

# WEINWIRTSCHAFT

WEINHÄNDLER DES JAHRES Herbig Weinimport | WINE PARIS Erfolg trotz Covid 4 | 2022

EINE MEININGER PUBLIKATION 25. Februar | P 7101 | EUR 7,20

## WEINWIRTSCHAFT

www.weinwirtschaft.de



**LAUFFENER**  
WEINGÄRTNER

Immer für eine  
Überraschung  
gut.

ProWein  
15.-17. Mai 2022  
Halle 1 / C29

**ProWein**  
Frühjahrs-Neuheiten der Erzeuger

**Marktforschung**  
Ein neuer Ansatz

Die wichtigste  
TOP 100

## MEDIADATEN 2023



# 1

## Zeitschriftenprofil



## GANZ NAH AM HANDEL

WEINWIRTSCHAFT ist die verkaufstärkste, IVW-geprüfte Handelszeitschrift für alle professionell verantwortlichen Ein- und Verkäufer von Wein in Deutschland.

WEINWIRTSCHAFT, von Profis gemacht, macht Meinung, analysiert Trends, denkt voraus.

WEINWIRTSCHAFT ist bei jeder auf den professionellen Entscheider gerichteten Kommunikationsstrategie das Basismedium.

WEINWIRTSCHAFT ist für den Absatzerfolg von Herstellern und Importeuren von zentraler Bedeutung.

WEINWIRTSCHAFT ist die Nr. 1 für Weinhandel in Deutschland.

## WEINWIRTSCHAFT

### Weitere MEININGER Publikationen



# 2

## Verlagsangaben

## WEINWIRTSCHAFT

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

**Kontakt:**

**Chefredaktion:**  
Clemens Gerke +49 (0) 63 21/89 08-83  
Alexandra Wrann +49 (0) 63 21/89 08-151

**Redaktion:**  
Sascha Speicher +49 (0) 63 21/89 08-58  
Iris Trenkner-Panwitz +49 (0) 63 21/89 08-150  
Simon Werner +49 (0) 63 21/89 08-103  
Vincent Meßmer +49 (0) 63 21/89 08-155

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

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

**Verkaufsleiter (Lead):**  
Jörg Sievers +49 (0) 63 21 / 89 08-67  
E-Mail: sievers@meininger.de

**Verkaufsleiter:**  
Florian Stever +49 (0) 63 21 / 89 08-60  
E-Mail: stever@meininger.de

**Verwaltung:**  
Sieglinde Faßbender +49 (0) 63 21 / 89 08-78  
E-Mail: fassbender@meininger.de

**Produktion (verantwortlich):**  
Patrick Rubick +49 (0) 63 21 / 89 08-55  
E-Mail: rubick@meininger.de

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

**Erscheinungsweise:** 14-täglich freitags

**Bezugspreis:** Jahresabonnement € 199,00 (Inland)  
(inkl. Porto und MwSt.)

**Einzelpreis:** € 7,80

**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)

# 3.1

## Themen- und Terminplan 2023

## WEINWIRTSCHAFT

Ausgabe	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss	Schwerpunktthemen/Beiträge
1	13.01.2023	02.01.2023	05.01.2023	Top 100   Baden   Liv-ex Fine Wine 100 Report
2	27.01.2023	13.01.2023	19.01.2023	Rosé International   Weinmesse Paris   Griechenland
3	10.02.2023	27.01.2023	02.02.2023	Countdown zur ProWein   Bio-EXTRA   Übersee
4	24.02.2023	10.02.2023	16.02.2023	ProWein Hauptausgabe   Top 100 der Weinbranche   Wein auf Insta + Co.
5	10.03.2023	24.02.2023	02.03.2023	ProWein Aktuell   Friaul   Innovatives Packaging
6	24.03.2023	10.03.2023	16.03.2023	Rheinhessen   Vinality Messeguide   English sparkling
7	07.04.2023	24.03.2023	30.03.2023	Rosé National   Weinmischgetränke   Merchandising im Fachhandel
8	21.04.2023	07.04.2023	12.04.2023	Sommerwein   Vinality Nachbericht   Elsass
9	05.05.2023	21.04.2023	27.04.2023	Rosé Frankreich   Toskana   Nachhaltigkeit
10	19.05.2023	05.05.2023	11.05.2023	Heißgetränke   Südtirol
11	02.06.2023	19.05.2023	24.05.2023	Württemberg   Bordeaux
12	16.06.2023	02.06.2023	08.06.2023	Österreich EXTRA   Sekt   Onlinehandel 2023
13	30.06.2023	16.06.2023	22.06.2023	Spanien   Alkoholfrei   Prosecco DOCG
14	14.07.2023	30.06.2023	06.07.2023	Deutsche Genossenschaften   Portugal   Prosecco DOC
15	28.07.2023	14.07.2023	20.07.2023	Neuheiten des Jahres   Mosel   Französische Genossenschaften
16	11.08.2023	28.07.2023	03.08.2023	Italienische Genossenschaften   Internationale Markenweine   Piwis mal anders

# 3.2

## Themen- und Terminplan 2023

## WEINWIRTSCHAFT

Ausgabe	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss	Druckunterlagenabschluss	Schwerpunktthemen/Beiträge
17	25.08.2023	11.08.2023	17.08.2023	Crémant   Emilia-Romagna
18	08.09.2023	25.08.2023	31.08.2023	Herbsteinkaufsnummer   Logistik   Premiumsegmente LEH   Influencer Marketing
19	22.09.2023	08.09.2023	14.09.2023	Deutsche Markenweine   Verpackungen & Präsente   Veneto
20	06.10.2023	22.09.2023	28.09.2023	Frankreich-EXTRA   Pfalz   Unternehmensberatungen rund um den Wein
21	20.10.2023	06.10.2023	12.10.2023	Südafrika   Sizilien   Alkoholfrei-Premium
22	03.11.2023	20.10.2023	26.10.2023	Topseller Spanien   Languedoc-Roussillon   Kalkulation im Fachhandel
23	17.11.2023	03.11.2023	09.11.2023	Topseller Italien   Rhône   Kroatien
24	01.12.2023	17.11.2023	23.11.2023	Topseller Frankreich   Württemberg
25	15.12.2023	01.12.2023	07.12.2023	Österreich – der Markt   Trentino
26	29.12.2023	15.12.2023	21.12.2023	Jahresrückblick   Abruzzen   Australien/Neuseeland

### MESSEN/VERANSTALTUNGEN

<b>Millésime Bio, Montpellier</b>	30.01. – 01.02.2023	<b>ProWine Asia, Hongkong</b>	10.05. – 12.05.2023
<b>Barcelona Wine Week</b>	06.02. – 08.02.2023	<b>MUNDUS VINI Sommer, Neustadt</b>	01.09. – 04.09.2023
<b>Wine Paris &amp; Vinexpo Paris, Paris</b>	13.02. – 15.02.2023	<b>Alimentaria Food Tech</b>	26.09. – 29.09.2023
<b>BIOFACH, Nürnberg</b>	14.02. – 17.02.2023	<b>FORUM VINI, München</b>	03.11. – 05.11.2023
<b>MUNDUS VINI Frühjahr, Neustadt</b>	22.02. – 27.02.2023	<b>MEININGER'S FINEST 100, Neustadt</b>	21.11.2023
<b>ProWein, Düsseldorf</b>	19.03. – 21.03.2023	<b>FINEST SPIRITS, München</b>	Februar 2024
<b>Vinitaly, Verona</b>	02.04. – 05.04.2023		

WEINWIRTSCHAFT: Fachzeitschrift mit klarer Zielgruppenabgrenzung und einem attraktiven redaktionellen Umfeld, das optimale Insertionsbedingungen bietet.

# 4

## Anzeigenformate und -preise in €

(ohne MwSt./Preisliste Nr. 48, 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*
Titelseite	-	-	215	205	€ 6.395
1/1 Seite	200	250	225	285	€ 5.500
3/4 Seite hoch	141	250	156	285	€ 4.745
1/2 Seite quer	200	122	225	142	€ 3.850
1/2 Seite hoch	112	250	126	285	€ 3.850
1/3 Seite quer	200	80	225	100	€ 2.925
1/3 Seite hoch	83	250	97	285	€ 2.925
1/4 Seite quer	200	59	225	79	€ 2.360
1/4 Seite hoch	53	250	68	285	€ 2.360
1/4 Seite Eckfeld	83	122	-	-	€ 2.360

Andere Formate auf Anfrage.

\*Preise jeweils für Schmuckfarben nach der Euro-Skala

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

Dossiers und Specials	auf Anfrage
<b>Preise für Vorzugsplatzierungen</b> (Format: zzgl. Beschnitt an allen Seiten je 3 mm)	<b>farbig</b>
2. / 3. + 4. Umschlagseite, Format: 225 mm x 285 mm	€ 5.965
1/3 Seite hoch gegenüber Inhalt, Format: 97 mm x 285 mm	€ 3.485
Platzierungsvorschriften (Mindestgröße 1/3 Seite)	Aufpreis 15 %
Sondergrößen auf Anfrage und unter 5.	

(Stornofrist für Vorzugsplatzierungen: 6 Wochen vor Erscheinen)

<b>mm-Anzeigen:</b> (Spaltenbreite 47 mm)	
je mm, s/w	€ 5,55
je mm, 4-farbig	€ 12,50
<b>Gelegenheitsanzeigen:</b>	
Stellenanzeigen je mm	€ 4,30
sonst. Gelegenheitsanzeigen je mm	€ 4,50
Chiffregebühr Inland	€ 7,50
Chiffregebühr Ausland	€ 9,00

Max. Spaltenhöhe: 240 mm

Spaltenbreite	Malstaffel	Mengenstaffel
1-spaltig: 47 mm	3 Anzeigen = 5 %	1 Seite = 3 %
2-spaltig: 98 mm	6 Anzeigen = 10 %	3 Seiten = 5 %
3-spaltig: 149 mm	12 Anzeigen = 15 %	6 Seiten = 10 %
4-spaltig: 200 mm	24 Anzeigen = 20 %	9 Seiten = 15 %
		12 Seiten = 20 %
Mal- und Mengenstaffeln sind nicht kombinierbar. <b>Mittlerprovision 15 %</b>		

Gelegenheitsanzeigen sind nicht rabattierfähig.



# 6.1

## Online Werbeformate

(Preise in € ohne MwSt.,  
gültig ab 1.10.2022)

### Formate & Preise 2023 [www.meininger.de](http://www.meininger.de)

#### Banner Websites, Advertorials (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 €

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

Advertorial	meininger.de/MWBI
Full Service (2.500 Zeichen)	3.895 €
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

## WEINWIRTSCHAFT

### Large Leaderboard 970x90px

WEINWIRTSCHAFT News Weinhandel WeinErzeuger Weinköpfe Meinung Service Abo > mehr Themen | Q

ES IT FR EN DE



ERZEUGER

#### Clessidra kauft Mehrheit an Botter

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



EVENTS

#### Vinitaly auf 2022 verschoben

Veronafiere reagiert auf die fortwährende Corona-Pandemie.



PRODUKTE

#### Piwi für den LEH

Reb-Kendemann erzielt in einem Gemeinschaftsprojekt eine nationale Neulistung.

Medium  
Rectangle  
300x250px



Piwi-Power



Verkostungsdatum: 26.08.2021 - 29.08.2021

2021 MUNDUS VINI Summer Tasting 2021

Teilnahmegebühr pro Probe: 165,00€ (zzgl. MwSt)

Anmeldeschluss: 30.06.2021

Einsendeschluss: 02.07.2021



Verkostungsdatum: 20.07.2021

ISW Juli Tasting - Rum

Teilnahmegebühr pro Probe: 165,00€ (zzgl. MwSt)

Anmeldeschluss: 02.07.2021

Einsendeschluss: 06.07.2021



Verkostungsdatum: 11.05.2021 - 02.06.2021

Best of Riesling

Teilnahmegebühr pro Probe: 65,00€ (zzgl. MwSt)

Anmeldeschluss: 16.04.2021

Einsendeschluss: 21.04.2021

Half Page Ad  
300x600px



# 6.2

## Online Werbeformate

(Preise in € ohne MwSt.,  
gültig ab 1.10.2022)

### Formate & Preise 2023 Newsletter

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

Weinwirtschaft Newsletter (2 Wochen)		
Name Content Ad	Größe 600x250px	Preis/2 Wochen 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/FIZZ/MWEW (pro Schaltung)		
Name Content Ad	Größe 600x250px	Preis/Schaltung 525 €

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

## WEINWIRTSCHAFT

Der Newsletter für die Weinbranche.  
einen Newsletter jetzt im Browser lesen.

Newsletter vom 06.10.2022

### WEINWIRTSCHAFT



#### Mega-Fusion um Château Latour

Zwei Schwergewichte aus Bordeaux und Burgund fusionieren.

[»»» Jetzt weiterlesen](#)

#### Breite ProWein

Erste Details zur Aufplanung der Messe werden bekannt.

[»»» Jetzt weiterlesen](#)

#### Ein Drittel weniger Weingüter in Italien

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

[»»» Jetzt weiterlesen](#)

Content Ad  
600x250px



#### »Der Konsument sucht Ankerpunkte«

Seit gut einem Jahr steht Jens Gardthausen an der Spitze von Eggers & Franke, Deutschlands zweitgrößtem Weindistributeur. Zeit für Bilanz, Ausblick und Markteinblick. Ein Interview.

[»»» Jetzt weiterlesen](#)

#### Bahn sucht Wein

Ausschreibung für das Weinsortiment in der Bordgastronomie hat begonnen.

[»»» Jetzt weiterlesen](#)



#### Planeta übernimmt Feudi Spitaleri

Ältestes Weingut am Ätna in neuen Händen.

[»»» Jetzt weiterlesen](#)

# 7

## Drucktechnische Infos

<b>Farbanzeigen</b>	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.
<b>Sonderfarben (HKS)</b>	auf Anfrage Farbzuschläge sind rabattierfähig
<b>Druckverfahren</b>	Bogen-Offset, Druck im 70er Raster
<b>Papier</b>	Umschlag: 150 g/m <sup>2</sup> h'frei glänzend Bilderdruck Innenteil: 100 g/m <sup>2</sup> LuxoSatin
<b>Anzeigengestaltung</b>	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](http://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: [fassbender@meininger.de](mailto:fassbender@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 Sieglinde Faßbender  
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

### 1 Kurzcharakteristik

WEINWIRTSCHAFT ist die verkaufsstärkste, IVW geprüfte Fachzeitschrift für den professionellen Ein- und Verkauf von Wein in Deutschland. Leserzielgruppen sind der Wein- und Spirituosenfachhandel, die entsprechenden Importeure und die Einkäufer des Lebensmittelhandels. WEINWIRTSCHAFT ist unverzichtbarer Wegweiser für professionelle Entscheidungen. WEINWIRTSCHAFT als Spiegelbild des Weinmarktes wird von Insidern als die wichtigste, fundierteste und zuverlässigste Quelle für Informationen über den Handel mit Wein betrachtet.

### 2 Organ

-

### 3 Herausgeber

Peter Meininger

### 4 Redaktion

Clemens Gerke (Chefredaktion)  
Alexandra Wrann (Chefredaktion)  
Sascha Speicher, Iris Trenkner-Panwitz, Simon Werner,  
Vincent Meßmer

### 5 Anzeigen

Frank Apfel (Geschäftsleitung Sales & Marketing)  
Silke Geiger (Assistentin der Geschäftsleitung Sales & Marketing)  
Jörg Sievers (Verkaufsleiter im Lead)  
Florian Stever (Verkaufsleiter)

### 6 Gründungsjahr

1903

**Erscheinungsweise** 14-täglich, freitags

### 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

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

**E-Mail** [contact@meininger.de](mailto:contact@meininger.de)

### 11

**Erscheinungs-/  
Redaktionsplan** siehe Themen- und Terminplan 2023

### 12 Bezugspreis

(inkl. Porto und MwSt.)

Jahresabonnement € 199,00

Einzelpreis € 7,80

### 13 Umfangs-Analyse 2021 = 25 Ausgaben

**Format der Zeitschrift:** 225 mm B x 285 mm H

**Gesamtumfang:** 1.496 Seiten = 100,00 %

**Redaktioneller Teil:** 1.130 Seiten = 75,50 %

**Anzeigenteil:** 366 Seiten = 24,50 %

davon

Gelegenheitsanzeigen: 18 Seiten

Bei-, Ein- und Durchhefter: 0 Seiten

**Beilagen:** 4 Stück

davon Teilbeilagen 0 Stück

### 14 Inhalts-Analyse des redaktionellen Teils 2021 = 1.130 Seiten

WEINKompakt 213 Seiten = 18,9 %

- Hintergrundberichte, Messen und Events, Kurzinterviews

- News, Berufe & Karrieren, Terminal, Branchenticker

Eins. Zwei. Drei 25 Seiten = 2,2 %

WEINMacher 202 Seiten = 17,9 %

- Reportagen, ausführliche Berichte

Fassweinpreise 61 Seiten = 5,4 %

WEINHandel 171 Seiten = 15,1 %

- Konjunkturmfragen, Marktberichte und -analysen

Analytics 25 Seiten = 2,2 %

Navigator 38 Seiten = 3,4 %

Märkte & Preise 50 Seiten = 4,4 %

WEINTest 90 Seiten = 8,0 %

Editorial 25 Seiten = 2,2 %

Inhalt 42 Seiten = 3,7 %

Finale 25 Seiten = 2,2 %


Dossier / Special 138 Seiten = 12,2 %

Vorschau / Impressum 25 Seiten = 2,2 %

Insgesamt 1.130 Seiten = 100,0%

# 9

## Auflagen- und Verbreitungs-Analyse / Strukturanalyse Empfänger

**15 Auflagenkontrolle:** 

**16 Auflagen-Analyse:** Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt 1. Juli 2021 bis 30. Juni 2022

<b>Druckauflage:</b>	7.000	
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage:</b>	6.952	
	1.890	<b>Abonnierte Exemplare</b>
	766	<b>sonstiger Verkauf</b>
<b>Verkaufte Auflage:</b>	2.656	
<b>Freistücke:</b>	4.296	
	48	<b>Rest-, Archiv- und Belegexemplare</b>

### 17 Geographische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	Prozent	Exemplare
Bundesrepublik Deutschland	95,6	6.647
Ausland	4,4	305
<b>tatsächlich verbreitete Auflage</b>	<b>100,0</b>	<b>6.952</b>
<b>Nielsen-Gebiet 1</b>	8,9	592
Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen, Niedersachsen		
<b>Nielsen-Gebiet 2</b>	10,9	725
Nordrhein-Westfalen		
<b>Nielsen-Gebiet 3a</b>	45,4	3.018
Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland		
<b>Nielsen-Gebiet 3b</b>	18,3	1.216
Baden-Württemberg		
<b>Nielsen-Gebiet 4</b>	12,7	844
Bayern		
<b>Nielsen-Gebiet 5</b>	2,5	166
Berlin West u. Ost		
<b>Nielsen-Gebiet 6</b>	0,8	53
Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt		
<b>Nielsen-Gebiet 7</b>	0,5	33
Thüringen, Sachsen		
<b>INLAND</b>	<b>100,0</b>	<b>6.647</b>

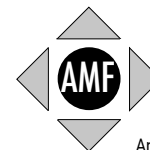
# WEINWIRTSCHAFT

### 18 Branchen/Wirtschaftszweige/Fachrichtungen/Berufsgruppen

WEINWIRTSCHAFT richtet sich an die für Ein- und Verkauf verantwortlichen Entscheider im Handel mit Wein/Sekt/Champagner.

Nummer der Grundsystematik	Empfängergruppen. Bezeichnung laut »Systematik der Wirtschaftszweige« des Statistischen Bundesamtes, geordnet nach Wirtschaftsstufen	Anteil tatsächlich verbreiteter Auflage	
		Prozent	Exemplare
	<b>Wein- und Spirituosenhandel</b>	<b>39,9</b>	<b>2.774</b>
	davon		
4118	a) Wein- und Spirituosenfachhandel	35,1	2.438
4316	b) Wein- und Spirituosenimporteure	4,8	336
4111	<b>Lebensmittelgroß und -einzelhandel</b>	<b>18,3</b>	<b>1.274</b>
4311	<b>Weingüter, Weinkellereien, Winzergenossenschaften, Sektkellereien</b>	<b>35,3</b>	<b>2.453</b>
	<b>Wein- und Spirituosenhandelsvertreter, Kommissionäre</b>	<b>1,1</b>	<b>76</b>
	<b>Behörden, Verbände, Schulen, Industrie, Banken</b>	<b>5,4</b>	<b>375</b>
<b>Insgesamt</b>		<b>100,0</b>	<b>6.952</b>

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 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 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,

## WEINWIRTSCHAFT

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 alleine 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 Urheberrechts 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 Anzeigenarifs 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 fremder 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.