

# WEINWIRTSCHAFT



## DONNÉES MÉDIA 2020



# 1 Profil du magazine

## WEINWIRTSCHAFT



### Le profil

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'éditeur:** MEININGER VERLAG GmbH  
Maximilianstr. 7-17  
67433 Neustadt  
Allemagne

**Téléphone:** +49 (0) 63 21 / 89 08-0

Rédaction: -69  
Direction Marketing et Communication -81  
Assistante de la direction -49  
Responsable commercial des espaces média-67  
Administration Marketing -78  
Direction de la production -16

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

**Internet:** [www.meininger.de](http://www.meininger.de)

**eMail:** [contact@meininger.de](mailto:contact@meininger.de)

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

**Contact:** +49 (0)221 58 91 93 93

**E-mail:** [ute.schalberger@t-online.de](mailto:ute.schalberger@t-online.de)

**Mode de parution:** bimensuel, le vendredi

**Tarifs:** Abonnement € 207,20

**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)

	<b>Format utile</b>		<b>Format plein papier</b> plus 3 mm de rogne aux 4 côtés		<b>Prix des annonces</b>
	largeur (mm)	hauteur (mm)	largeur (mm)	hauteur (mm)	en couleur*
Première de couverture	–	–	215	205	€ 5.575
1/1 page	200	250	225	285	€ 4.960
3/4 de page	141	250	156	285	€ 4.165
1/2 page, format horizontal	200	122	225	142	€ 3.470
1/2 page, format vertical	112	250	126	285	€ 3.470
1/3 de page, format horizontal	200	80	225	100	€ 2.635
1/3 de page, format vertical	83	250	97	285	€ 2.635
1/4 de page, format horizontal	200	59	225	79	€ 2.075
1/4 de page, format vertical	53	250	68	285	€ 2.075
1/4 de page, en angle	83	122	–	–	€ 2.075

*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.

<b>Dossiers et Spéciaux</b>	<b>sur demande</b>
<b>Prix pour emplacement préférentiel</b> (Format: plus 3 mm de rogne aux 4 côtés)	en couleur
2 <sup>e</sup> , 3 <sup>e</sup> et 4 <sup>e</sup> de couverture. Format: 225 mm x 285 mm	€ 5.425
1/3 de page, format vertical vis-à-vis contenu. Format: 97 mm x 285 mm	€ 3.055
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)**

<b>Encarts à diffusion complète</b> <i>incl. les frais de distribution</i>	<b>Tip-on-cards</b> <i>incl. les frais de distribution</i>	<b>Suppléments publicitaires</b>
Jusqu' à 25 g € 2.805	<i>Cartes postales collées sur encarts ou annonces pleine page</i>	4 pages € 3.910
Jusqu' à 50 g € 3.565	Coûts de collage (à la machine) € 137 par mille	8 pages € 7.245
Jusqu' à 75 g € 4.020	Coûts de collage (à la main) € 218 par milles	
Jusqu' à 100 g € 4.410		
au-déla 100 g sur demande	<b>Grammage du papier d'encart: 90 g minimum. Format: maximal 210 mm largeur x 275 mm hauteur. Pas de pli en accordéon. Il n'y a pas de rabais sur les encarts détachés, agrafés ou collés.</b>	

<b>Petites annonces: (largeur de colonne 47 mm)</b>	
par mm, N&B	€ 4,95
par mm, couleur	€ 11,15
<b>Annonces occasionnelles:</b>	
Offre d'emploi par mm	€ 3,85
Autres annonces classifiées, par mm	€ 4,05
Supplément couleur 25 %	
Taxe annonce chiffrée	€ 7,00
Taxe annonce chiffrée Etranger	€ 8,50
<b>Max. hauteur de colonne: 240 mm</b>	

<b>Largeur de colonne</b>	<b>Nombre de commandes</b>	<b>Barème de quantité</b>
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. <b>Commission de médiateur: 15 %</b>		

**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	10.01.2020	13.12.2019	02.01.2020	Les Top 100 de 2019   Les vins allemands de Rheinhessen   Les Abruzzes
2	24.01.2020	10.01.2020	16.01.2020	Les salons de vins à Paris   Le marché viticole de la Grèce   Le Tyrol du Sud
3	07.02.2020	24.01.2020	30.01.2020	Dossier spécial Bio 2020   Compte à rebours pour ProWein   L'Argentine
4	21.02.2020	07.02.2020	13.02.2020	Édition principale de ProWein   Les Top 100 des meilleures sociétés dans le monde du vin
5	06.03.2020	21.02.2020	27.02.2020	Les actualités de ProWein   Marques Distributeurs vs. Marques Privées
6	20.03.2020	06.03.2020	10.03.2020	Rétrospective ProWein   Les boissons mixtes à base de vin   Bordeaux : les leaders des primeurs
7	03.04.2020	20.03.2020	26.03.2020	Les nouveautés de Vinitaly   Le Prosecco Rosé   Le management de la relation client (CRM)
8	17.04.2020	03.04.2020	07.04.2020	Les vins d'été   La Mancha   La Rueda
9	02.05.2020	17.04.2020	23.04.2020	Les vins allemands de Wuerttemberg   Les vins de marque allemands   Le Pinot Grigio
10	15.05.2020	30.04.2020	07.05.2020	Le marché des vins rosés   La Vénétie   Bordeaux : le nouveau millésime
11	29.05.2020	15.05.2020	20.05.2020	Dossier spécial d'Autriche   Le Prosecco DOC   La durabilité : viticulture & vente
12	12.06.2020	29.05.2020	04.06.2020	Les best-sellers de l'Espagne   Les vins & boissons chauds   Le Chili
13	26.06.2020	12.06.2020	18.06.2020	Les vins sans alcool   Les vins pétillants   La Toscane   Le Portugal
14	10.07.2020	26.06.2020	02.07.2020	Les caves coopératives allemandes   Le Prosecco DOCG   Les meilleures nouveautés de 2020
15	24.07.2020	10.07.2020	16.07.2020	Les caves coopératives françaises   La nouvelle Grèce   L'Ombrie
16	07.08.2020	24.07.2020	30.07.2020	Les ventes dans l'horeca   Les caves coopératives italiennes   Le Penedès
17	21.08.2020	07.08.2020	13.08.2020	La logistique de la filière vin   La Californie   Les vins allemands de la Moselle
18	04.09.2020	21.08.2020	27.08.2020	Édition d'achat pour l'automne   Les emballages   Les vins de marque internationaux   Les cadeaux
19	18.09.2020	04.09.2020	10.09.2020	Les vins effervescents allemands   La Sicile   La Nouvelle-Zélande
20	02.10.2020	18.09.2020	24.09.2020	Frankreich Extra – Dossier spécial sur les vins français   Les marques fortes de la France   Les vins allemands de Bade
21	16.10.2020	02.10.2020	08.10.2020	Les vins allemands de Wuerttemberg   Le Trentin   Grandes Pagos de Espagne & Tasting
22	30.10.2020	16.10.2020	22.10.2020	Les vins allemands du Palatinat   Les Pouilles & le Primitivo   Le Somontano
23	13.11.2020	30.10.2020	05.11.2020	La Rioja   L'Afrique du Sud   Nebbiolo & Barbera
24	27.11.2020	13.11.2020	19.11.2020	Le Languedoc-Roussillon   Les stratégies des caves   Sangiovese di Romagna
25	11.12.2020	27.11.2020	03.12.2020	L'Autriche   L'Australie   Les vins allemands de la Franconie
26	24.12.2020	11.12.2020	15.12.2020	La vallée du Rhône   Les tendances les plus importantes de l'Espagne   La Roumanie   La rétrospective de l'année 2020

### Salons et manifestations

**Millésime Bio**, Montpellier 27.01. – 29.01.2020 | **Wine Paris & Vinexpo**, Paris 10.02. – 12.02.2020 |  
**BIOFACH**, Nuremberg 12.02. – 15.02.2020 | **MUNDUS VINI printemps**, Neustadt 18.02. – 23.02.2020 |  
**MIWC**, Düsseldorf 14.03. | **ProWein**, Düsseldorf 15.03. – 17.03.2020 | **ProWine-Asia**, Singapore 31.03. – 03.04.2020 |  
**Vinitaly**, Vérone 19.04. – 22.04.2020 | **Alimentaria**, Barcelone 20.04. – 23.04.2020 | **VieVinum**, Wien 06.06. – 08.06.2020  
**ISW**, Neustadt 23.06. – 24.06.2020 | **MUNDUS VINI été**, Neustadt 27.08. – 30.08.2020 |  
**FORUM VINI**, Munich 13.11. – 15.11.2020

<b>Annonces en couleur</b>	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.
<b>Couleurs spéciales (HKS)</b>	sur demande Les suppléments de couleur peuvent faire l'objet de rabais.
<b>Procédé d'impression</b>	Offset, gamme de clichés en couleur trame 70
<b>Papier</b>	Couverture: 150 g/m <sup>2</sup> sans bois, brillant, couché impression Intérieur: 100 g/m <sup>2</sup> SatinLuxo
<b>Structure des annonces</b>	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.

<b>Documents d'impression</b>	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. <b>Les configurations pour le format PDF peuvent (ISO coated v2 300 %) être téléchargées sur le site Internet <a href="http://www.pva.de">www.pva.de</a>.</b> 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.
-------------------------------	--

<b>Transmission de données</b>	Printable PDF (300 dpi) via Courriel : <a href="mailto:fassbender@meininger.de">fassbender@meininger.de</a>
--------------------------------	--

	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.
--	--

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

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

**Publi-promotion**

**Winzer Krems Let's Twist**

Der Weinjahrgang 2012 bleibt der Winzer Krems AG in nachfolgender Erntezeit nicht nur mit einem schillernden und weichen Ager, wie Exporter-Lad, wie Hölzer werden, denn dem qualitativen Jahrgang 2012 können wir zumindest unsere hochwertigen Spezialitäten weiter fördern. Die Sonderausgabe bestatigt unseren konstanten Weg. Per Ende April verzeichnen die Winzer Krems in Österreich ein Umsatzwachstum von 17 Prozent im Vergleich zum vergangen Jahr.

Einmal mehr ein neues Ausmaß überproportional Wachstum bei der Serie Weinherstellung Krems, Gerade wird das erfolgreiche Bild nur ein wenig durch das geringe Ertragsniveau in 2012, dann die Ernte vor nach 2012 die beweisende der letzten 30 Jahre. Dennoch gibt Hölzer für seine Kunden vorwärts Enternung, alles hängen. Nun hoffen wir, wie alle, auf eine gute Ernte 2013. In Hoch ist es nicht nur zu freuen, sondern auch zu hoffen, dass die ersten Klagen bei der Vegetation im Sommer angeht. Ein langer Winter, jedoch ohne Frostschäden, und durchschnittliche Niederschläge im Winter und im Frühjahr führen zu einem perfekten gleichzeitigen Anstieg, wie die Winzer im Diskussion, lange nicht erreicht haben, nach ein Gefühl von Spaß lösen scheint weinherd gebildet.

Es sieht also so aus, als könnten die Winzer Krems ihre Erfolgsreihe «Weinherstellung Krems» und ihr Qualitäts- und Genuss-Normen-Produkt, Maltemaster Krems, um einen Schritt lassen. Mit dem Jahrgang 2012 gibt es in beiden Serien eine Neuerung. Die kompletten Serien «Weinherstellung Krems» für den qualifizierten Lebensmittelhandel und «Maltemaster Krems» (Kellerei für Gastronomie & Fachhandel) werden mit dem gerade erfolgten Jahrgangswettbewerb auf Schweizer Weinherstellung.

Au Anhängen dieser besonderen und nachfolgenden Produktion haben sich die Winzer Krems bewusst sehr lange Zeit gelassen mit dieser Entscheidung und am Netzwerk wegzugehen. Letztlich hat der Wunsch des Marktes nach einem praktischen Überwinden Ausschlag für den Umsatz gegeben, wie die Marktsituationen froh und hoch. Rosenheim sehen wir den Schraubverschluss in puncto Qualitätssicherung und Sicherheit als klaren Produktionsfortschritt, begründet die Winzer Krems ihre Entscheidung. Die Präsentation aus dem Einzelhandel Weinherstellung Grüner Weinherstellung und Weinherstellung Grüner Weinherstellung, sowie die im Hoch ausgebauten Rosenheim, sollen jedoch weiterhin mit höchstem Niveau verschlossen werden. Parallel zum Schraubverschluss wurde auch die Ausstattung vorzüglich weiterentwickelt, mit einem modernen Schriftbild und einem neuen Karven Fokus auf die Hauptausgabe.

**Winzer Krems AG**  
Bismarckstr. 13 • 34000 Krems  
www.winzerkrems.at, Tel. +43 (0) 3722 8511

**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 du 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**

**WEINWIRTSCHAFT**

**WEINWIRTSCHAFT**

**VDF WÄCHST AN AHR**  
Die Bildung Partegarten auf Hellingen ist als bestes Mitglied in dem Spitzenverband der VDF aufgenommen worden.

**33 Lagen für Sauer**  
26. Juni 2013, 11:46  
Einiger aus dem Saarländischen Weinbauverband werden angetan.

**Eisenrad kommt zu ZonenB21**  
26. Juni 2013, 11:46  
Die ZonenB21 wird ihre Eisenrad Verkaufsaktion der deutschen Weinländer.

**GDF kooperiert mit Schlumberger**  
16. Juni 2013, 11:46  
Sommerberg übernimmt als 1. Juli 2013 in Deutschland den Verkauf von sechs Mitgliedern der Gruppe Schlumberger (GDF). Dieser wird ein neues über deren Tochterfirma GDF Deutschland.

**Neuer Präsident im Cillba**  
16. Juni 2013, 11:46  
Rainer Prinz gibt den Staat nach über Winsten an David Buzin an.

**33 Lagen für Sauer**

**WEINWIRTSCHAFT auf Facebook**  
16. Juni 2013, 11:46  
Teilen Sie auch die offizielle WEINWIRTSCHAFT Facebook Fanpage.

**aktuelle Termine**  
1. Internationaler Weinwettbewerb DgW 2013  
1. Juni 2013  
Lamm

**Prämierungen**  
2013 Dorina Lindemann Touriga Nacional  
Quinta da Penha - Doc Vinhos da Lda  
Marmelo-Oliveira (Portugal)

**Zum Weinbau Service**  
der weinbau service

**CONTENT AD**  
600 x 150 px

**Prix pour 2 semaines**

**Full banner:**  
770 Euro

**Content Ad:**  
715 Euro

**Medium Rectangle:**  
920 Euro

**Des questions?**  
**Contact:**  
Charlotte Diemer  
diemer@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, Franz Haas,  
Clemens Gerke, Annika Ziehl  
Iris Trenkner-Panwitz

## 5 Annonces

Ralf Clemens (Direction Marketing et Communication)  
Silke Geiger (Assistante de la direction)  
Jörg Sievers (Responsable commercial des espaces média)  
Charlotte Diemer (Conseillère de media)

## 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 08-0

## 10 Télécopieur

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

## 11 Internet

www.meininger.de

## eMail

contact@meininger.de

## 12 Calendrier des thèmes/ dates de parution

voir liste des thèmes et calendrier 2020

## 13 Tarifs

207,20 €

## 14 Analyse quantitative 2018 = 26 numéros

**Format du magazine:** 225 mm Largeur x 285 mm Hauteur

**Nombre total de pages:**

1.616 pages = 100,00 %

**Part rédactionnelle:**

1.210 pages = 74,88 %

**Annonces:**

406 pages = 25,12 %

dont annonces occasionnelles

20 pages

pages spéciales:

0 pages

**encarts:**

3

dossiers

0

## 15 Analyse de contenu de la partie rédactionnelle 2018 = 1.210 pages

WEINKompakt

225 pages = 18,6 %

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

Eins. Zwei. Drei.

26 pages = 2,1 %

WEINMacher

260 pages = 21,5 %

- reportages, articles de fond,

Fassweinpreise

39 pages = 3,2 %

WEINHandel

190 pages = 15,7 %

- sondages sur la conjoncture, rapports sur le

marché et analyses

Analytics

26 pages = 2,1 %

Navigatör

48 pages = 4,0 %

Marchés et prix

52 pages = 4,3 %

WEINTest

123 pages = 10,3 %

Editorial

26 pages = 2,1 %

Inhalt

39 pages = 3,2 %

Finale

26 pages = 2,1 %

Dossier / Special

104 pages = 8,7 %

Vorschau / Impressum

26 pages = 2,1 %

1.210 pages = 100,0 %

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

moyenne annuelle  
(du 1er juillet 2018 au 30 juin 2019)

<b>Tirage:</b>	7.000
<b>Diffusion effective:</b>	6.922
	2.115 abonnements
	74 autre vente
<b>Numéros vendus:</b>	2.189
<b>Spécimens:</b>	4.733
	78 reste, archives et numéro justificatif

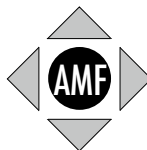
**18 Analyse géographique de diffusion:**

Espace économique	Cote de diffusion effective	
	Pourcentage	Exemplaires
Allemagne fédérale	95,3	6.598
Etranger	4,7	324
<b>Diffusion effective</b>	<b>100,0</b>	<b>6.922</b>
<b>Nielsen-région 1</b>	<b>9,9</b>	<b>654</b>
<b>Nielsen-région 2</b>	<b>12,0</b>	<b>793</b>
<b>Nielsen-région 3a</b>	<b>41,8</b>	<b>2.759</b>
<b>Nielsen-région 3b</b>	<b>18,7</b>	<b>1.227</b>
<b>Nielsen-région 4</b>	<b>13,0</b>	<b>860</b>
<b>Nielsen-région 5</b>	<b>2,8</b>	<b>182</b>
<b>Nielsen-région 6</b>	<b>0,8</b>	<b>55</b>
<b>Nielsen-région 7</b>	<b>1,0</b>	<b>68</b>
	<b>100,0</b>	<b>6.598</b>

**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
	<b>Commerce de vins et alcools</b>	<b>41,9</b>	<b>2.901</b>
	dont		
4118	a) cavistes	33,9	2.347
4316	b) importateurs	8,0	554
4111	<b>Petites et grandes surfaces</b>	<b>3,9</b>	<b>270</b>
4311	<b>Caves coopératives</b>	<b>50,3</b>	<b>3.482</b>
	<b>Représentants, commissionnaires</b>	<b>0,9</b>	<b>62</b>
	<b>Administrations, associations, écoles, industries, banques</b>	<b>3,0</b>	<b>208</b>
	<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>6.922</b>



# 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 to 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 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 limit 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 price 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 one-time 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 invoiced 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 articulated, 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 valuable 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.