GASTRO.CULTURE.NOW!

fizzz®

MEDIADATEN 2023

MEININGER VERLAG
120 JAHRE
1903-2023

1

Zeitschriftenprofil

Mit FIZZZ erreichen Sie die Meinungsmacher und Multiplikatoren der Gastronomiebranche.

Die Zielgruppe:
FIZZZ ist Pflichtlektüre für Inhaber, Betreiber, Barkeeper sowie das Gastro-Management und dient als unverzichtbare Informationsquelle für aktuelle Trends.

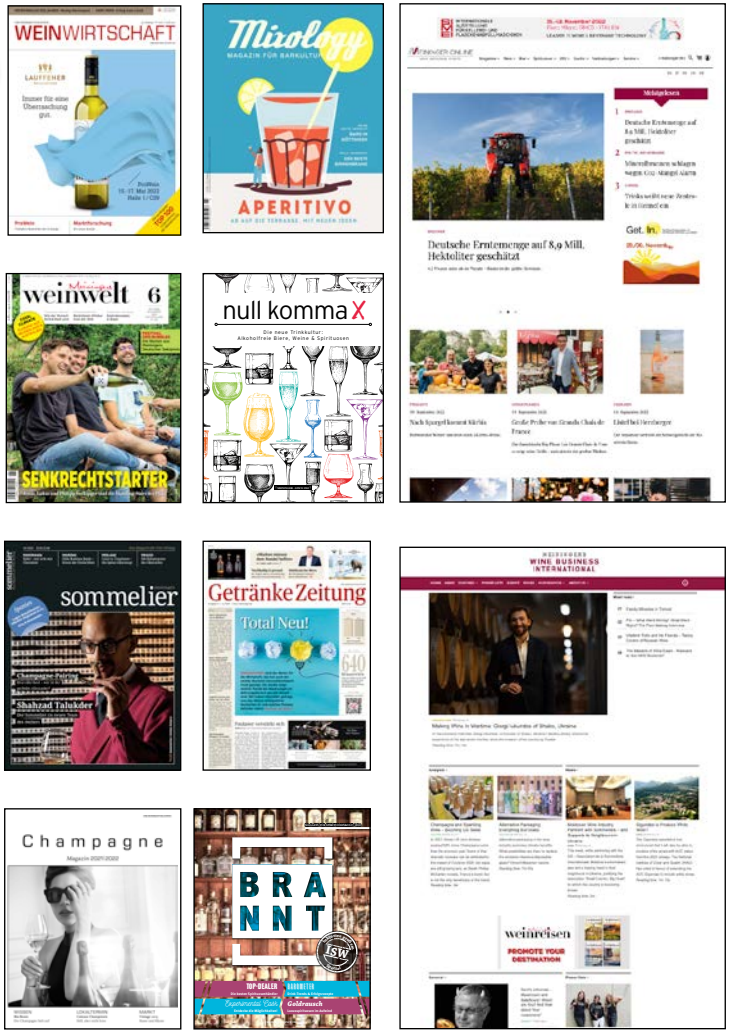
Die Philosophie:
FIZZZ ist das Magazin für die Opinion-Leader der Branche. Zukunftsorientierte Themen sind die Basis für den Informationsvorsprung, den die Top-Player von heute und morgen brauchen, um den Markt mit ihren Ideen weiterzuentwickeln.

Die Themen:
Gastro.Culture.Now! Trendsetzende Gastronomiekultur für Profis, von einem Team, das fokussiert, kommentiert und prognostiziert. Mit den aktuellsten Gastronomie-Trends, packenden Reportagen, spannenden Interviews, kritischen Kommentaren und vielen Service-Themen.

Beverage, Food, Interior, Technik: FIZZZ ist klar, schnell, prägnant, stylish, mutig, inspirierend und einzigartig. Mit individuell recherchierten redaktionellen Inhalten und starkem Layout.

Und für Leser, die lieber digital in die Zukunft der Gastronomie schauen, haben wir auch eine digitale Version.

Weitere
MEININGER
Publikationen



fizzz GASTRO.CULTURE.NOW!®

MEININGER VERLAG

2

Verlagsangaben

Verlag: **MEININGER VERLAG GmbH**
Maximilianstr. 7-15
D-67433 Neustadt

Kontakt:

Chefredaktion:
Barbara Becker +49 (0) 63 21 / 89 08-75

Redaktion:
Benjamin Brouër +49 (0) 63 21 / 89 08-35
(stellv. Chefredakteur)
Tim Allgaier +49 (0) 63 21 / 89 08-22

Geschäftsleitung Sales & Marketing:
Frank Apfel +49 (0) 63 21 / 89 08-81
apfel@meininger.de

Assistentin Geschäftsl. Sales & Marketing:
Silke Geiger +49 (0) 63 21 / 89 08-49
geiger@meininger.de

Mediaberatung:
Nathalie Brust +49 (0) 63 21 / 89 08-47
brust@meininger.de

Michael Bosch +49 (0) 63 21 / 89 08-40
bosch@meininger.de

Verwaltung:
Miriam Raffel +49 (0) 63 21 / 89 08-48
raffel@meininger.de

Produktion (verantwortlich):
Patrick Rubick +49 (0) 63 21 / 89 08-55

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

Internet: www.meininger.de
www.fizzz.de

Erscheinungsweise: monatlich

Bezugspreis: Jahresabonnement € 99,00 (Inland)
(inkl. Porto und MwSt.)

Einzelpreis: € 7,50

Zahlungsbedingungen: Sofort ohne Abzug. Bei Vorauszahlung bzw. Abbuchung 2 % Skonto

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

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

3.1

Themen- und Terminplan 2023

Ausgabe	Erscheinungs-termin	Anzeigen-schluss	Druckunter-lagenschluss	Messen/ Veranstaltungen	Drinks & Food	Technik, Equipment & Mobiliar	Online Themenmonat
1/2023	28.12.2022	24.11.2022	02.12.2022	**HOGA,** Nürnberg 15. – 17.01.2023	– Trend Report 2023 – Best of Getränke, Food, Design & Konzepte – Top-Getränke + Newcomer 2022: Ergebnisse der FIZZZ-Umfrage (Spirituosen, AfG, Bier, etc.)		AfG-Destillate
2/2023	25.01.2023	21.12.2022	02.01.2023	**Ambiente,** Frankfurt/Main 03. – 07.02.2023 **BIOFACH,** Nürnberg 14. – 17.02.2023	– Sirup – Spezialitätenbier – Spirituosentrends 2023 – Best of: ISW 2022	– Möbel-Styles: New Season	Wodka
3/2023	22.02.2023	30.01.2023	06.02.2023	**INTERNORGA,** Hamburg 10. – 14.03.2023 **ProWein,** Düsseldorf 19. – 21.03.2023	**Messevorschau ProWein + INTERNORGA** – Alkoholfreie Getränke – Trends 2023 – Hard Seltzer – Wein/Schaumwein – Cocktail-Premixes – ASIEN SPEZIAL: Spirituosen & Drinks **BARISTA – Das Kaffee Specia**	– Outdoor-Möbel	Bier
4/2023	29.03.2023	01.03.2023	08.03.2023		– Wasser – Aperitif-Kult 2023 – Eierlikör – Rum: News & Drinks – Weizenbier – Wermut	– Geschirr – To-Go-Equipment	Gin
5/2023	26.04.2023	29.03.2023	05.04.2023	**Vinitaly,** Verona 02. – 05.04.2023	– Radler – Cider – Deutscher Gin – Whiskey Worldwide – Brände – Food Trends – Best of: Frühjahrsmessen	– Gastro-Fashion	Likör
6/2023	31.05.2023	03.05.2023	10.05.2023		– Alkoholfreie Destillate – Filler: Bestseller & Neuheiten – Schorlen – Helles – Aquavit – Kaffee: News & Tools – ITALIEN SPEZIAL: Spirituosen & Drinks	– Kaffeevollautomaten – Küchentechnik	Tequila
7/2023	28.06.2023	31.05.2023	07.06.2023		– Eistee – Biertrends – Wodka – Tequila – Sommerdrinks	– Möbeltrends Indoor – Digitale Gastro-Tools	Aperitif

3.2

Themen- und Terminplan 2023

fizzz GASTRO.CULTURE.NOW!®

Ausgabe	Erscheinungs-termin	Anzeigen-schluss	Druckunter-lagenschluss	Messen/ Veranstaltungen	Drinks & Food	Technik, Equipment & Mobiliar	Online Themenmonat
8/2023	26.07.2023	28.06.2023	05.07.2023		– Mate – Saft – alkoholfreie Biere – Likör – Gin Drinks – US Whiskey	– Gläser	Whisk(e)y
9/2023	30.08.2023	02.08.2023	09.08.2023	**FIZZZ AWARDS,** Düsseldorf September 2023	– Kaffee: Trends & Konzepte – Cola-Getränke – Whisk(e)y Round-Table – Korn – Cognac – SPANIEN SPEZIAL: Spirituosen & Drinks	– Kaffee: Siebträgermaschinen	Filler
10/2023	27.09.2023	30.08.2023	06.09.2023	**ANUGA,** Köln 07. – 11.10. 2023 **Bar Convent,** Berlin Oktober 2023	**Messevorschau BCB** – Energy-Drinks – Rum Trends – Scotch Whisky – Weinbrand & Brandy – Internationale Markenbiere – Filler: Neue Drinkideen **BRANNT Magazin für Spirituosenkult**	– Spülmaschinen – Interior: Design-Trends und Gestaltung	Kräuter & Bitter
11/2023	25.10.2023	27.09.2023	04.10.2023	**FORUM VINI,** München 03. – 05.11.2023	– Limonaden – Bier-Gastronomiekonzepte – Irish Whiskey – Aromatisierte Spirituosen – Kräuter- und Bitterspirituosen	– Tableware-Trends	Kaffee
12/2023	29.11.2023	02.11.2023	08.11.2023		– Hot Drinks Trends: Tee, Kaffee, Schokolade, Glühwein & Co. – Prosecco, Sekt & Co. – Internationaler Gin – Winterdrinks 2023 – DRY JANUARY SPEZIAL: Alkoholfreie Destillate & Drinks	– Möbel: Lounge & Chair	Rum
1/2024	27.12.2023	29.11.2023	06.12.2023	**FINEST SPIRITS,** München Februar 2024	– Trend Report 2024 – Best of Getränke, Food, Design & Konzepte – Top-Getränke + Newcomer 2023: Ergebnisse der FIZZZ-Umfrage (Spirituosen, AfG, Bier etc.)		

Rubriken Neue Produkte aus dem Bereich Getränke, Food und Technik, Lokaldesign und Ausstattung, internationale Trends und betriebswirtschaftliche Themen
Regelmäßig mit Supplement MEININGER MAGAZIN

Änderungen vorbehalten

4

Anzeigenformate und -preise in €

(ohne Mwst./Preisliste Nr. 29, gültig ab 1.10.2022)

Größe in Seitenteilen	Formate im Satzspiegel		Angeschnittene Anzeigen zuzüglich Beschnitt an allen Seiten je 3 mm		Preise für Anzeigen
	Breite (mm)	Höhe (mm)	Breite (mm)	Höhe (mm)	farbig*
1/1 Seite	204	303	234	332	€ 5.700
1/2 Seite hoch	100	303	115	332	€ 4.100
1/2 Seite quer	204	149	234	164	€ 4.100
1/3 Seite hoch	65	303	79	332	€ 3.600
1/3 Seite quer	204	100	234	118	€ 3.600
1/4 Seite hoch	48	303	62	332	€ 3.300
1/4 Seite quer	204	74	234	92	€ 3.300
1/4 Seite Eckfeld	100	149	–	–	€ 3.300
1/8 Seite	48	149	–	–	€ 2.650

Formate auf Doppelseiten					
2/1 Seite	438	303	468	332	€ 11.400
2 x 1/2 Seite quer über Bund	438	149	468	164	€ 8.200

Angeschnittene Anzeigen: Bei Anzeigen mit Anschnitt müssen werbewichtige Text- und Bildelemente ausreichend Abstand zum Beschnitt haben (mind. 10 mm).

**Preise jeweils für Schmuckfarben nach der Euro-Skala*

Sonderformate/Sonderplatzierungen (Breite x Höhe)	
Sonderformate und Sonderwerbeformen	Auswahl s. Punkt 5.1 + 5.2
2./4. Umschlagseite. Format: 234 mm x 332 mm, farbig	€ 6.000
Platzierungsvorschriften (Mindestgröße 1/2 Seite)	Aufpreis 15 %
Stornofrist für Umschlagseiten 6 Wochen vor Erscheinen	

mm-Anzeigen

(Spaltenbreite 48 mm, Mindesthöhe 40 mm)

je mm, s/w	€ 3,90
je mm, farbig	€ 18,00

Stellenmarkt

(Spaltenbreite 48 mm, Mindesthöhe 40 mm)

Stellenangebot je mm	€ 2,55 (s/w) / € 3,30 (4c)
Stellengesuch je mm	€ 2,15 (s/w) / € 2,80 (4c)
Chiffregebühr Inland/Ausland	€ 7,50 / € 9,00
Business online Zeilenpreis	€ 9,00/Logo € 58,00 ab 5 Zeilen Logo inkl.

Rubrikanzeigen sind nicht rabattierfähig.

Nachlässe	Malstaffel	Mengenstaffel
	3 Anzeigen = 3 % 6 Anzeigen = 5 % 9 Anzeigen = 10 % 12 Anzeigen = 15 % 24 Anzeigen = 20 %	1 Seite = 3 % 3 Seiten = 5 % 6 Seiten = 10 % 9 Seiten = 15 % 12 Seiten = 20 %
Mal- und Mengenstaffeln sind nicht kombinierbar. **Mittlerprovision 15 %**		

5.1

Weitere Formate, Sonderformate und -preise in €

(ohne Mwst./Preisliste Nr. 29, gültig ab 1.10.2022)

fizzz GASTRO.CULTURE.NOW!®

Vollbeilagen *inkl. der Vertriebskosten*		**Teilbeilagen** *inkl. der Vertriebskosten*		**Tip-on-cards** *inkl. der Vertriebskosten*	
bis 25 g	€ 2.270	bis 25 g je Tausend	€ 410	*Aufgeklebte Postkarten auf Einheftern oder ganzseitigen Anzeigen*	
bis 50 g	€ 2.900	bis 50 g je Tausend	€ 510	Klebekosten (maschinell)	€ 155 pro Tausend
bis 75 g	€ 3.250	über 50 g je Tausend	auf Anfrage	Klebekosten (von Hand)	€ 245 pro Tausend
bis 100 g	€ 3.500	Mindestauflage: 1.000 Exemplare			
über 100 g	auf Anfrage	*Beilagenstärke Papier: mind. 90 g. Kein Zick-Zack-Falz. Format: max. 230 mm Breite x 325 mm Höhe.* *Beilagen und Beihefter sind nicht rabattierfähig.*			

Sonderwerbeformen Innenteil		Breite x Höhe in mm	Beschreibung	Preise
Streifenanzeige, mittig		234 x 100	Ihre Anzeige (1/3) in der Mitte der Seite, oben und unten umschlossen von Redaktion	3.990 €
Inselanzeige		100 x 180	Ihre Anzeige in der Mitte der Seite – an allen vier Seiten umschlossen von Redaktion	4.990 €
unten mittig		229 x 118	Ihre Anzeige wird auf einer Doppelseite unten (im Anschnitt) platziert und geht in gleichen Teilen über Bund	4.150 €
1/2 Seite diagonal		diagonal von 234 x 332	Ihre Anzeige verläuft auf einer rechten Seite diagonal im Anschnitt rechts	5.200 €
Fensterfalz		234 x 332 Klapper außen/innen links 120 x 332 rechts 116 x 332	Die FIZZZ-Titelseite wird von einer 2-teilig aufklappbaren Fensterfalz umschlossen *** Technische Hinweise beachten**	14.900 €

5.2

Weitere Formate, Sonderformate und -preise in €

(ohne Mwst./Preisliste Nr. 29, gültig ab 1.10.2022)

Sonderwerbeformen Innenteil		Breite x Höhe in mm	Beschreibung	Preise
Banderole		506 x 100	Die Banderole umschließt fizzz-Ausgabe **** Technische Hinweise beachten**	9.200 €
Klapper		221 x 332 Klappe Vorder- und Rückseite 231 x 332 2. Umschlagseite	2. Umschlagseite ergänzt um 2-seitigen Klapper nach innen. Ihre Werbung beinhaltet 3 Anzeigenseiten: Einzelseite und Doppelseite.	16.600 €
Marken Spezial		234 x 332	1/1 Seite Layout, Text, Kreation fizzz Netto/Netto (keine Rabatte möglich)	5.700 €
Advertorial		468 x 332	Doppelseite Layout, Text, Kreation fizzz-Redaktion Netto/Netto (keine Rabatte möglich)	11.400 €

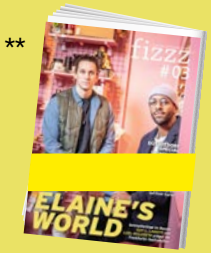
Technische Hinweise:

*

Format Fensterfalz:

Falz außen/innen:
links 120 mm B x 332 mm H - rechts 116 mm B x 332 mm H
jeweils + 3 mm Beschnitt
Achtung: 5 mm Überlappung rechter Klapper (nicht sichtbar)

Beim Fensterfalz sind zu berücksichtigen:
Publikationsdaten + Logo fizzz (oberes Heftfünftel auf der linken und rechten Seite).Die Gestaltung der Titelseite erfolgt in Absprache mit dem Verlag.

** 

Banderole

Datenmaterial kommt in Absprache
mit dem Verlag über den Kunden/Agentur.
Druck und Klebung erfolgt über Verlag.
Papierqualität deckungsgleich mit Trägerzeitschrift,
Individuallösungen auf Anfrage.

6.1

Online Werbeformate

(Preise in € ohne Mwst.)

Formate & Preise 2023

Banner Website FIZZZ (2 Wochen)		
Name	**Größe**	**meininger.de**
Half Page Ad	300x600px	1.285 €
Medium Rectangle	300x250px	1.200 €
Large Leaderboard	970x90px	1.375 €
Large Mobile Banner (nur mobil)	320x100px	550 €

Preise für zwei Wochen; Mindestbelegung: zwei Wochen; Maximale Belegung pro Platz: 3; Maximale Reservierungsdauer: 7 Tage.

Bei Buchung des Large Leaderboard kann dieser nach Verfügbarkeit auf der Startseite meininger.de gespiegelt werden.

Wein
Bier
Spirituosen
Alkoholfreie Getränke
Gastronomie
Technik

Online-Begleitung FIZZZ Themenmonat

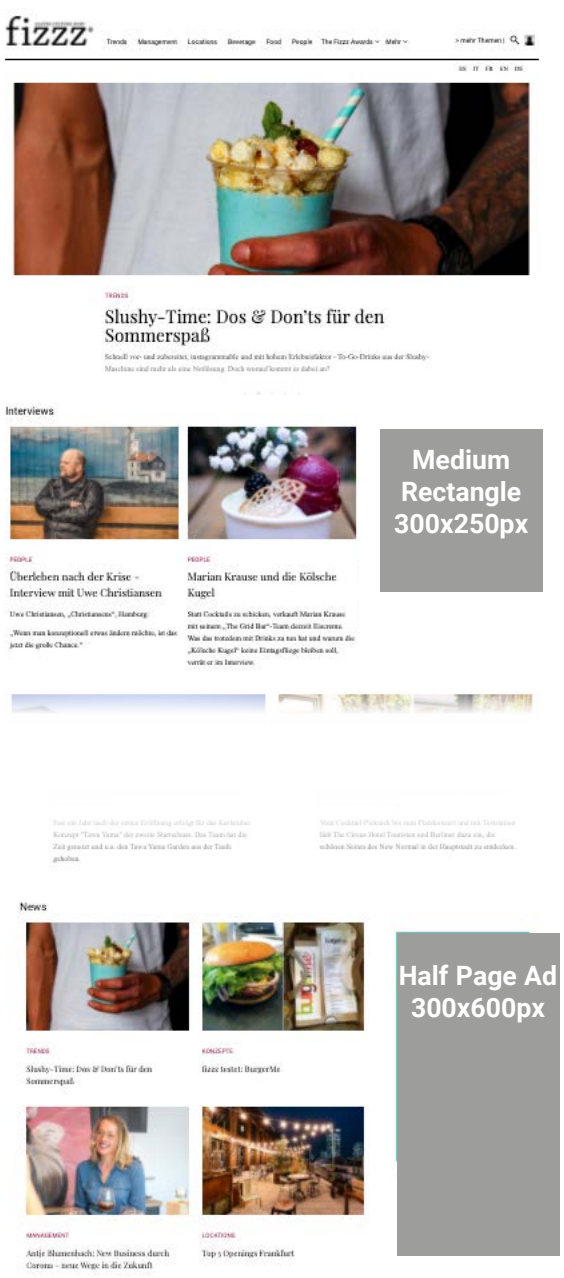
Produktvorstellung + Cocktailpräsentation
im themenspezifischen, redaktionellen Fließtext

- Je max. 500 Zeichen
- 1 Bild
- Verlinkung nach Wahl
- Dauerhaft online

€ 990

Monatsthemenplan
siehe 3.1

Large Leaderboard 970x90px



Medium Rectangle 300x250px

Half Page Ad 300x600px

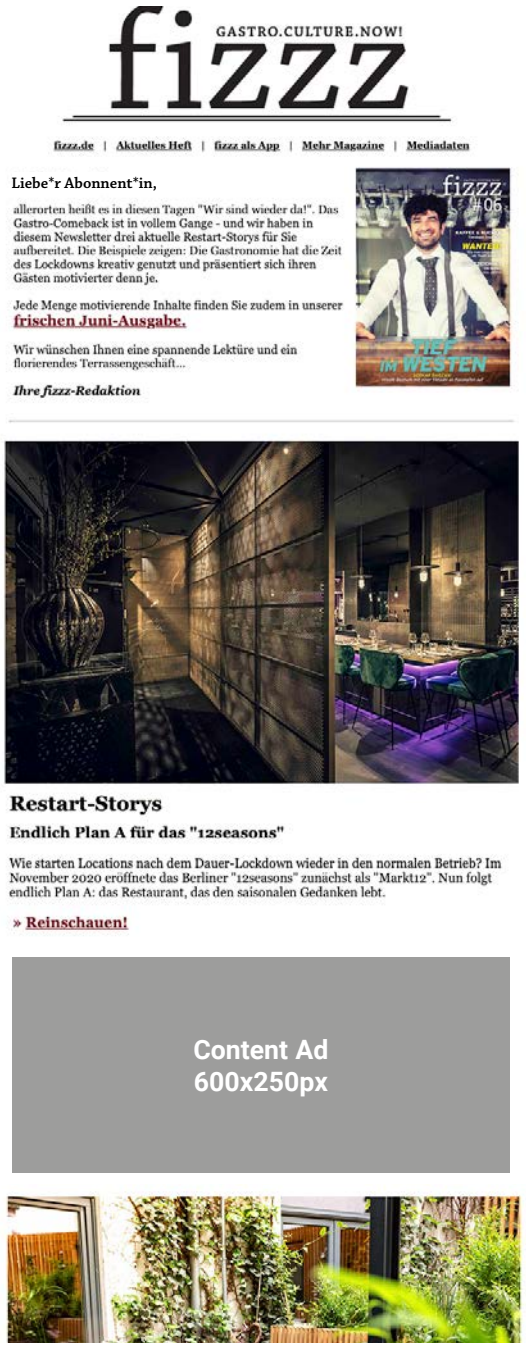
6.2

Online Werbeformate

(Preise in € ohne Mwst.)

Formate & Preise 2023

Banner Newsletter FIZZZ (erscheint wöchentlich)		
Name Content Ad	**Größe** 600x250px	**Preis/Schaltung** 525 €



6.3

Online Werbeformate

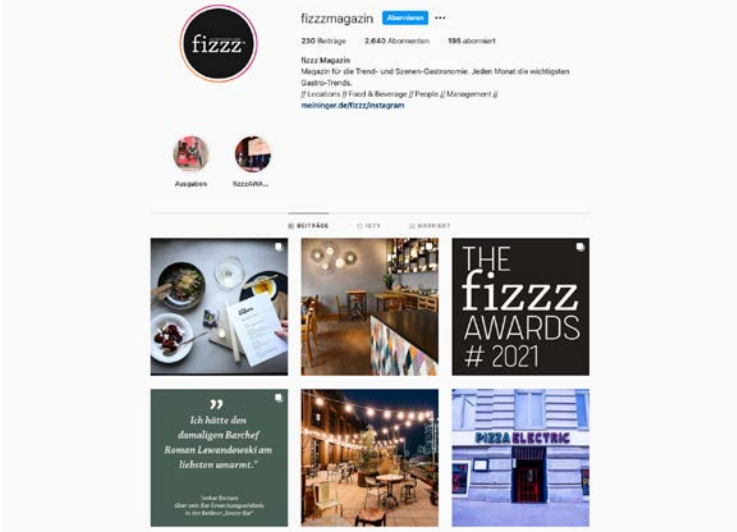
(Preise in € ohne Mwst.)

Online-Advertorial € 1.850

Text (2.500 Zeichen)
Titelbild
Bild im Fließtext
Verlinkung nach Wahl

ADD-ONS:

Instagram Post Feed[1]	**€ 550**
Instagram Story[2]	**€ 550**
Facebook Post[3]	**€ 550**
Banner Newsletter (600x250px)	**€ 525**
Teaser Newsletter	**€ 375**



1 - bis zu 3 Bilder pro Post
2 - bis zu 5 aufeinander folgende Stories
3 - bis zu 3 Bilder, Verlinkung Ihrer Wahl

FIZZZ Online Special

Online Advertorial
Banner Homepage (300x250px)
Banner Newsletter (600x250px)
Teaser Newsletter
Facebook Post
Instagram Post
€ 4.040

7

Drucktechnische Infos

Farbanzeigen

Farben aus Farbskala ISO 2846-1. Sonderfarben oder Farbtöne, die durch den Zusammendruck von Farben der verwendeten Skala nicht erreicht werden können, bedürfen besonderer Vereinbarung. Einzelheiten auf Anfrage. Der Verlag behält sich vor, aufgrund technischer Erfordernisse, Schmuckfarben auch aus der Vierfarbskala aufzubauen. Geringe Tonwertabweichungen sind im Toleranzbereich des Offsetdruckverfahrens begründet.

Sonderfarben (HKS)

auf Anfrage
Farbzuschläge sind rabattierfähig.

Druckverfahren

Bogen-Offset, Druck im 70er Raster

Papier

Umschlag - 200 g/qm
MultiArt Silk h'frei weiß halbmatt gestr. BD
Innenteil - 115 g/qm
MultiArt Silk h'frei weiß halbmatt gestr. BD

Verarbeitung

Klebebindung

Anzeigengestaltung

Bei Neugestaltung bzw. Änderung vorhandener Druckunterlagen berechnen wir die Selbstkosten. Jede Anzeige, von unserem Verlag entworfen und hergestellt, bleibt Eigentum des Verlages und darf nur mit schriftlicher Erlaubnis des Verlegers weiterverwendet werden.

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.westermann-druck.de/downloads heruntergeladen werden.** 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.

Datenanlieferung

Druck-PDF (300 dpi) via
E-Mail: raffel@meininger.de

Erforderliche Proof- oder Satzarbeiten werden zum Selbstkostenpreis weiterberechnet. Bitte beachten Sie auch die Geschäftsbedingungen in der Auftragsbestätigung.

Versandanschrift Druckunterlagen

MEININGER VERLAG GmbH
Frau Miriam Raffel
Maximilianstr. 7-15
D-67433 Neustadt/Weinstraße

Versandanschrift Beilagen

westermann Druck | pva
c/o johnen-druck GmbH & Co. KG
Abt. Lettershop / TAV
Bornwiese 5
54470 Bernkastel-Kues

8

Redaktion / Verlag / Umfangs-Analyse / Inhalts-Analyse

fizzz GASTRO.CULTURE.NOW!®

1 Kurzcharakteristik
FIZZZ ist das Fachmagazin für die trendorientierte junge Gastronomie und Impulsgeber für die gesamte Gastronomiebranche. Neben Informationen über erfolgreiche Gastronomiekonzepte und deren Macher berichtet FIZZZ über Innovationen im Bereich Getränke, Food, Ausstattung und Technik. Beiträge über nationale und internationale Trends, Business-Strategien und Service-Themen liefern umsetzbare, praxisorientierte Anregungen.

2 Organ –

3 Herausgeber Peter Meininger

4 Redaktion
Barbara Becker (Chefredaktion)
Tel. +49 (0) 63 21 / 89 08–75

Benjamin Brouër (stellv. Chefredakteur)
Tel. +49 (0) 63 21 / 89 08–35

Tim Allgaier (Redaktion)
Tel. +49 (0) 63 21 / 89 08–22

5 Anzeigen
Frank Apfel (Geschäftsleitung Sales & Marketing)
Tel. +49 (0) 63 21 / 89 08–81

Silke Geiger (Assistentin Geschäftsl. Sales & Marketing)
Tel. +49 (0) 63 21 / 89 08–49

Nathalie Brust (Mediaberaterin)
Tel. +49 (0) 63 21 / 89 08–47

Michael Bosch (Mediaberater)
Tel. +49 (0) 63 21 / 89 08-40

Miriam Raffel (Verwaltung)
Tel. +49 (0) 63 21 / 89 08–48

6 Gründungsjahr 29. Jahrgang 2023
Erscheinungsweise monatlich

7 Verlag MEININGER VERLAG GmbH

8 Postanschrift Maximilianstraße 7–15
D-67433 Neustadt an der Weinstraße

9 Telefon +49 (0) 63 21 / 89 08–0

10 Telefax +49 (0) 63 21 / 89 08–80

11 Internet: www.meininger.de

E-Mail: brust@meininger.de
bosch@eininger.de

12 Erscheinungs-Redaktionsplan Erscheinungs-/ Themenplan
siehe Themen- und Terminplan 2023

13 Bezugspreis Jahresabonnement (inkl. Porto und MwSt.)
Inland 99,00 €
Einzelverkaufspreis 7,50 €

14 Umfangs-Analyse 2021 = 11 Ausgaben

Format der Zeitschrift:	234 x 332 mm			
Gesamtumfang:	634	Seiten	=	100,0 %
Redaktioneller Teil:	531	Seiten	=	76,5 %
Anzeigenteil:	163	Seiten	=	23,5 %
davon				
Gelegenheitsanzeigen		0,8	Seiten	
Bei-, Ein- und Durchhefter		0,0	Seiten	
Beilagen:		1,0	Stück	
davon Teilbeilagen:		0,0	Stück	

15 Inhalts-Analyse des redaktionellen Teils 2021 = 531 Seiten

Branchennews	48	Seiten	=	9,0 %
Neue Lokale	41	Seiten	=	7,7 %
Gastronomie-Trends	114	Seiten	=	21,5 %
Szenen-Guide	62	Seiten	=	11,7 %
Management	61	Seiten	=	11,5 %
Getränke	98	Seiten	=	18,5 %
Food	32	Seiten	=	6,0 %
Technik/Equipment	25	Seiten	=	4,7 %
Interior/Design	28	Seiten	=	5,3 %
= 509	**Seiten**			**95,9 %**
+11	Seiten Editorial			
+11	Seiten Inhalt			
= 22	**Seiten**			**4,1 %**
= 531	**Seiten**		**=**	**100,0 %**

9

Auflagen- und Verbreitungs-Analyse / Strukturanalyse Empfänger

16 Auflagenkontrolle:

17 Auflagen-Analyse: Exemplare pro Ausgabe
im Jahresdurschschnitt 1. Juli 2021 bis 30. Juni 2022

Druckauflage:	6.000	
Tatsächlich verbreitete Auflage: (TvA)	5.922	
	873	**Abonnierte Exemplare**
	150	**sonstiger Verkauf**
Verkaufte Auflage:	1.023	
Freistücke:	4.899	
	78	**Rest-, Archiv- und Belegexemplare**

18 Geographische Verbreitungs-Analyse:

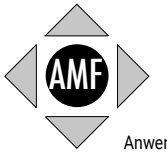
Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	Prozent	Exemplare
Bundesrepublik Deutschland	98,0	5.804
Ausland	2,0	118
tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	5.922
Nielsen-Gebiet 1 Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen, Niedersachsen	17,4	1.010
Nielsen-Gebiet 2 Nordrhein-Westfalen	22,8	1.323
Nielsen-Gebiet 3a Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland	17,6	1.022
Nielsen-Gebiet 3b Baden-Württemberg	13,6	789
Nielsen-Gebiet 4 Bayern	16,7	969
Nielsen-Gebiet 5 Berlin West u. Ost	7,9	459
Nielsen-Gebiet 6 Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt	2,6	151
Nielsen-Gebiet 7 Thüringen, Sachsen	1,4	81
INLAND	100,0	5.804

19 Branchen/Wirtschaftszweige/Fachrichtungen/Berufsgruppen

FIZZZ richtet sich an die Inhaber, Betreiber und leitenden Mitarbeiter der trendsetzenden Szenen-Gastronomie (Individual– + Systemkonzepte) sowie an Gastronomen, die von dem Input des zukunftsorientierten Segmentes profitieren wollen.

Empfängergruppen	Anteil tatsächlich verbreiteterAuflage	
	Prozent	Exemplare
– Mischkonzepte	46,9	2.777
– Restaurants	30,7	1.818
– Bars/ Clubs	13,7	812
– Discotheken	3,5	210
– Coffee Shops	3,5	207
– Systembetriebe	1,7	98
Insgesamt	**100,0**	**5.922**

Die Merkmale 20 (Größe der Wirtschaftseinheit), 21 (Stellung im Betrieb/ Funktion/Beruf), 22 (Schulbildung/Berufliche Ausbildung), 23 (Alter) und 24 (Gemeindegrößenklassen) wurden nicht erhoben, weil der Nutzungswert dieser Fachzeitschrift hiervon nicht abhängig ist.



Anwendung nur gemäß Richtlinien für die Erstellung der AMF-Karten (Stand 1992) gestattet.

10

Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. „Anzeigenauftrag" im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen" bezeichnet) von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende" bezeichnet) in einer Zeitschrift oder Zeitung zum Zweck der Verbreitung.

2. Ein „Abschluss" ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren 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 anderen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.

9. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Verbreitung der Anzeige.

10. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn
- diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder
- diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre.

Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder 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 Verlags, 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 Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantieauflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie
- bei einer Garantieauflage bis zu 50 000 Exemplaren mindestens 20 v. H.,
- bei einer Garantieauflage über 50.000 Exemplaren mindestens 15 v. H.beträgt.

Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziffer 23 bleibt unberücksichtigt. Als Garantieauflage gilt die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder, wenn eine Auflage nicht genannt ist, die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vorausgegangenen Kalenderjahres.
Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche 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 Werbungsmittler 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 zugelieferten 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, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.

23. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen - sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient - hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert 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.