

PREISLISTE 2006

Nr. 44 · Gültig ab 1. Januar 2006

- 1** Redaktionelles Konzept
- 2** Verlags- und allgemeine Angaben
- 3** Grundpreise/Rabatte
- 4** Formate/Preise
- 5** Technische Angaben
- 6** Termine
- 7** AdSpecials – Beilagen
- 8** AdSpecials – Beikleber
- 9** Geschäftsbedingungen
- 10** Ansprechpartner

**Aktuelle Daten und Services
finden Sie außerdem unter**

www.vpm.de

www.pz-online.de

1 Redaktionelles Konzept

Preisliste Nr. 44
Gültig ab 1. Januar 2006

praline

Praline – das aktuelle Erotik-Magazin

Das wöchentlich erscheinende Erotik-Magazin praline verführt ihre Leserschaft mit einem abwechslungsreichen Angebot aus unverhüllter Unterhaltung und aktueller Information:

Erotik:

praline präsentiert mit jeder Ausgabe eine unverhüllte Mischung aus erotischen News, leidenschaftlichen Reportagen, intimen Portraits und sinnlichen Geschichten.



Magazin:

praline informiert und berät ihre Leser zu aktuellen Themen sowie wissenschaftlichen Entwicklungen aus dem täglichen Privat-, Berufs- und Gesellschaftsleben.

Service:

Komplettiert wird das redaktionelle Angebot von praline durch aktuelle Informationen zu den Themen (Home-)Entertainment, Sport, Auto, Technik und Wissen.

2 Verlags- und allgemeine Angaben

Verlag

Inter Publish GmbH
Karlsruher Straße 31, 76437 Rastatt

Anschrift der Anzeigenabteilung

VPM-Anzeigenmanagement
Brieffach 3905, Burchardstraße 11, 20077 Hamburg
Telefon: 040/30 19-0

040/30 19-31 63 Anzeigenmanagement
040/30 19-31 16 Management Verkauf Innendienst
Telefax: 040/30 19-30 23 Anzeigenmanagement
040/30 19-31 24 Management Verkauf Innendienst

e-mail: Anzeigenmanagement:
KVoelker@bauermedia.com
Management Verkauf Innendienst:
KPhilipp@bauermedia.com

PZN-Nr.: 564782

Erscheinungsweise: wöchentlich

Erstverkaufstag: Donnerstag

Kalkulations-Druckauflage: 110.000 Exemplare
(gemäß Ziffer 16 a und 16 b Allgemeine Geschäftsbedingungen)

Bankverbindung

HypoVereinsbank München, BLZ: 700 202 70, Konto: 66 65 44 366,
BIC: HYVEDEMMXXX, IBAN: DE38 7002 0270 0666 5443 66

USt.-Id-Nr.

DE 144 01 00 48

Zahlungsbedingungen

Die Rechnungsstellung erfolgt zum Erstverkaufstag.
Zahlung innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum ohne Abzug. Bei Zahlungseingang bis zum Erstverkaufstag 2 % Skonto, wenn keine älteren Rechnungen unbezahlt sind.
Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe der banküblichen Zinsen für Dispositionskredite berechnet.

Vorauszahlung zum Anzeigenschlusstermin behalten wir uns vor.

Geschäftsbedingungen

Für die Abwicklung von Anzeigen-Aufträgen gelten im übrigen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen und andere Werbemittel in Zeitschriften.



Pabel-Moewig Verlag KG

3 Grundpreise/Rabatte

Preisliste Nr. 44
Gültig ab 1. Januar 2006

praline

Seitenpreis
schwarz/weiß € 3.778,-
vierfarbig € 5.110,-

Malstaffel

ab 12 Anzeigen	3%	ab 52 Anzeigen	15%
ab 24 Anzeigen	7%	ab 100 Anzeigen	18%
ab 36 Anzeigen	10%		

Mengenstaffel

ab 3 Seiten	5%	ab 15 Seiten	16%
ab 6 Seiten	8%	ab 18 Seiten	17%
ab 9 Seiten	12%	ab 24 Seiten	19%
ab 12 Seiten	15%		

4 Formate/Preise

Größe in Seitenteilen	Satzspiegel Breite x Höhe mm	m. Anschnitt ¹⁾ Breite x Höhe mm	Preise	
			mehrfarbig in €	schwarzweiß in €
1/1	196 x 261	210 x 280	5.110,-	3.778,-
3/4 hoch quer	146 x 261 196 x 195		3.833,-	2.833,-
5/8	196 x 162		3.194,-	2.361,-
9/16	146 x 195		2.874,-	2.125,-
1/2 hoch quer	96 x 261 196 x 129		2.555,-	1.889,-
3/8 hoch quer	96 x 195 196 x 96		2.100,-	1.553,-
1/4 hoch zweispaltig quer	46 x 261 96 x 129 196 x 63		1.421,-	1.035,-
3/16 hoch quer	46 x 195 146 x 63		1.087,-	776,-
1/8 hoch zweispaltig quer	46 x 129 96 x 63 196 x 30		727,-	518,-
3/32	46 x 96		657,-	411,-
1/16 hoch quer	46 x 63 96 x 30		438,-	274,-
1/32	46 x 30		219,-	137,-

Formate auf Doppelseiten	Satzspiegel Breite x Höhe mm	m. Anschnitt ¹⁾ Breite x Höhe mm	Preise	
			mehrfarbig in €	schwarzweiß in €
2/1	406 x 261	420 x 280	10.220,-	7.556,-
1 1/2 (1 S. + 1/2 S. hoch) (2 x 3/4 S. quer)	306 x 261 406 x 195	313 x 280 420 x 205	7.665,-	5.667,-
1/1 (2 x 1/2 S. quer)	406 x 129	420 x 139	5.110,-	3.778,-

Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Rechnungsbetrag aufgeschlagen.

¹⁾ Zu diesen Maßen ist die Beschnittzugabe zuzurechnen:
oben und unten 4 mm, außen 5 mm

Heftformat: 210 x 280 mm



Heftformat: 210 x 280 mm**Mehrfarbanzeigen**

Farbtöne, die nicht mit den Farben der verwendeten Farbskala zu erreichen sind, werden gesondert berechnet. Geringe Tonwertabweichungen sind im Toleranzbereich des Tiefdruckverfahrens begründet.

Druckverfahren

Rotations-Kupfertiefdruck

Druckunterlagen

Anlieferung auf Datenträger in gebräuchlichen Standardformaten inkl. Musterdruck. Filme sind ungeeignet wegen des Qualitätsverlustes bei digitaler Weiterverarbeitung.

Hinweis für Anzeigengestaltung

Da mit Beschnittunterschieden gerechnet werden muss, empfiehlt es sich, wichtige Motivteile ca. 1 cm von den Beschnittkanten entfernt stehen zu lassen.

Lieferanschrift für Vorlagendaten:

p.r.o. medien hamburg
Zippelhaus 5
20457 Hamburg

Ansprechpartner:

Frau Bleck/Frau Werner

Tel. 040/30 97 22 48, Fax 040/30 97 22 25

ISDN (30 Kanal 4sight) +49 40 30 97 490

e-mail: anzeigenbetreuung@pro-medien-hamburg.de

Die Anzeigenmotive senden Sie bitte zur Prüfung an:

VPM Anzeigenmanagement Verkauf Innendienst
Brieffach 3905, Burchardstraße 11, 20077 Hamburg

Ansprechpartner:

Karin Philipp

Tel. 040/30 19-31 16, Fax 040/30 19-31 24

e-mail: KPhilipp@bauermedia.com

Vorgaben für digitale Anzeigendatenlieferung**Systemplattformen**

Apple Macintosh

Anwendungsprogramme MAC**Versionen**

Quark-XPress	3.3 – 4.1 – 5.0
Adobe Photoshop	5 – 6 – 7
FreeHand	– 9
Adobe Illustrator	– 10
Adobe PageMaker	6.5 – 7.0
Adobe InDesign	2.0.2
Word-Excel-Powerpoint	Microsoft Office 98
Adobe Acrobat	4 – 5
weitere Programme auf Anfrage	

Komprimierungsprogramme/Stuff

Zipit	2.1
Stuffit Lite	6.5.1

Datenanlieferung/Bilddatenformate

Auf jedem gelieferten Datenträger muss eine Beschreibung sowie ein verbindlicher Ausdruck für die Weiterverarbeitung beiliegen. Bei Lieferungen per ISDN, FTP oder e-mail, muss die Beschreibung in einer Textdatei stehen, wobei der dazugehörige verbindliche Ausdruck per Fax an p.r.o. medien zu senden ist. Pixelorientierte Bilder sollen im Publishing-Bereich in den Formaten TIF, EPS oder JPEG abgespeichert werden. Alle Daten müssen entsprechende Formatendungen haben, um diese zuordnen zu können. Die Quellprofile (ICC) der CMYK und/oder RGB Bilder bitte unbedingt mitliefern, soweit diese vorhanden sind.

Postscript/PDF

In Postscript- und PDF-Daten müssen alle Schriften und Feindaten eingebettet sein.

PDF Kompatibilität: Distiller 4.05 oder 5.0

Auflösung: 2.400 dpi

Komprimierung: JPEG Maximal/ZIP/Bikubische Neuberechnung 300dpi

Schriften: Alle Schriften einbetten

Farbe: Farbe nichts ändern/keine Transferfunktionen

Erweitert: OPI-Kommentare nicht beibehalten

Schriften

Im Dokument oder EPS verwendete Schriften sind für die Weiterverarbeitung unerlässlich. Da unterschiedlichste Versionen gleicher Schriftarten existieren, ist eine verbindliche Ausgabe nur gesichert, wenn die von Ihnen verwendeten Schriftarten grundsätzlich mitgeliefert werden.

ISDN-Anlieferung

Für **eilige** Anzeigenanlieferungen, die wir dann ohne farbiges Kontrollmittel verarbeiten müssen, melden Sie die Übertragung bitte vorher telefonisch an.

Senden Sie bitte alle Dateien einer Anzeige in einem Ordner, der mit dem Namen der Anzeige sowie mit dem Namen und der Ausgabe-Nr. bzw. EVT des gebuchten Objektes bezeichnet ist.

Legen Sie bitte eine Text-Datei (read me) dazu, in der Absender, Anschrift, Ansprechpartner, Telefon-Nr. für evtl. Rückfragen sowie noch einmal Anzeigenname und Schaltung angegeben sind.

Parallel zu der gesendeten Datei benötigen wir unbedingt ein Kontrollfax der Anzeige zur sachlichen Kontrolle. Bitte beschriften Sie auch das Kontrollfax entsprechend dem gesendeten Ordner.

6 Termine

Preisliste Nr. 44
Gültig ab 1. Januar 2006

praline

Heft	Erstverkaufstag* Donnerstag:	Kalender- woche	Anzeigen- Schlusstermin	Termin für die Anlieferung von Vorlagendaten
2	05.01.06	1	22.11.05	22.11.05
3	12.01.06	2	29.11.05	29.11.05
4	19.01.06	3	06.12.05	06.12.05
5	26.01.06	4	13.12.05	13.12.05
6	02.02.06	5	20.12.05	20.12.05
7	09.02.06	6	28.12.05	28.12.05
8	16.02.06	7	04.01.06	04.01.06
9	23.02.06	8	11.01.06	11.01.06
10	02.03.06	9	17.01.06	17.01.06
11	09.03.06	10	24.01.06	24.01.06
12	16.03.06	11	31.01.06	31.01.06
13	23.03.06	12	07.02.06	07.02.06
14	30.03.06	13	14.02.06	14.02.06
15	06.04.06	14	21.02.06	21.02.06
16	13.04.06	15	01.03.06	01.03.06
17	20.04.06	16	06.03.06	06.03.06
18	27.04.06	17	13.03.06	13.03.06
19	04.05.06	18	17.03.06	17.03.06
20	11.05.06	19	24.03.06	24.03.06
21	18.05.06	20	31.03.06	31.03.06
22	24.05.06	21	06.04.06	06.04.06
23	01.06.06	22	13.04.06	13.04.06
24	08.06.06	23	21.04.06	21.04.06
25	14.06.06	24	27.04.06	27.04.06
26	22.06.06	25	05.05.06	05.05.06
27	29.06.06	26	12.05.06	12.05.06
28	06.07.06	27	19.05.06	19.05.06
29	13.07.06	28	29.05.06	29.05.06
30	20.07.06	29	06.06.06	06.06.06
31	27.07.06	30	13.06.06	13.06.06
32	03.08.06	31	21.06.06	21.06.06
33	10.08.06	32	28.06.06	28.06.06
34	17.08.06	33	05.07.06	05.07.06
35	24.08.06	34	12.07.06	12.07.06
36	31.08.06	355	19.07.06	19.07.06
37	07.09.06	36	26.07.06	26.07.06
38	14.09.06	37	02.08.06	02.08.06
39	21.09.06	38	09.08.06	09.08.06
40	28.09.06	39	16.08.06	16.08.06
41	05.10.06	40	22.08.06	22.08.06
42	12.10.06	41	29.08.06	29.08.06
43	19.10.06	42	05.09.06	05.09.06
44	26.10.06	43	12.09.06	12.09.06
45	02.11.06	44	18.09.06	18.09.06
46	09.11.06	45	25.09.06	25.09.06
47	16.11.06	46	02.10.06	02.10.06
48	23.11.06	47	10.10.06	10.10.06
49	30.11.06	48	17.10.06	17.10.06
50	07.12.06	49	24.10.06	24.10.06
51	14.12.06	50	31.10.06	31.10.06
52	20.12.06	51	07.11.06	07.11.06
1	28.12.06	52	13.11.06	13.11.06
2	04.01.07	1	17.11.06	17.11.06
3	11.01.07	2	24.11.06	24.11.06
4	18.01.07	3	01.12.06	01.12.06

* Zahlungstermin bei Inanspruchnahme des Skontos lt. Preisliste

Letzter Rücktrittstermin: bis zum jeweiligen Anzeigenschluss.



Pabel-Moewig Verlag KG

	Speditonsauflage €	Postauflage €
Kosten pro 1.000 Exemplare bis 20 g Einzelgewicht	47,-	57,-
bis 30 g Einzelgewicht	52,-	67,-
bis 40 g Einzelgewicht	57,-	77,-
bis 50 g Einzelgewicht	62,-	87,-

Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Rechnungsbetrag aufgeschlagen.

Mindestauflage pro Zeitschrift und Ausgabe	50.000	4.500
Auflagenrichtwert Spedition Inland	95.000	4.500
Formate in mm (Breite x Höhe) minimal maximal	105 x 148 190 x 260	105 x 148 190 x 260

Beilagen größeren Formats müssen gefalzt angeliefert werden.
Bei mehrseitigen Beilagen muss grundsätzlich eine Seite durch Heftung oder Falz geschlossen sein.

Auftragsannahmeschluss bzw. spätester Rücktrittstermin in Wochen vor Erstverkaufstag	5	5
---	---	---

Der Vertrag behält sich vor, das Rücktrittsrecht im Einzelfall auszuschließen.

Anliefertermin vor Erstverkaufstag	20 – 16 Tage
------------------------------------	--------------

Auflagen

Bei den genannten Auflagenrichtwerten handelt es sich um Durchschnittswerte. Wegen möglicher Auflagenschwankungen ist immer eine heftbezogene Abstimmung mit dem Verlag erforderlich. Belegung der Postauflage auf Anfrage.

Provision

Auf die Kosten des Beilegens wird Provision gewährt.

Platzierung

An unbestimmter Stelle im Heft.

Verbund-Supplements

Beilagen mit Verbundwerbung für **Reiseregionen oder Länder**, die eine oder mehrere Anzeigen einzelner Werbungtreibender der Branchen Verkehr oder Touristik aus dem jeweils beworbenen Gebiet enthalten sowie Beilagen, die von mehreren Werbungtreibenden gemeinsam genutzt werden, sind nach **besonderer Vereinbarung** möglich.

Mindestauflage

Die genannten Mindestauflagen sollten sich möglichst auf ein Nielsengebiet konzentrieren.

Konkurrenz-Ausschluss

ist **nur für Beilagen** in der gleichen Ausgabe bei Gebiets-Gleichheit möglich.

Verarbeitungszuschuss

Zu den genannten Auflagen-Richtwerten bzw. den abgestimmten Auflagen wird ein Verarbeitungszuschuss von 1 % benötigt.

Muster

Spätestens mit dem Auftrag werden mindestens fünf verbindliche Muster benötigt.

Anhand dieser Muster wird die Verarbeitbarkeit geprüft. Ohne vorherige Prüfung kann der Verlag die reibungslose Durchführung des Auftrages nicht gewährleisten. Sollte ein Probelauf notwendig sein, setzen wir uns rechtzeitig mit Ihnen in Verbindung.

Hinweise

Die Fehlerquote für Gebietsüberschreitungen beträgt erfahrungsgemäß ca. 1 % der Auflage. **Beilagenhinweise können nicht veröffentlicht werden.** Minderbelegungen bis zu maximal 3 % müssen gegebenenfalls akzeptiert werden. Unterschiedliche Kennziffern oder ähnliche Unterscheidungsmerkmale in einer Ausgabe können nur bei vorzeitiger Bekanntgabe, **bis spätestens 4 Wochen vor dem Erstverkaufstag**, berücksichtigt werden.

Anlieferungsform

Bitte unbedingt beachten.

Auf Euro-Paletten 80 x 120 cm (**maximale Palettenhöhe inkl. Palette: 100 cm**) frei Verlagsdruckerei mit genauer Kennzeichnung von Zeitschrift, Ausgabe und Stückzahl. Die Anlieferung **muss** außerdem auf Fahrzeugen erfolgen, die **seitlich** entladen werden können. Bei zu früher Anlieferung bzw. falscher Anlieferungsform behält der Verlag sich vor, evtl. entstehende Kosten für das Umlagern bzw. Umpacken an den Auftraggeber weiterzuberechnen. Bitte beachten Sie unbedingt unsere Broschüre „Anlieferungsbedingungen für Print-Sonderwerbformen“.

Anlieferungsanschriften

Wydawnictwo Bauer SP.zo.o., Sp.k.
ul. Niechodzka 25
06-400 Ciechanow/Polen

Mindestabnahme an Anzeigenraum 1/1 S. lt. jeweils gültigem Tarif	Speditonsaufgabe €	Postaufgabe €
Technische Kosten für das Einkleben pro 1.000 Exemplare Postkarte und Umschläge ohne Inhalt	33,-	36,-
Doppelpostkarte, Umschlag mit Inhalt	36,-	46,-
Booklet bis 20 g, Dreifachpostkarte	39,-	49,-

Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Rechnungsbetrag aufgeschlagen.

Mehrgewicht und Postgebühren auf Anfrage.

Auflagen-Richtwerte	95.000	4.500
Formate in mm (Breite x Höhe) minimal maximal	60/ 80 160/190	60/ 80 160/190

Auftragsannahmeschluss bzw. spätestes Rücktrittsrecht in Wochen vor Erstverkaufstag	6	6
--	---	---

Der Vertrag behält sich vor, das Rücktrittsrecht im Einzelfall auszuschließen.

Anliefertermin vor Erstverkaufstag	20 – 16 Tage
------------------------------------	--------------

Auflagen

Wegen möglicher Auflagenschwankungen ist immer eine heftbezogene Abstimmung mit dem Verlag erforderlich.

Provision

Auf die Kosten des Beiklebens wird Provision gewährt.

Platzierung innerhalb der Anzeige.

mindestens 20 mm von allen Beschnittkanten und 20 mm vom Bund entfernt (hoch oder quer): Stand-Toleranzen bis zu 10 mm beim Einkleben müssen akzeptiert werden.

Platzierung der Anzeige

Feste Platzierungen können nicht zugesagt werden. Generell gilt rechte Seite vor Heftmitte.

Sonderplatzierungen auf Anfrage.

Teilbelegung

nach Nielsen-Gebieten auf Anfrage möglich. Teilbelegungs-Zuschlag € 3,- per Tausend. Die Trägeranzeige muss in jedem Fall in der Gesamtausgabe erscheinen.

Teilbelegung kann nur mit einem Schieberecht bestätigt werden.

Papiergrammatur

Postkarten: minimal = 100 g/qm, maximal = 170 g/qm
Bei Antwortpostkarten liegt die Papiergrammatur bei minimal 150 g/qm
Booklet – Papiergewicht auf Anfrage

Verarbeitungszuschuss

Zu den genannten Auflagen-Richtwerten bzw. den abgestimmten Auflagen wird ein Verarbeitungszuschuss von 1 % benötigt.

Muster

Spätestens mit dem Auftrag werden mindestens fünf verbindliche Muster benötigt.

Anhand dieser Muster wird die Verarbeitbarkeit geprüft. Ohne vorherige Prüfung kann der Verlag die reibungslose Durchführung des Auftrages nicht gewährleisten. Sollte ein Probelauf notwendig sein, setzen wir uns rechtzeitig mit Ihnen in Verbindung.

Hinweise

Die Postkarten müssen einwandfrei beschnitten sein, da andernfalls eine Verarbeitungsgarantie nicht übernommen werden kann.

Minderbelegungen bis zu maximal 5% müssen gegebenenfalls akzeptiert werden. Der Auftraggeber haftet für Schäden, die beim Versand der einzuklebenden Postkarten oder Umschläge etc. bis zur Druckerei entstehen.

Anlieferungsform

Bitte unbedingt beachten.

Auf Euro-Paletten 80 x 120 cm (**maximale Palettenhöhe inkl.**

Palette: 100 cm) frei Verlagsdruckerei mit genauer Kennzeichnung von Zeitschrift, Ausgabe und Stückzahl. Die Anlieferung **muss** außerdem auf Fahrzeugen erfolgen, die **seitlich** entladen werden können. Bei zu früher Anlieferung bzw. falscher Anlieferungsform behält der Verlag sich vor, evtl. entstehende Kosten für das Umlagern bzw. Umpacken an den Auftraggeber weiterzuberechnen. Bitte beachten Sie unbedingt unsere Broschüre „Anlieferungsbedingungen für Print-Sonderwerbformen“.

Anlieferungsanschriften

Wydawnictwo Bauer SP.zo.o., Sp.k.
ul. Niechodzka 25
06-400 Ciechanow/Polen

9 Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und andere Werbemittel in Zeitschriften

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 Zeitung oder Zeitschrift 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 Vertragsabschluss abgerufen und veröffentlicht wird.

3. Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses 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, 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.

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 – 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. Dieses berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages.

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.

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 Män-

geln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden.

Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde.

Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden 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. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber vierzehn Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

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 Anzeigenschlussstermin 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.

16a. Aus einer Auflagenminderung kann – vorbehaltlich der Regelung der Ziffer 16b – nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantiefolge unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie bei einer Garantiefolge bis zu 50 000 Exemplaren mindestens 20 v.H., bei einer Garantiefolge bis zu 100 000 Exemplaren mindestens 15 v.H., bei einer Garantiefolge bis zu 500 000 Exemplaren mindestens 10 v.H., bei einer Garantiefolge über 500 000 Exemplaren mindestens 5 v.H. beträgt.

Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt. Als Garantiefolge 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 Preiserminderungsansprüche 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.

16b. (Sondervorschrift bei Auflagenminderungen für Titel, die heftbezogene Auflagenangaben enthalten)
Abweichend von Nummer 16a berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagenangaben enthalten, nur dann zu einer Preiserminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (Garantiefolge) von bis zu 500 000 Exemplaren 10 v.H. und bei einer Auflage (Garantiefolge) von über 500 000 Exemplaren 5 v.H. überschreitet (Schwankungsbreite). Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt.

Die der Garantie zugrundeliegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IVW. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr aus dem Auflagendurchschnitt der vier Quartale vor dem Insertionsjahr, soweit nicht vom Verlag eine absolute Auflagenzahl als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preiserminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengenstaffel und für mindestens drei Ausgaben.

Grundlage für die Berechnung der Preiserminderung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde.

Die mögliche Auflagenminderung errechnet sich als Saldo der Auflagenüber- und Auflagenunterschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Insertionsjahres abzüglich der genannten zulässigen Schwankungsbreite.

Ein Anspruch auf Rückvergütung ist innerhalb eines halben Jahres nach Ablauf des Insertionsjahres geltend zu machen. Die Rückvergütung erfolgt auf Basis des Kunden-Nettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalzuschuss oder wenn dies nicht mehr möglich ist als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2.500 Euro beträgt.

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 (Gewicht ... g) 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. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.

Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlichen-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 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 ausgeübt werden.

21. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht.

Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen.

Der Nachweis muss spätestens bis zum Abschluss des Insertionsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden.

Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag.

Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

22. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelierten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen 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 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, deren 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. Bei Kunden/Werbeagenturen, die zum ersten Mal mit dem Verlag in Geschäftsverbindung treten, kann Vorauskasse zum Anzeigenschlussstermin verlangt werden. Rabatte werden gemäß Rabattstufen nach Erscheinen der Anzeigen beim Erreichen der einzelnen Rabattstufen gewährt.



Anzeigenmanagement

Karsten Völker
Tel. 040/30 19-31 63
Fax 040/30 19-30 23
KVoelker@bauermedia.com

Anschrift

VPM Anzeigenmanagement
Brieffach 3947
20077 Hamburg

Management Verkauf Innendienst

Karin Philipp
Tel. 040/30 19-31 16
Fax 040/30 19-31 24
KPhilipp@bauermedia.com

Anschrift

VPM Anzeigenmanagement
Brieffach 3905
20077 Hamburg

BAUER MEDIA ONLINE

Stephan Spaete
Tel. 040/30 19-31 88
Fax 040/30 19-30 23
SSpaete@bauermedia.com

International Account Management

Frankreich/Belgien

T.P.C. France International
Anja Eberlein
21, rue Drouot
75009 Paris
Tel. +33-1-47 70 90 72
Fax +33-1-47 70 54 56
AEberlein@tpc-france.com

Großbritannien

IGP Ltd.
Carl Cullingford
52a, Borough High Street
Southwark
London SE1 1XN
Tel. +44-207-4 03 45 89
Fax +44-207-4 03 45 90
info@igpmedia.com

Italien

K.media SRL
Bernard Kedzierski
Via Bonaventura Cavalieri, 1
20121 Milano
Tel. +39-02-29 06 10 94
Fax +39-02-29 06 23 41
info@Kmedianet.com

Niederlande

IGP Ltd.
Carl Cullingford
52a, Borough High Street
Southwark
London SE1 1XN
Tel. +44-207-4 03 45 89
Fax +44-207-4 03 45 90
info@igpmedia.com

Österreich

Verlagsbüro Dolleisch
Renate Dolleisch GmbH
Bahnallee 26
2120 Wolkersdorf
Tel. +43-2245-8 20 32
Fax +43-2245-82 03 29
verlagsbuero@dolleisch.at

Schweiz

TRISERVICE S.A.
Claudine Chevalley
Chemin De Maisonneuve 7
1219 Châteline-Genève
Tel. +41-22-7 96 46 26
Fax +41-22-7 97 02 70
info@triservice.ch