

sommelier ^{meiningers}

Das Magazin für Fine Wining

MEDIADATEN 2022



1

Zeitschriftenprofil



HOHER NUTZWERT. ELEGANTE FORM. MAXIMALE KOMPETENZ.

MEININGERS SOMMELIER ist das Magazin für „Fine Wining“ in der Spitzengastronomie. Wir informieren fundiert, aktuell und unterhaltsam über Wein sowie alle Getränke und Genussmittel, die in den Kompetenzbereich des Sommeliers fallen.

In jeder Ausgabe lesen Sie:

- Panorama:** Reportagen aus Regionen und Anbaugebieten, national und international
- Profile:** Interviews mit den führenden Köpfen der Szene, Porträts neuer Konzepte
- Probe:** eine Vielfalt spannender, kompakter Tasting-Formate
- Praxis:** der große Bogen von Wasser über Gläser, Spirituosen und Bier bis zur Zigarre
- Perlage:** redaktionelle Kompetenz im Top-Segment der Flaschengär-Schaumweine

Plus: 8 Seiten Sommelier-Union Intern

MEININGERS SOMMELIER berichtet als offizielles Verbandsorgan der Sommelier-Union Deutschland e.V. über aktuelle Themen aus dem Mitglieder-Kreis. Das Magazin stellt als Schnittstelle die direkte Verbindung von Sommelier-Union zur gehobenen Gastronomie und Sommelier her.

sommelier^{meiningers}

Weitere
MEININGER
Publikationen



MEININGER
VERLAG

2

Verlagsangaben

meiningers
sommelier

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

Kontakt: **Chefredaktion**
Sascha Speicher
+49 (0) 6321-8908-58
speicher@meininger.de

Redaktion
Christoph Nicklas
+49 (0) 6321-8908-153
nicklas@meininger.de

Geschäftsleitung Sales & Marketing
Frank Apfel
+49 (0) 6321-8908-81
apfel@meininger.de

**Assistentin der
Geschäftsleitung Sales & Marketing**
Silke Geiger
+49 (0) 6321-8908-49
geiger@meininger.de

Verkaufsleiter
Jörg Sievers
+49 (0) 6321-8908-67
sievers@meininger.de

Verwaltung
Sieglinde Faßbender
+49 (0) 6321-8908-78
fassbender@meininger.de

Produktion (verantwortlich)
Patrick Rubick
+49 (0) 6321-8908-55
rubick@meininger.de

Telefax: +49 (0) 6321-8908-80

Internet: www.meininger.de
www.sommelier-magazin.de

Erscheinungsweise: 4x jährlich

Bezugspreis: Jahresabonnement EUR 49,80 (Inland)
inkl. Porto und gesetzliche MwSt.

Einzelpreis: EUR 12,80

**Zahlungs-
bedingungen:** 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

**Geschäfts-
bedingungen:** Für die Abwicklung von Aufträgen
gelten die Geschäftsbedingungen
des Verlages im Verlagswesen (siehe jeweilige
Auftragsbestätigung)

3

Themen- und Terminplan 2022

Nr.	TERMINE	PANORAMA	PRAXIS	PROBE	PERLAGE	MESSEN
I / 2022	Erscheinungstermin: 25. Februar 2022	Nahe Spanien	Obstsaft & Co.	Deutsche Grands Crus: Pettenthal Sherry: Manzanillo/Fino	Cava & Corpinat	Wine Paris & Vinexpo Paris 14.02. – 16.02.2022 Paris BIOFACH 15.02. – 18.02.2022 Nürnberg MUNDUS VINI Frühjahr 22.02. – 27.02.2022 Neustadt Vinality 10.04. – 13.04.2022 Verona ProWine Asia 10.05. – 13.05.2022 Singapur
	Anzeigenschluss: 17. Januar 2022					
	Druckunterlagenschluss: 24. Januar 2022	BIOFACH, MUNDUS VINI Frühjahr, ProWein, Vinality, VieVinum				
II / 2022	Erscheinungstermin: 27. Mai 2022	Ostdeutschland Italien	Sommelier auf See	VDP „en primeur“ Italien	Champagne	ProWein 15.05. – 17.05.2022 Düsseldorf VieVinum 21.05. – 23.05.2022 Wien MUNDUS VINI Sommer 01.09. – 04.09.2022 Neustadt FORUM VINI 04.11. – 06.11.2022 München MEININGER'S FINEST 100 22.11.2022 Neustadt
	Anzeigenschluss: 18. April 2022					
	Druckunterlagenschluss: 25. April 2022					
III / 2022	Erscheinungstermin: 02. September 2022	Deutsche Sektszene Österreich	Wasser	Österreich Silvaner	Deutsche Flaschengärer	ProWein 15.05. – 17.05.2022 Düsseldorf VieVinum 21.05. – 23.05.2022 Wien MUNDUS VINI Sommer 01.09. – 04.09.2022 Neustadt FORUM VINI 04.11. – 06.11.2022 München MEININGER'S FINEST 100 22.11.2022 Neustadt
	Anzeigenschluss: 25. Juli 2022					
	Druckunterlagenschluss: 01. August 2022					
IV / 2022	Erscheinungstermin: 11. November 2022	Ahr Frankreich	Glas	VDP.Großes Gewächs Frankreich	Champagne	ProWein 15.05. – 17.05.2022 Düsseldorf VieVinum 21.05. – 23.05.2022 Wien MUNDUS VINI Sommer 01.09. – 04.09.2022 Neustadt FORUM VINI 04.11. – 06.11.2022 München MEININGER'S FINEST 100 22.11.2022 Neustadt
	Anzeigenschluss: 10. Oktober 2022					
	Druckunterlagenschluss: 17. Oktober 2022	MUNDUS VINI Sommer				

4

Anzeigenformate und -preise in €

(ohne MwSt./Preisliste Nr. 23, gültig ab 1.01.2022)

GRÖSSE	FORMATE Breite x Höhe (in mm)	PREISE 4-farbig (Eurosкала)
1/1 Seite	225,0 x 290,0	3.725
1/1 Seite – Advertorial	225,0 x 290,0	4.050
1/2 Seite hoch	102,5 x 290,0	2.200
1/2 Seite quer	225,0 x 144,0	2.200
1/3 Seite hoch	71,0 x 290,0	1.550
1/3 Seite quer	225,0 x 97,0	1.550

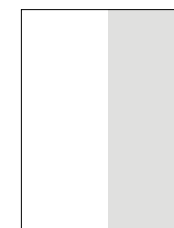
SONDERFORMATE* UND SONDERPLATZIERUNGEN**		
2. Umschlagseite	225,0 x 290,0	4.200
3. Umschlagseite	225,0 x 290,0	4.200
4. Umschlagseite	225,0 x 290,0	4.200

ONLINE-ANFRAGEN
Jörg Sievers sievers@meininger.de

GELEGENHEITS-ANZEIGEN	STELLENMARKT / SONSTIGES	CHIFFREGEBÜHR
Spaltenbreite 57 mm	3,45 / mm	Inland: 7,50 Ausland: 9,00



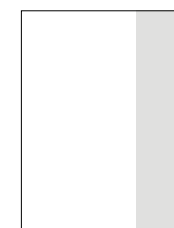
1/1 Seite (mm)
Format: B 225,0 x H 290,0



1/2 Seite hoch (mm)
Format: B 102,5 x H 290,0



1/2 Seite quer (mm)
Format: B 225,0 x H 144,0



1/3 Seite hoch (mm)
Format: B 71,0 x H 290,0



1/3 Seite quer (mm)
Format: B 225,0 x H 97,0

Alle Anzeigenformate
zzgl. 3 mm Beschnitt
an allen Seiten.

MALSTAFFEL

2 Anzeigen = 5%
4 Anzeigen = 10%

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

** **Platzierungsvorschriften** (Mindestgröße 1/2 Seite): 15%.

Stornofrist für Umschlagseiten 6 Wochen vor Erscheinung.

Druckunterlagenchluss für Advertorials: 4 Wochen vor Erscheinung.

5

Weitere Formate, Sonderformate und Preise in €

(ohne MwSt./Preisliste Nr. 23, gültig ab 1.01.2022)

BEILAGEN (inkl. Vertriebskosten)		BEIHEFTER		BEIKLEBER (inkl. Vertriebskosten)
bis 25 g	2.735	4-seitig	3.965	DIN-Postkarte 144 / Tsd
bis 50 g	3.450	8-seitig	5.250	Warenproben, CDs etc.: Preis auf Anfrage
bis 75 g	3.750			

Beilagen, Beihefter und Einkleber werden nicht rabattiert.
Format: max. 220 mm Breite x 285 mm Höhe.

Advertorial

Winzer Kreams
Let's Twist

Der Weisjahrgang 2012 bleibt der Winzer Kreams die in nachfolgender Erntezeitung und zwar mit einem lachenden und weichen Aug. Mit Experten-Lust und Humor wird die dem Qualitätsperfektionisten 2012 können wir zumind. unsere hochwertigen Spezialitäten weiter forcieren. Die Umsatzentwicklung bestätigt unsere kontinuierliche Investition in die veredelten Winzer Kreams in Deutschland den Umsatzwachstum von 17 Prozent im Vergleich zum vergangenen Jahr.

Einmal mehr mit einem deutlich überproportionalen Wachstum bei der Serie Winzer Kreams. Gerade wird das schöne Bild nur ein wenig durch das geringe Ernterisiko im 2012, denn die Ernte war nach 2010 die zweitbeste der letzten 30 Jahre. Dennoch gibt Natur für eine Summe vorzügliche Ernteerträge. Aus heutiger Sicht können wir bei der renommierten Absatzentwicklung gerade über die Runden. Nach allem was alle auf eine gute Ernte 2013 - hoch zu sein werden so für, um optimistisch von einer großen Ernte 2013 erwarten zu können. Doch die ersten Klappen hat die Vegetation mit Brauner gemischt. Ein langer Winter, jedoch ohne Frostschäden, und ausreichende Niederschläge im Winter und Frühjahr. Erntezeitung zu perfekten, gleichzeitigen Ausbleib, wie ihn die Winzer im Durchschnitt langjährig erleben haben. Auch die Gefahr von Spätkälten scheint weitgehend gebannt.

Es sieht also so aus, als könnten die Winzer Kreams ihre erfolgreiche Weinmanufaktur Kreams und ihr Fachhandels- und Gastronomie-Netzwerk, Meteorologen, Preise, Vergleichen, laden lassen. Mit dem Jahrgang 2012 gibt es in beiden Serien eine bestmögliche Neuerung. Die kompletten Serien Winzer Kreams (für den qualifizierten Lebensmittelkunden und insbesondere für die (exklusiv für Gastronomie & Fachhandel) werden mit dem gerade erfolgigen Jahrgangswandel auf Schwabenschiene umgestellt.

Als Anhänger einer naturnahen und nachhaltigen Produktion haben sich die Winzer Kreams bewusst eine lange Zeit gelassen mit dieser Entscheidung und um Naturrückmeldung. Letztlich hat die Natur das Märkte nach dem praktischen Drehen den Ausblick für den Herbst gegeben. Für die klassischen Fruchtigen Weiß- und auch Rotweinen seien wir die Schwabenschiene in puncto Qualitätssicherung und Conversion die besten Produktionsbedingungen. Darunter die Winzer Kreams ihre Entscheidung, die Premiumweine aus den Einlagen Kreams, Winzer Kreams, Weinstock und Brauner Pfaffenberg Riesling, sowie die im Herbst. Das magischen Rotweine, sollte jedoch weiterhin mit hochwertigem Naturkork verschlossen werden. Parallel zum Schwabenschiene wurde auch die Ausstattung zur Verfügung gestellt, mit einem moderneren Schriftbild und einem noch klareren Fokus auf die Hauptausgabe.

Das mit Jahren immer mehr Fachwissen wird ein neues Stück.


Mehr als 30.000 Besucher pilgerten Jahr für Jahr zur Landgrotte 11.

... wir sind fröhlich und kompetent Team Winzer Kreams GbR
Siedelstraße 13 A-2000 Kreams
www.winzerkreams.at, Tel. +43 (0) 2732 8511

FULLSERVICE:
Die professionelle Produktion Ihres Advertorials wird durch die redaktionelle und gestalterische Kompetenz des Meiningers Verlags gewährleistet.

Sie als Kunde liefern lediglich die Grundinformationen – also Rohtext und Bilder. Die Textaufbereitung und das Layout übernehmen Redaktion und Grafik. Abstimmung und Freigabe des Advertorials erfolgt nach Absprache.

Preise und Konditionen auf Anfrage:
sievers@meiningers.de

- FARBANZEIGEN** 1/1 Seite EUR 3.725
- DRUCKAUFLAGE **** 4.000
- VERBREITETE AUFLAGE** 3.900
- ABONNIERTE EXEMPLARE** 1.991
- VERKAUFTE AUFLAGE** 2.515
- AUFLAGEN-KONTROLLE*** 
- HEFTFORMAT** Breite 225 mm x Höhe 290 mm
- SATZSPIEGEL** Breite 193 mm x Höhe 248 mm
3 Spalten je 45 mm Breite
4 Spalten je 41 mm Breite
- DRUCKVERFAHREN** Bogen-Offset, Druck im 70er Raster
- BUCHBINDERISCHE VERARBEITUNG** Klebebindung
- DRUCKUNTERLAGEN** siehe drucktechnische Infos
- ANGESCHNITTENE ANZEIGEN** es werden keine Zuschläge berechnet
- MITTLERVERGÜTUNG** 15 % (auch Ausland)

* II. Quartal 2021

6.1

Online Werbeformate

(Preise in € ohne MwSt. gültig ab 1.10.2021)

Formate & Preise 2021

Banner Websites, Advertorials (2 Wochen)		
Name	Größe	meining.de
Half Page Ad	300x600px	1.170
Medium Rectangle	300x250px	1.090
Large Leaderboard	970x90px	1.250
Large Mobile Banner (nur mobil)	320x100px	500

Name	Größe	MWBI
Medium Rectangle top	300x250px	975
Medium Rectangle	300x250px	800
Super Banner	680x280px	900

Advertorial	meining.de/MWBI
Full Service (2.500 Zeichen)	3.500
Self Service (2.500 Zeichen)	3.000

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

Buchbare Themengebiete inkl. Startseite meining.de:
 Wein
 Bier
 Spirituosen
 Alkoholfreie Getränke
 Gastronomie
 Weinbau(-technik)

Legende:

WW – WEINWIRTSCHAFT
GZ – GETRÄNKE ZEITUNG
MWBI – MEININGER'S WINE BUSINESS INTERNATIONAL
MWEW – MEININGERS WEINWELT
MSOM – MEININGERS SOMMELIER
DDW – DER DEUTSCHE WEINBAU

Large Leaderboard 970x90px

Die neuen Gesichter
 Ein beliebiger Klassiker? Wird geföhlt! Handwerker, Terrain-Tüftler, Pflanz- und Weinzyklus-Spezialisten mischen Spätlese Super-Appellation derzeit ordentlich auf. Und die neue Einstufungskategorie liefert jede Menge Stoff für Waage-Narrs.

SOMMELIER'S ELEVEN

Frischer, feiner, naturaler

Garnata und Chardonnay in rot und weiß, Schiefer in vielen Facetten, geschichtsmäßig Hänge mit bis zu 100 Metern Höhe. Das ist Lebensart des Piemonters. *© Prosecco D'Avola*

Frischer Wind im Piemont

A.r. Agr. Pflanzar Institute: 'Nach mir gehet?' Kein Wunder, denn 2019 ist der erste Jahrgang der geliebten Querschnitts, die im Piemont dem Traum vom eigenen Weingut lebt.

Luce Brunello 2016

Der Brunello di Montalcino von Luce ist per se eine Rarität. Denn er stammt von jenem kleinen Teil der Luce Rebflächen, die innerhalb der DOCG-Grenzen liegen.

Zwölfmal 0,1 Liter: ein Update von 'Die Glitter'

Drei Mitglieder von 'Die Glitter' stellen mit je vier Weinen eine gemeinsame Probekiste zusammen. Wir haben uns den Tasting-Erfolg verschafft.

Half Page Ad 300x600px

EINSCHLAFEN, AUFESSEN, AUSTRINKEN

Drei-Länder-Genuss

In Basel in die Wäin- und Gastro-Landschaft zu wettren wie die Grenzstadt selbst. Auch in schwierigen Zeiten haben sich Eische Gastrokonzepte entwickelt.

Mosel-Ambitionen

Im Vergleich zu den hippen Metropolen in Trier nicht unbedingt die Stadt, der man eine spannende Entwicklung in punkto Weindare nachsagt. Dass trotz Corona aktuell viel Lebensritem herrscht, beweist ein Check der neuen Projekte.

Medium Rectangle 300x250px

6.2

Online Werbeformate

(Preise in € ohne MwSt.
gültig ab 1.10.2021)

Formate & Preise 2021

Banner Newsletter		
Meininger Online (2 Wochen)		
Name	Größe	Preis/2 Wochen
Content Ad	600x250px	950

Platzierungswunsch gegen 250 € Aufpreis und nach Verfügbarkeit; Frequenz mind. 1x/Woche; mehr als 25.000 Empfänger; längere Laufzeiten auf Anfrage; nicht rabattierfähig

DDW/CRAFT/FIZZ/MWEW (pro Schaltung)		
Name	Größe	Preis/Schaltung
Content Ad	600x250px	475

MWBI (2 Wochen)		
Name	Größe	Preis/2 Wochen
Content Ad	600x250px	975

Legende:

WW – WEINWIRTSCHAFT

GZ – GETRÄNKE ZEITUNG

MWBI – MEININGER'S WINE BUSINESS INTERNATIONAL

MWEW – MEININGERS WEINWELT

MSOM – MEININGERS SOMMELIER

DDW – DER DEUTSCHE WEINBAU

meiningers
sommelier

Der Newsletter für die Wein- und Getränkebranche.
» Der Newsletter geht im Browser lesen.

MEININGER ONLINE
WEIN · GETRÄNKE · EVENTS

Liebe*r Abonnent*in,

wieder einmal beherrscht die Pandemie das Branchengeschehen, diesmal auch in eigener Sache: Situationsbedingt müssen wir vom Meininger Verlag die Eventreihe "move." leider verschieben. Aber auch die Vinitaly fällt dieses Jahr zum zweiten Mal den Restriktionen zum Opfer. Zeitgleich erlebt die italienische Weinlandschaft auch ohne Messe eine Zäsur.

Lesen Sie diese und weitere Top-News in unserem Newsletter für die Wein- und Getränkebranche.

Viel Spaß beim Lesen!

Ihr Meininger Verlag

NEWS

Vinitaly auf 2022 verschoben

Veronafiere reagiert auf die fortwährende Corona-Pandemie.

[»»» Jetzt weiterlesen](#)

Clessidra kauft Mehrheit an Botter

Der Investor hat große Pläne für das Unternehmen und will mit ihm weiter wachsen.

[»»» Jetzt weiterlesen](#)

"move." als Jahresauftaktveranstaltung geplant

Der Meininger Verlag möchte mit „move. gastronomie neu denken“ eine prägende Jahresauftaktveranstaltung der Gastronomie für das Jahr 2022 ankündigen. Der Termin im Juni 2021 ist für die Eventreihe nicht realisierbar.

[»»» Jetzt weiterlesen](#)

Content Ad
600x250px

Weinrecht: Neue Änderungsvorschläge

Empfehlungen des Bundesrats zur Änderung der Weinverordnung sorgen erneut für Diskussionen. Das sind die neuen Änderungsvorschläge.

[»»» Jetzt weiterlesen](#)

Alpenland in neuen Höhen



7

Drucktechnische Infos

Druckverfahren	Bogen-Offset, Druck im 70er Raster
Papier	Umschlag 300 g/m ² holzfrei matt gestrichen Bilderdruck, 1.1-faches Volumen Inhalt 115 g/m ² holzfrei matt gestrichen Bilderdruck, 1.1-faches Volumen Ein eventuelles Durchscheinen der Rückseiten bei hellen Anzeigenmotiven ist nicht ausgeschlossen.
Farben	Farb-Skala ISO 2846-1. Sonderfarben oder Farbtöne, die durch den Zusammendruck von Farben der verwendeten Skala nicht erreicht werden können, bedürfen besonderer Vereinbarung. Einzelheiten auf Anfrage. Der Verlag behält sich vor, aufgrund technischer Erfordernisse, Schmuckfarben auch aus der Vierfarbskala aufzubauen. Geringe Tonwertabweichungen sind im Toleranzbereich des Offsetdruckverfahrens begründet.
Druckunterlagen	Anlieferung der Daten als druckfähiges (300 dpi) PDF-Format sowie verbindliches Proof nach ISO 12647-7. Die Einstellungen für die PDF-Erstellung (Profil ISO coated v2 300 %) können auf der Internetseite www.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.
Datenübertragung	Druck-pdf via Email an: fassbender@meininger.de Erforderliche Proof- oder Satzarbeiten werden zum Selbstkostenpreis weiterberechnet. Bitte beachten Sie auch die Geschäftsbedingungen in der Auftragsbestätigung.

Beihefter

Beihefterformat: Min. = 10,5 x 14,8 cm (Endformat),
Max. = 22,5 x 29,0 cm (Endformat); Beihefterstärke:
mind. 115 g/qm bei Einzelblatt / ansonsten 80-300 g/qm;
Kopfbeschnitt = 5 mm (Kopf-Anlage);
Fräsrand = 3 mm je Seite (Doppelseite = 6 mm im Bund);
Fußbeschnitt = 5 - 20 mm (bei kleiner als Heftformat =
endbeschnitten); Frontbeschnitt = 5 mm
(bei kleiner als Heftformat = endbeschnitten);
Achtung: Im Bund überlaufende Motive + Texte
werden durch die Klebebindung teilweise verdeckt!
Sonderformate nur nach Absprache!

Beilagen

Min.-Format: 105 x 148 mm (endbeschnitten),
Max.-Format: 220 x 285 mm (endbeschnitten);
Beilagenstärke: min. 115 g/m² bei Einzelblatt, max.
Stärke der Beilagen: 3 mm;
Beilagen müssen im Bund geschlossen sein.
Sonderformate nur nach Absprache!

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

Beikleber

Papiergewicht:	150 - 200 g/m ²
Minimalformat	100 x 100 mm
maschinell geklebt:	nur im Querformat möglich
Maximalformat	110 x 200 mm
maschinell geklebt:	nur im Querformat möglich

Stand: mindestens 30 mm vom oberen und
unteren Heftrand und 10 mm vom Bund entfernt
(max. Abstand vom Bund 50 mm).
Standtoleranzen beim Klebevorgang bis zu 5 mm

8

Internationale Verlagsvertretungen

Italien
Ediconsult Internazionale
Piazza Fontane Marose, 3
16123 Genova
Tel: +39 0 10 58 36 84
Fax: +39 0 10 56 65 78
Email: wine@ediconsult.com

Ute Schalberger
Am Himmel 7b
50858 Köln, Germany
Tel: +49 (0)2 21 58 91 93 93
Email: ute.schalberger@t-online.de

Diego Eidelman
Bulnes 1985 P.8 C
C1425DKC Buenos Aires
Tel: +54 911 56 19 50 36
Fax: +54 11 48 28 06 22
Email: diego@clubsyountries.com

9

Allgemeine Geschäftsbedingungen

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

2. Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren 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 Hefnummern, 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 Modells 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 Auftrages ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden.

Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und der Höhe nach auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlages, seine gesetzlichen Vertreter und seiner Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den vorhersehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgeltes beschränkt.

Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

13. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt. Rabattgutschriften und Rabattnachbelastungen erfolgen grundsätzlich erst zum Ende des Insertionsjahres.

14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

16. Aus einer Auflagenminderung kann nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf 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 ein 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,

sommelier meiningers

auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

19. Die Werbungsmitler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten.

20. Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind gegenüber Unternehmern wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausübt 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 Anzeigenauftrages 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 Rechtsverteilung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteilung gegenüber Dritten zu unterstützen.

Der Auftraggeber verpflichtet sich, die Kosten der Veröffentlichung einer eventuell notwendigen Gegendarstellung nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigen tariffs zu tragen. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.

23. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskämpf, 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.