

sommelier meiningers

Das Magazin für Fine Wining

MEDIADATEN 2023



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
- 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



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

Verkaufsleiter
Florian Stever
+49 (0) 6321-8908-60
stever@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

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

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

Themen- und Terminplan 2023

| Nr. | TERMINE | PANORAMA | PRAXIS | PROBE | PERLAGE | MESSEN |
|------------|--|--|--|---|----------------------------|---|
| I / 2023 | Erscheinungstermin: 24. Februar 2023 | Franken Spanien | Rettet den Digestif | Deutsche Grands Crus Spanien: Klassik & Kult | Champagne | Wine Paris & Vinexpo Paris 13.02. – 15.02.2023 Pari BIOFACH 14.02. – 17.02.2023 Nürnberg MUNDUS VINI Frühjahr 22.02. – 27.02.2023 Neustadt ProWein 19.03. – 21.03.2023 Düsseldorf Vinitaly 02.04. – 05.04.2023 Verona Sparkling Twenties 09.05.2023 Neustadt |
| | Anzeigenschluss: 16. Januar 2023 | | | | | |
| | Druckunterlagenschluss: 23. Januar 2023 | BIOFACH, MUNDUS VINI Frühjahr, ProWein, Vinitaly, VieVinum | | | | |
| II / 2023 | Erscheinungstermin: 26. Mai 2023 | Rheinhessen Italien | Finest 100 Wine Lists: Nachwuchs- sommelier | VDP „en primeur“ Italien: New Super Tuscan | Italien | |
| | Anzeigenschluss: 17. April 2023 | | | | | |
| | Druckunterlagenschluss: 24. April 2023 | | | | | |
| III / 2023 | Erscheinungstermin: 01. September 2023 | Deutsche Chardonnays Österreich | Wasser | Österreich | Flaschengärsekt Tasting | ProWine Asia 10.05. – 12.05.2023 Hongkong 100 % Champagne 02.07. – 03.07.2023 München MUNDUS VINI Sommer 01.09. – 04.09.2023 Neustadt FORUM VINI 03.11. – 05.11.2023 München MEININGER'S FINEST 100 22.11.2023 Neustadt FINEST SPIRITS Februar 2024 München |
| | Anzeigenschluss: 24. Juli 2023 | | | | | |
| | Druckunterlagenschluss: 31. Juli 2023 | | | | | |
| IV / 2023 | Erscheinungstermin: 10. November 2023 | Baden Frankreich | Glas | VDP.Großes Gewächs Frankreich | Champagne Tasting | |
| | Anzeigenschluss: 09. Oktober 2023 | | | | | |
| | Druckunterlagenschluss: 16. Oktober 2023 | MUNDUS VINI Sommer | | | | |

4

Anzeigenformate und -preise in €

(ohne MwSt./Preisliste Nr. 24, gültig ab 1.10.2022)

| GRÖSSE | FORMATE Breite x Höhe (in mm) | PREISE 4-farbig (Eurosкала) |
|-------------------------|----------------------------------|--------------------------------|
| 1/1 Seite | 225,0 x 290,0 | 4.050 |
| 1/1 Seite – Advertorial | 225,0 x 290,0 | 4.455 |
| 1/2 Seite hoch | 102,5 x 290,0 | 2.500 |
| 1/2 Seite quer | 225,0 x 144,0 | 2.500 |
| 1/3 Seite hoch | 71,0 x 290,0 | 1.850 |
| 1/3 Seite quer | 225,0 x 97,0 | 1.850 |

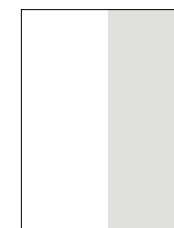
| SONDERFORMATE* UND SONDERPLATZIERUNGEN** | | |
|---|---------------|-------|
| 2. Umschlagseite | 225,0 x 290,0 | 4.650 |
| 3. Umschlagseite | 225,0 x 290,0 | 4.650 |
| 4. Umschlagseite | 225,0 x 290,0 | 4.650 |

| ONLINE-ANFRAGEN |
|--------------------------------------|
| Jörg Sievers sievers@meininger.de |

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



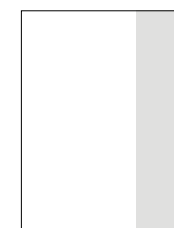
1/1 Seite (mm)
Format: B 225,0 x H 290,0



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. 24, gültig ab 1.10.2022)

| BEILAGEN (inkl. Vertriebskosten) | | BEIHEFTER | | BEIKLEBER (inkl. Vertriebskosten) |
|-------------------------------------|-------|-----------|-------|---|
| bis 25 g | 3.015 | 4-seitig | 4.360 | DIN-Postkarte 159 / Tsd |
| bis 50 g | 3.795 | 8-seitig | 5.775 | Warenproben, CDs etc.: Preis auf Anfrage |
| bis 75 g | 4.125 | | | |

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

Advertorial

Winkler Kreams
Let's Twist

Der Weisjahrgang 2012 bleibt der Winkler Kreams die in nachfolgender Erläuterung und wird zwar mit einem lachenden und weinenden Auge, mit Experten-Lust und Humor verdr. Als dem Qualitätsprodukt fakten jährgang 2012 können wir zumindes- tene höchstwertigen Spezialitäten weiter- forcieren. Die Umsatzentwicklung bestätigt unsere kontinuierliche Investition in die ver- zwickelten die Winkler Kreams in Deutsch- land den Umsatzwachstum von 17 Prozent im Vergleich zum vergangenen Jahr.

Einmal mehr mit einem deutlich überpropor- tionierten Wachstum bei der Serie Winkler- kreams. Gerade wird das schöne lichte Bild nur ein wenig durch das geringe Ertragsniveau im 2012, denn die Ernte war nach 2010 die zweitkleinste der letzten 30 Jahre. Dennoch gibt Natur für einen Sun- den vorzügliche Ernteertrag. „Aus. Hauger- sich können wir bei der renommierten Ab- satzmarkierung gerade über die Runden. Nach haben wir, wie alle, auf eine gute Ernte- 2013. Nach ist es nicht viel zu früh, um optimistisch von einer großen Ernte 2013- wagen zu können. Doch die ersten Kri- sen hat die Vegetation mit Brauner gemac- tet. Ein langer Winter, jedoch ohne Fro- schäden, und ausreichende Niederschläge im Winter und Frühjahr. Ernte zu einem perfekten, gleichmäßigen Ausbleich, wie ihn die Natur im Durchschnitt bringt, nicht er- löst haben. Auch die Gefahr von Spätfrost- schäden weitgehend gebannt.

Es sieht also so aus, als könnten die Winkler Kreams ihre erfolgreiche Weinmanufaktur- krems und ihr Fachhandels- und Gastro- nomen-Netzwerk, Metierwissen, Preise, An- gebotensbreite bestell lassen. Mit dem Jahrgang 2012 gibt es in beiden Serien eine beständi- ge Neuerung. Die kompletten Serie Winkler- manufaktur Kreams für den qualifizierten Lebensmittelhandeler und professioneller Re- staurants (exklusiv für Gastronomie & Fachhandel) werden mit dem gerade erntigen Jahrgang- wechsel auf Schraubverschluss umgestellt.

Als Anhänger einer naturnahen und nach- haltigen Produktion haben sich die Winkler Kreams bewusst eine lange Zeit gepasst mit dieser Entscheidung und um Naturkost- feugkeiten, letztlich hat die Natur das- Märkte nach dem praktischen „Drehen- den Ausblick für den Vorzug gegeben. „Für die klassischen fruchtigen Weiß- und auch Rotweinen seien wir die Schraubverschluss in puncto Qualitätssicherung und Conser- vation die besten Produktionsverfahren. Darunter die Winkler Kreams ihre Entscheidung, die Premiumweine aus den Einlagigen Krem- sen Winkler Kreams, bester und trans- paranter Pfälzberg Riesling, sowie die im Hölz- lern. Das magischen Rotweine, sollte jedoch weiterhin mit höchwertigen Naturkost- verschlossen werden. Parallel zum Schraub- verschluss wurde auch die Ausstattung zur- rück verbessert, mit einem moder- neren Schriftbild und einem noch körner- Fokus auf die Hauptausgabe.

Das mit Jahren unveränderte Fachhand- elswort steht an einem Strick.

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

... wir sind fröhlich und kompetent Team-orientiert.

Winkler Kreams GbR
Siedelstraße 13-6-2000 Kreams
www.winklerkreams.at, Tel. +43 (0) 2732 8511

FULLSERVICE:
Die professionelle Produktion Ihres Advertorials wird durch die redaktionelle und gestalterische Kompetenz des Meiningener 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:
siewers@meiningener.de

| | |
|-------------------------------------|---|
| FARBANZEIGEN | 1/1 Seite EUR 4.050 |
| DRUCKAUFLAGE | 4.050 |
| VERBREITETE AUFLAGE | 3.959 |
| ABONNIERTE EXEMPLARE | 2.083 |
| VERKAUFTE AUFLAGE | 2.667 |
| 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 2022

6.1

Online Werbeformate

(Preise in € ohne MwSt. gültig ab 1.10.2022)

Formate & Preise 2023

| Banner Websites, Advertorials (2 Wochen) | | |
|--|-----------|------------|
| Name | Größe | meining.de |
| Half Page Ad | 300x600px | 1.285 |
| Medium Rectangle | 300x250px | 1.200 |
| Large Leaderboard | 970x90px | 1.375 |
| Large Mobile Banner (nur mobil) | 320x100px | 550 |

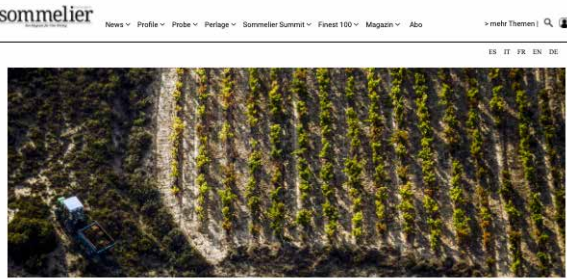
| Name | Größe | MWBI |
|----------------------|-----------|-------|
| Medium Rectangle top | 300x250px | 1.200 |
| Medium Rectangle | 300x250px | 950 |
| Super Banner | 680x280px | 1.050 |

| Advertorial | meining.de/MWBI |
|------------------------------|-----------------|
| Full Service (2.500 Zeichen) | 3.825 |
| Self Service (2.500 Zeichen) | 3.350 |

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


| Advertorial ADD-ONS: | |
|-------------------------------|-------|
| Instagram Post Feed | € 535 |
| Instagram Story | € 535 |
| Facebook Post | € 535 |
| Banner Newsletter (600x250px) | € 535 |
| Teaser Newsletter | € 535 |

Large Leaderboard 970x90px



Die neuen Gesichter
Ein bekämpfter Klassiker? Wein gefühlt Handwerker. Terriv-Tüfeler, Espato und Wundynamis-Springlinge mischen Spätmais Super-Appellation derzeit ordentlich auf. Und die neue Einzellagen-Kategorie liefert jede Menge Stoff für Rioja-Nerds.

SOMMELIER'S ELEVEN



Frischer, feiner, naturaler

Gamay und Cabernet in rot und weiß, Schiefer in vielen Facetten, geschlungene Hänge mit bis zu 750 Metern Höhe. Die Reben der Domäne sind 40 Jahre alt.

Frischer Wind im Piemont

An. Agr. Philine Isabella. Noch nie gehört? Kein Wunder, denn 2019 ist der erste Jahrgang der gebürtigen Osterrecherin, die im Piemont ihren Traum vom eigenen Weingut lebt.

Luce Brunello 2016

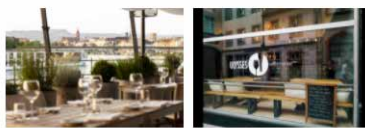
Der Brunello di Montalcino von Luce ist per se eine Rarität. Denn er stammt von jenem kleinen Teil der Luce-Rebflächen, die innerhalb der DOCG-Grenzen liegen.

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

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

**Half Page Ad
300x600px**

EINSCHLAFEN, AUFESSEN, AUSTRINKEN



Drei-Länder-Genuss

In Basel ist die Wein- und Gastro-Landschaft so weit offen wie die Grenzstadt selbst. Auch in schwierigen Zeiten haben sich Etische Gastrokonzepte entwickelt.

Mosel-Ambitionen

Im Vergleich zu den hippen Metropolen ist Trier nicht unbedingt die Stadt, der man eine spannende Entwicklung in puncto Weinbars nachzagt. Dass trotz Corona aktuell viel Ideenreichtum herrscht, beweist ein Check der neuen Projekte.

**Medium Rectangle
300x250px**

6.2

Online Werbeformate

(Preise in € ohne MwSt.
gültig ab 1.10.2022)

Formate & Preise 2023

| Banner Newsletter | | |
|-----------------------------|-----------|----------------|
| Meininger Online (2 Wochen) | | |
| Name | Größe | Preis/2 Wochen |
| Content Ad | 600x250px | 1.045 |

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

| DDW/FIZZZ/MWEW (pro Schaltung) | | |
|--------------------------------|-----------|-----------------|
| Name | Größe | Preis/Schaltung |
| Content Ad | 600x250px | 525 |

| MWBI (2 Wochen) | | |
|-----------------|-----------|----------------|
| Name | Größe | Preis/2 Wochen |
| Content Ad | 600x250px | 1.200 |

meiningers
sommelier

Der Newsletter für die Wein- und Getränkebranche.
» Der Newsletter gibt es immer gratis.

Meininger Newsletter vom 07.10.2022

MEININGER ONLINE
WEIN GETRÄNKE EVENTS

Liebe*r Abonnent*in,

lesen Sie die Top-News der Woche in unserem Newsletter für die Wein- und Getränkebranche.

Wir wünschen viel Vergnügen beim Lesen und Informieren!

Ihr Meininger Verlag

NEWS

Mega-Fusion um Château Latour

Der Eigner von Château Latour François Pinault fusioniert mit Maisons & Domaines Henriot.

[»»» Jetzt weiterlesen](#)

Püls-Bräu zieht unter das Dach von Maisel

Das Familienunternehmen Püls-Bräu aus dem fränkischen Weismain hat nach eigenen Angaben entschieden, seine Gesellschafteranteile Anfang Oktober an die Brauerei Gebrüder Maisel zu verkaufen.

[»»» Jetzt weiterlesen](#)

Ein Drittel weniger Weingüter in Italien

Konzentration hält an – Weinguts-Rebfläche im Friaul durchschnittlich am größten.

[»»» Jetzt weiterlesen](#)

Content Ad
600x250px

Bahn sucht Wein

Ausschreibung für das Weinsortiment in der Bordgastronomie hat begonnen.

[»»» Jetzt weiterlesen](#)

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);
Frästrand = 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

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 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 und 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 Äbdruckhöhe 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 Garantiefaulage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie - bei einer Garantiefaulage bis zu 50 000 Exemplaren mindestens 20 v. H., - bei einer Garantiefaulage über 50.000 Exemplaren mindestens 15 v. H. beträgt.

Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziffer 23 bleibt unberücksichtigt. Als Garantiefaulage 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 Zeige 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 Werbungsmittel 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 Handelsregistrauszuges 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 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 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 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 Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauft 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.