kulinarische Genussmomente
01.06.2014
WEINWIRTSCHAFT (15.02.2014)
Lebendige kulinarische Genussmomente
01.06.2014
WEINWIRTSCHAFT (14.02.2014)
Lebendige kulinarische Genussmomente
01.06.2014

WEINWIRTSCHAFT auf Facebook
Facebook ist auch die offizielle WEINWIRTSCHAFT Facebook Fanpage.

Werbungspreise
Charit Classic
21.06.2014
Best of Reg 2014
01.06.2014
WEINWIRTSCHAFT (14.02.2014)
Lebendige kulinarische Genussmomente
01.06.2014
WEINWIRTSCHAFT (15.02.2014)
Lebendige kulinarische Genussmomente
01.06.2014
WEINWIRTSCHAFT (14.02.2014)
Lebendige kulinarische Genussmomente
01.06.2014

MEDIUM RECTANGLE
300 x 250 px

Prix pour 2 semaines
Full banner:
760 Euro
Content Ad:
705 Euro
Medium Rectangle:
905 Euro

Des questions?
Contact:
Charlotte Balonier
balonier@meininger.de

1 Présentation sommaire

WEINWIRTSCHAFT est le premier magazine allemand spécialisé (en exemplaires vendus) s'adressant aux professionnels de l'achat et de la vente de vins (contrôlé par ivw, la société allemande de vérification de la diffusion des supports publicitaires). Le commerce des vins et alcools, les importateurs concernés ainsi que les acheteurs du commerce alimentaire représentent les groupes cibles de nos lecteurs. WEINWIRTSCHAFT, en tant que miroir du marché des vins, constitue un indicateur indispensable avant toute décision professionnelle. Pour les initiés, il est considéré comme la source d'informations la plus fiable et la mieux fondée pour le commerce.

2 Organisme

-

3 Gérant

Peter Meininger

4 Rédaction

Dr. Hermann Pilz (Redacteur en chef)
Sascha Speicher, Janina Wilsch,
Franz Jürgen Haas, Clemens Gerke,
Adriana Cartolano, Christoph Nicklas

5 Annonces

Ralf Clemens (Directeur)
Jörg Sievers (Direction d'annonces)
Charlotte Balonier (Direction d'annonces)
Silke Geiger (Secrétariat)

6 Année de fondation

1903

Périodicité

Bimensuel, le vendredi

7 Maison d'édition

MEININGER VERLAG GmbH

8 Adresse

Maximilianstraße 7-17
D-67433 Neustadt an der Weinstraße
Germany

9 Téléphone

+ 49 (0) 63 21 / 89 08-67/71

10 Télécopieur

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

11 Internet

www.meininger.de

eMail

clemens@meininger.de

12 Calendrier des thèmes/ dates de parution

voir liste des thèmes et calendrier 2019

13 Tarifs

204,60 €

14 Analyse quantitative 2017 = 26 numéros

Format du magazine: 225 mm Largeur x 285 mm Hauteur

Nombre total de pages:

1.562 pages = 100,00 %

Part rédactionnelle:

1.217 pages = 77,91 %

Annonces:

345 pages = 22,09 %

dont annonces occasionnelles

12 pages

pages spéciales:

0 pages

encarts:

4

dossiers

0

15 Analyse de contenu de la partie rédactionnelle 2017 = 1.217 pages

WEINKompakt

225 pages = 18,4 %

- articles de fond, salons, événements, interviews express
- nouveautés, professions & carrières,
calendrier, infos express

Eins. Zwei. Drei.

26 pages = 2,2 %

WEINMacher

263 pages = 21,6 %

- reportages, articles de fond,

Fassweinpreise

39 pages = 3,2 %

WEINHandel

190 pages = 15,6 %

- sondages sur la conjoncture, rapports sur le
marché et analyses

Analytics

26 pages = 2,2 %

Navigatör

48 pages = 3,9 %

Marchés et prix

52 pages = 4,2 %

WEINTest

129 pages = 10,5 %

Editorial

26 pages = 2,2 %

Inhalt

39 pages = 3,2 %

Finale

26 pages = 2,2 %

Dossier / Special

102 pages = 8,4 %

Vorschau / Impressum

26 pages = 2,2 %

1.217 pages = 100,0 %

16 Contrôle de diffusion:**17 Analyse de la diffusion:** - Exemplaires par numéro

moyenne annuelle
(du 1er juillet 2017 au 30 juin 2018)

Tirage:	7.000
Diffusion effective:	6.924
	2.211 abonnements
	71 autre vente
Numéros vendus:	2.282
Spécimens:	4.642
	76 reste, archives et numéro justificatif

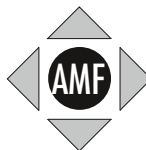
18 Analyse géographique de diffusion:

Espace économique	Cote de diffusion effective	
	Pourcentage	Exemplaires
Allemagne fédérale	94,7	6.557
Etranger	5,3	367
Diffusion effective	100,0	6.924
Nielsen-région 1	10,8	708
Nielsen-région 2	14,2	931
Nielsen-région 3a	36,5	2.393
Nielsen-région 3b	17,8	1.167
Nielsen-région 4	14,1	924
Nielsen-région 5	1,9	125
Nielsen-région 6	2,2	144
Nielsen-région 7	2,5	164
	100,0	6.557

19 Branches/Secteurs économiques/Specialisations/Catégories professionnelles

WEINWIRTSCHAFT s'adresse aux décideurs responsables de services achat et vente du négoce de vins, vins mousseux et Champagnes

No. de répertoire	Groupe de destinataires Dénomination conforme au répertoire des secteurs économiques de la Direction général des statistiques	Part effective de distribution	
		Pourcentage	Nombre de lecteurs
	Commerce de vins et alcools	36,8	2.548
	dont		
4118	a) cavistes	29,8	2.063
4316	b) importateurs	7,0	485
4111	Petites et grandes surfaces	18,4	1.274
4311	Caves coopératives	36,5	2.527
	Représentants, commissionnaires	1,9	132
	Administrations, associations, écoles, industries, banques	6,4	443
	Total	100,0	6.924



Standard Terms of Acceptance for Advertisements and Inserts

WEINWIRTSCHAFT

1. For the purpose of the General Terms and Conditions of Business set forth below, an "Advertisement Order" is the contract made between the publishing house and the customer relating to the publication of one or more advertisements or other advertising media (hereinafter together called "Advertisements") by advertisers or other promoters (hereinafter together called "Advertisers") in a magazine or newspaper with the aim of dissemination.

2. A "Closing" is a contract for the publication of several advertisements, with due consideration of the discounts that are to be granted to the Advertiser in accordance with the price list. Each publication is performed upon call by the customer. No discounts will be granted to enterprises of which the business purposes include placing Advertisement Orders for several Advertisers to obtain a joint discount. If a right to call each advertisement is granted in a Closing, the Order must be completed within one year of publication of the first advertisement, insofar as the first advertisement is called and published within one year of the contract being made.

3. If an Order pursuant to Nos. 1 and 2 is not performed due to circumstances for which the publishing house is not responsible, the customer must reimburse to the publishing house the difference between the discount granted and the one corresponding with the actual purchase made, this being without prejudice to any other legal obligations. If nothing has been agreed to the contrary, the customer has a retrospective claim to the discount corresponding to its actual purchase of advertisements within one year.

4. For calculation of purchased quantities, text millimetre lines will be converted into advertisement millimetres in accordance with the price.

5. Orders for advertisements and external supplements which are only to be published or included in certain issues or certain editions or at certain locations in the publication must be received by the publishing house in due time for the customer to be notified before the advertising deadline if the order cannot be performed in this way. Classified advertisements will be printed under the appropriate heading without any express agreement to this effect being required.

Confirmations of placement are issued subject to reservation and placements can be changed for technical reasons. The publishing house cannot be held liable in such cases.

6. Text-section advertisements are advertisements which are adjoined on at least three sides by text and not other advertisements. If advertisements are of a design that is not identifiable as advertising, they will be clearly marked with the word "advertisement" by the publishing house.

7. The publishing house reserves the right to reject advertisements - including separate calls as part of a Closing - and orders for supplements if the following applies:

- their content breaches the law or public-authority regulations or - the Deutscher Werberat (German Advertising Standards Council) has objected to their content in complaint proceedings or
- the publishing house cannot reasonably be expected to publish them in view of their content, design, origin or technical form or
- they are advertisements containing advertising of or for third parties.

Orders for other advertising media will only become binding for the publishing house upon submission and approval of the sample. Advertisements containing advertising of or for third parties (co-operative advertising) are subject in each single case to prior written acceptance by the publishing house. Such acceptance entitles the publishing house to make an extra charge for co-operative advertising.

Supplements of which the format or design gives the reader the impression of being part of the newspaper or magazine or which contain external advertisements can be rejected by the publishing house for such reasons. The customer will be notified immediately of the rejection of an advertisement or other advertising medium.

8. Solely the customer is responsible for on-time supply and flawless quality of suitable artwork or other advertising media. If artwork for advertisements

is supplied in a digital form, the customer must ensure that it is as required, in particular that it complies with the publishing house's format or technical specifications and is provided in due time before the start of publication. Before digital transmission of artwork, the customer must ensure that the transmitted data is free from computer viruses. If the publishing house discovers a computer virus in a file that has been transmitted, it will delete the file without the customer being able to base any claims on such action. The publishing house reserves the right to make damages claims against the customer if it has suffered a loss as a result of such computer viruses transmitted by the customer. The customer shall pay the costs incurred by the publishing house for any artwork amendments requested by the customer or for which said customer is responsible. The features and quality of the advertisements or other advertising media are agreed to be those customary for the respective item pursuant to the data given in the price list and in the confirmation of order, this being as far as possible in view of the artwork provided. This only applies insofar as the customer meets the publishing house's specifications for preparation and supply of artwork.

9. Artwork will only be returned to the customer by special request. The publishing house's obligation to keep the artwork ends three months after initial publication of the advertisement.

10. If publication of the advertisement does not comply with the contractually agreed features and quality or performance, the customer shall have a claim to a reduction in payment or to a non-defective substitute advertisement or to substitute publication of the other advertising medium but only to the extent to which the purpose of the advertisement or the other advertising medium was adversely affected. The publishing house has the right to refuse a substitute advertisement or substitute publication if

- this involves an amount of work which, in view of the content of the contractual obligation and the principles of good faith, is grossly out of proportion with the customer's interest in performance or
- this would only be possible for the publishing house at a disproportionately high cost.

If the publishing house fails to place the substitute advertisement or publish the other advertising medium within the reasonable period that it has been allowed or if the substitute advertisement or publication is again defective, the customer has a right to a reduction in payment or rescission of the order. The order cannot be rescinded in the event of minor defects in the advertisement or publication of the other advertising medium. Any notices relating to non-apparent defects must be submitted within one year of the beginning of the statutory limitation period.

Damages claims resulting from a positive breach of obligation, culpa in contrahendo or an unlawful act are ruled out, including in the event of placement of an order by telephone; damages claims resulting from impossibility of performance and default are limited to compensation for the foreseeable loss and the amount is restricted to the remuneration payable for the relevant advertisement or supplement. This does not apply to intent and gross negligence on the part of the publishing house, its legal representatives and its vicarious agents. Liability of the publishing house for losses due to the lack of warranted features is not prejudiced. In addition, in commercial transactions, the publishing house will not be liable for gross negligence of vicarious agents either; in other cases, liability to merchants for gross negligence is limited in its scope to the foreseeable loss, this being up to the extent of the relevant advertisement payment. The publishing house is liable in accordance with the legal regulations for claims under the Product Liability Act and for injury to life, body or health. Notices of defects - except for non-apparent defects - must be submitted within four weeks of receipt of the invoice and proof. All claims made against the publishing house based on breaches of contractual obligations are subject to a time limitation of one year as of the contractual start of the period of limitation, unless they are due to action with intent.

11. Test proofs will only be supplied upon express request. The customer is responsible for the correctness of the returned test proofs. The publishing house will make all the corrections of which it is notified by the advertiser deadline or within the period allowed when the test proofs were sent.

12. If no special size rulings apply, invoice calculation will be based on the actual printing height as customary for the type of advertisement.

13. The invoice must be paid within the period stated in the price list, unless a different payment period or an advance payment has been agreed in writing in individual cases. Possible discounts for early payment will be granted as per the price list.

Any discount credits and subsequent discount debits will not be made until the end of the advertising year in all cases.

14. In the event of payment default or default, customary bank interest rates and the costs of collection will be charged. In the event of payment default, the publishing house can postpone continued performance of the ongoing order until payment has been made and can require advance payment of the remaining advertisements.

If there is justified reason to doubt the customer's solvency, the publishing house has the right, even during the term of a Closing, to make the publication of further advertisements dependent on advance payment of the sum by the advertising deadline and on settlement of outstanding invoice amounts, irrespective of the payment date originally agreed.

15. The publishing house will supply an advertisement proof on request. Depending on the type and scope of the Advertisement Order, advertisement extracts, tear sheets or complete sample copies will be supplied. If a proof is no longer available, it will be replaced by legally binding confirmation by the publishing house that the advertisement was published and disseminated.

16. Pursuant to Sentence 2, a reduction in the print run in the event of a Closing covering several advertisements can justify a claim for price reduction if the overall average of the advertising year, beginning with the first advertisement, falls short of the guaranteed print run. A reduction in the print run only constitutes a defect justifying a price reduction if and to the extent that

- it amounts to at least 20 % for a guaranteed print run of up to 50,000 copies,
- it amounts to at least 15 % for a guaranteed print run of over 50,000 copies.

A reduction in the print run for the reasons given in Number 23 will not taken into account. The guaranteed print run is the average print run specified in the price list or in some other way or, if no print run has been specified, the average print run sold in the previous calendar year (for specialist magazines, the average print run actually circulated, if applicable).

Any additional claims for price reductions relating to Closings are ruled out if the publishing house notified the customer of the drop in the print run in due time for said customer to be able to rescind the contract before the advertisement was published.

17. For box number advertisements, the publishing house will apply the due care expected of a business professional in keeping and forwarding orders on time. Registered and express letters sent in reply to box number advertisements will only be forwarded by standard post. Incoming post for box number advertisements will be kept for four weeks. Any letters not collected during this time will be destroyed. The publishing house will return valuated documents but has no obligation to do so.

In an individual agreement, the publishing house can be granted the right, as the customer's representative, to open the incoming offers instead and in the declared interest of the customer. No letters in excess of the acceptable DIN A4 format or products or book, and catalogue consignments or packages will be forwarded or accepted. However, acceptance and forwarding can be agreed in exceptional cases if the customer pays the charges/costs thus incurred.

18. The law of the Federal Republic of Germany applies to the Advertisement Order.

The place of performance is the seat of business of the publishing house. In business transactions with merchants, legal bodies and special assets under public law, the legal venue for filing legal action is the seat of business of the publishing house. If publishing house claims are not asserted in dunning proceedings, the legal venue for non-merchants shall be determined by their place of residence.

If the residence or customary whereabouts of the customer, including non-

merchants, is not known when the legal action is filed or if the customer has moved his residence or customary whereabouts outside the jurisdiction of the law since the contract was made, the publishing house's seat of business is agreed to be the legal venue.

19. Advertising agents and agencies have an obligation to comply with the publishing house's price list in their offers, contracts and invoices for Advertisers.

20. Price changes for Advertisement Orders already placed are effective for entrepreneurs if they are announced by the publishing house at least one month before publication of the advertisement or other advertising medium. The customer holds a right of rescission if prices are increased. The right of rescission must be exercised in writing within 14 days of receipt of notification of the price increase.

21. If a joint discount is claimed for affiliated enterprises, written evidence of the group status of the Advertiser will be required. Affiliated enterprises for the purpose of this provision are enterprises between which there is a capital participation of at least 50 percent.

For incorporated companies, group status is to be shown by confirmation by an auditor or submission of the latest business report; for business partnerships, such status is to be shown by submission of an excerpt from the Trade Register. Such evidence must be furnished by no later than the end of the advertising year. Evidence submitted at a later date cannot be recognised in retrospect. Group discounts are always subject to the express written confirmation of the publishing house. Group discounts are only granted for the duration of membership of the group. Termination of group membership must be reported immediately; group discounting ends with termination of group membership.

22. The customer warrants that he possesses all the necessary rights for placement of the advertisement. The customer is solely responsible for the content and for the legal acceptability of both the written and pictorial material provided for advertising and the supplied advertising media. Within the scope of the Advertisement Order, said customer will hold the publishing house harmless in respect of all claims of third parties which may arise for reason of a breach of legal regulations, in particular a breach of competitive and copyright law. In addition, the publishing house will be held harmless in respect of the costs of necessary legal defence. The customer has an obligation to support the publishing house in good faith with its legal defence against third parties, by providing information and documents.

The customer undertakes to pay the costs of publication of any necessary counterstatement at the advertising rate applicable at the time.

The customer assigns to the publishing house all the utilisation, property protection and other rights under copyright law required for use of advertising in print and online media of all kinds, including the internet, such rights being in particular the right of reproduction, dissemination, assignment, broad-casting, making publicly available, removal from a database and call. Said assignment is made to the extent necessary for performance of the order in terms of both time and content. The above rights are assigned without any geographical restriction in all cases.

23. In the event of operational disruptions or in cases of force majeure, illegal labour disputes, unlawful seizure, traffic disruptions, a general shortage of raw materials or energy and similar - both in the publishing house's operations and in external operations which the publishing house uses to meet its obligations - the publishing house has a claim to full payment of the published advertisements, provided that the published product was supplied by the publishing house with 80 % of the print run sold on average in the last four quarters or warranted in some other way. If smaller quantities were supplied by the publishing house, the invoice amount will be reduced in the same ratio as that of the guaranteed sold or warranted print run to the print run actually supplied.

24. In compliance with Section 33 of the Bundesdatenschutzgesetz (BDSG; Federal Data Protection Act), we advise that the necessary customer and delivery data is stored with the help of electronic data processing for the purposes of the business relationship.