

Anzeigen- Preisliste Nr. 1

GRAZIA

Gültig ab 11.02.2010

Inhalt

Redaktionelles Konzept	1	Ad-Specials	6
Verlagsangaben.....	2	Promotion	7
Rabatte & Technische Daten	3	Geschäftsbedingungen.....	8
Anzeigenpreise & Formate	4	Ansprechpartner	9
Termine.....	5		

1 Redaktionelles Konzept

GRAZIA ist das erste weibliche Hochglanz-Crossover, das Woche für Woche STYLE, PEOPLE & NEWS verbindet. Mondän, aber nicht elitär, style-orientiert, aber nicht oberflächlich, intelligent, aber trotzdem unterhaltend, deckt es die ganze thematische Bandbreite eines schnellen, weltläufigen Wochenmagazins ab.

Die Leserin: GRAZIA ist die Zeitschrift für urbane Hedonistas. Ihre Leserinnen sind ausgesprochen trendorientiert und durch eine hohe Affinität zu Stil und Design gekennzeichnet. Ihre Begeisterung richtet sich deshalb auf Mode, Beauty, Wohnen und Genießen schlechthin. Die GRAZIA-Leserin ist jedoch kein Fashion-Victim, sondern eine selbstbestimmte, multioptionale Verbraucherin. Ihre Souveränität bei der Kaufentscheidung deckt sich mit ihrer Intelligenz im Informationsverhalten, denn sie erwartet von der Zeitschrift ihres Vertrauens smarte Unterhaltung mit Niveau.



Klaus Dahm, Chefredakteur

GRAZIA

2 Verlagsangaben

Verlag: Klambt-Style-Verlag GmbH & Co. KG

Postanschrift: MEDIENGRUPPE KLAMBT
Klambt-Style-Verlag GmbH & Co. KG
Gänsemarkt 21-23
20354 Hamburg

Anzeigenverkauf:

Telefon:
Geschäftsführer Sales Martin Fischer 040 – 4118825-220
Anzeigenleiterin Women & People Ulrike Geisert 040 – 4118825-221
Anzeigenverkaufsleiterin Mareile Jungbluth..... 040 – 4118825-222
Carmen Kleinfeldt 06232 – 310-250

Anzeigendisposition & Abwicklung:

Telefon:
Disposition Christiane Fock..... 040 – 4118825-223

Telefax: Anzeigenabteilung 040 – 4118825-204

E-Mail: christiane.fock@klambt.de

Internet: www.klambt.de

Bankverbindung: Volksbank Kur- und Rheinpfalz e.G.
Konto-Nr. 21458, BLZ 54790000
IBAN DE 15 54790000 0000021458
BIC GENO DE 61 SPE

Erscheinungsweise: wöchentlich

Erstverkaufstag: Donnerstag

Zahlungsbedingungen: Zahlbar innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungserhalt rein netto. Bei Vorauszahlung bis zum Erstverkaufstag gewähren wir 2% Skonto. Sofern ältere Rechnungen offenstehen, kann Skonto nicht gewährt werden. Auf den Nettopreis erfolgt der Zuschlag der Mehrwertsteuer.

Geschäftsbedingungen: Für die Abwicklung von Aufträgen gelten die Geschäftsbedingungen des Verlages (siehe Punkt 8).

Erfüllungsort: 67346 Speyer

Gerichtsstand: Amtsgericht 67346 Speyer bzw.
Landgericht 67227 Frankenthal

Garantiert verkaufte Auflage: 150.000 Exemplare

3 Rabatte & Technische Daten

Nachlässe:

Mengenstaffel

ab 3 Seiten	5 %	ab 12 Seiten	15 %
ab 6 Seiten	10 %	ab 18 Seiten	20 %

Sonderplatzierungen:

Preisaufschlag (rabattfähig)	2. Umschlagseite + Seite 3	31.200 €
	2. Umschlagseite	15.600 €
	4. Umschlagseite	15.600 €

Agenturvergütung:

Für Werbeagenturen beträgt die Vergütung 15 % vom Rechnungsnetto.

Technische Angaben:

Die aktuellen und verbindlichen technischen Angaben finden Sie unter: www.duon-portal.de, auch zum Download als PDF.



Anlieferung

Druckunterlagen:

Alle Druckunterlagen sind elektronisch über das Druckunterlagenportal www.duon-portal.de anzuliefern. Support erhalten Sie unter: support.duon-portal.de oder direkt unter Tel.: 0 40 – 37 41 17-50

Rückfragen zu techn. Daten:

Carolin Eilender, Tel.: 06232 310-246
E-Mail: carolin.eilender@klambt.de

Anzeigenbuchung Online

Anzeigenbuchungen können auch über das Online-Buchungssystem (OBS) übermittelt werden: <https://www.obs-server.de>



4 Anzeigenpreise & Formate

schwarz-weiß + farbig

Format	Ausrichtung Format	Preise für Anzeigen in €	Satzspiegel Breite x Höhe in mm	Anschnitt** Breite x Höhe in mm
1/1 Seite		13.000	210 x 270	230 x 295
3/4 Seite	hoch	11.208	154 x 270	164 x 295
3/4 Seite	quer	11.208	210 x 209	230 x 221
1/2 Seite	hoch	7.150	104 x 270	115 x 295
1/2 Seite	quer	7.150	210 x 136	230 x 148
Bunddurchdruck				
2/1 Seite		26.000	440 x 270	460 x 295

Anzeigensplit und Anzeigen-Teilbelegung möglich, auf Anfrage!

**Beschnittzugabe: 5 mm je Schnitt

5 Termine 1. Halbjahr 2010

Heft-Nr.	Erstverkaufstag	KW	Anzeigenschluss/ Rücktrittsrecht/ Druckunterlagenchluss
07/2010	11.02.2010	6	28.01.2010
08/2010	18.02.2010	7	04.02.2010
09/2010	25.02.2010	8	11.02.2010
10/2010	04.03.2010	9	18.02.2010
11/2010	11.03.2010	10	25.02.2010
12/2010	18.03.2010	11	04.03.2010
13/2010	25.03.2010	12	11.03.2010
14/2010	31.03.2010	13	18.03.2010
15/2010	08.04.2010	14	25.03.2010
16/2010	15.04.2010	15	01.04.2010
17/2010	22.04.2010	16	08.04.2010
18/2010	29.04.2010	17	15.04.2010
19/2010	06.05.2010	18	22.04.2010
20/2010	12.05.2010	19	29.04.2010
21/2010	20.05.2010	20	06.05.2010
22/2010	27.05.2010	21	12.05.2010
23/2010	02.06.2010	22	20.05.2010
24/2010	10.06.2010	23	27.05.2010
25/2010	17.06.2010	24	02.06.2010
26/2010	24.06.2010	25	10.06.2010
27/2010	01.07.2010	26	17.06.2010

Expressbuchungen ohne Platzierungswünsche und Reklamationsrecht sind bei ganztägiger Belegung bis 1 Woche vor EVT möglich. Ausgaben, die Feiertage betreffen, sind von dieser Möglichkeit ausgeschlossen.

5 Termine 2. Halbjahr 2010

Heft-Nr.	Erstverkaufstag	KW	Anzeigenschluss/ Rücktrittsrecht/ Druckunterlagenschluss
28/2010	08.07.2010	27	24.06.2010
29/2010	15.07.2010	28	01.07.2010
30/2010	22.07.2010	29	08.07.2010
31/2010	29.07.2010	30	15.07.2010
32/2010	05.08.2010	31	22.07.2010
33/2010	12.08.2010	32	29.07.2010
34/2010	19.08.2010	33	05.08.2010
35/2010	26.08.2010	34	12.08.2010
36/2010	02.09.2010	35	19.08.2010
37/2010	09.09.2010	36	26.08.2010
38/2010	16.09.2010	37	02.09.2010
39/2010	23.09.2010	38	09.09.2010
40/2010	30.09.2010	39	16.09.2010
41/2010	07.10.2010	40	23.09.2010
42/2010	14.10.2010	41	30.09.2010
43/2010	21.10.2010	42	07.10.2010
44/2010	28.10.2010	43	14.10.2010
45/2010	04.11.2010	44	21.10.2010
46/2010	11.11.2010	45	28.10.2010
47/2010	18.11.2010	46	04.11.2010
48/2010	25.11.2010	47	11.11.2010
49/2010	02.12.2010	48	18.11.2010
50/2010	09.12.2010	49	25.11.2010
51/2010	16.12.2010	50	02.12.2010
52/2010	23.12.2010	51	09.12.2010
01/2011	30.12.2010	52	16.12.2010

Expressbuchungen ohne Platzierungswünsche und Reklamationsrecht sind bei ganztägiger Belegung bis 1 Woche vor EVT möglich. Ausgaben, die Feiertage betreffen, sind von dieser Möglichkeit ausgeschlossen.

6 Ad-Specials

Beilagen sind der Zeitschrift lose beigefügte Drucksachen.

Beilagenpreise: (je angefangene Tausend, ohne Nachlässe)		Einzelverkaufsauflage	Abo-Auflage
Bis 20 Gramm	60 € o/oo	80 € o/oo	
Bis 25 Gramm	65 € o/oo	85 € o/oo	
Bis 30 Gramm	70 € o/oo	95 € o/oo	
Bis 35 Gramm	75 € o/oo	105 € o/oo	
Bis 40 Gramm	80 € o/oo	110 € o/oo	
Bis 45 Gramm	85 € o/oo	115 € o/oo	
Bis 50 Gramm	90 € o/oo	120 € o/oo	

Beilagenformate:	Mindestformat	105 x 148 mm (DIN A6)
	Höchstformat	210 x 275 mm

Beihefter sind fest in die Zeitschrift eingehaftete Drucksachen/Prospekte eines Werbung-treibenden. Sie können verarbeitungsfertig vom Auftraggeber zur Verfügung gestellt oder in unserer Druckerei als von der Zeitschrift unabhängiger Druckauftrag produziert werden.

Beihefterpreise: (je angefangene Tausend, ohne Nachlässe)		Einzelverkaufsauflage	Abo-Auflage
4-seitige Beihefter	55 € o/oo	75 € o/oo	
8-seitige Beihefter	60 € o/oo	85 € o/oo	
12-seitige Beihefter	65 € o/oo	95 € o/oo	
16-seitige Beihefter	70 € o/oo	105 € o/oo	

Die Preise können sich erhöhen, wenn die Beschaffenheit der Beihefter die Verarbeitung erschwert und Mehrkosten verursacht werden.

Kennzeichnung: Beihefter, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Werbung erkennbar sind, müssen mit dem Wort „Anzeige“ mindestens in 3 mm Versalhöhe, gegebenenfalls in größerer Schrift, gekennzeichnet werden.

Beihefterformate:	Mindestformat	105/115 x 105 mm
	Höchstformat	233/243 x 301 mm

Beikleber werden auf eine Basisanzeige so aufgeklebt, dass sie von Interessenten mühelos abgelöst und verwendet werden können.

Beikleberpreise:	Einzelverkaufsauflage	Abo-Auflage
Postkarten	35 € o/oo	40 € o/oo
Booklets	50 € o/oo	65 € o/oo
CD/DVD	52 € o/oo	67 € o/oo
Warenproben	55 € o/oo	70 € o/oo

Anzeigenabnahme:

Basisanzeige in der Gesamtausgabe 1/1 Seite. Berechnung lt. Preisliste.

Beikleberformate:	Mindestformat	55 x 85 mm
	Höchstformat	180 x 200 mm für Prospekte 60 x 80 mm für Warenproben max. 10 Gramm, max. Dicke 1mm

Bedingungen für Warenproben:

Warenproben dürfen keinen gefährlichen Inhalt haben oder Verarbeitung und Versand einer Massenaufgabe beeinträchtigen. Folienverschweißte Beutel müssen einem Berstdruck von mindestens 10 kN bei 15 Minuten unbeschädigt standhalten. Gegebenenfalls müssen Kosten für eine getrennte Entsorgung vom Auftraggeber übernommen werden. Der Verlag muss von allen Ansprüchen Dritter, die sich aus der Beiklebung ergeben können, freigestellt werden.

Belegungsmöglichkeiten:

Gesamtauflage oder Teilauflagen (Nielsen-Gebiete, Bundesländer, Einzelverkaufsauflage, Postauflage).

Die zu belegenden Auflagen unterliegen Schwankungen, deshalb muss die tatsächlich benötigte Beilagenmenge vor Fertigung abgestimmt werden.

Geringfügige Abweichungen von den vereinbarten Streugebieten sind aus vertriebs-technischen Gründen möglich.

Auftrags- und Rücktrittstermin:

Disposition so früh wie möglich erbeten, spätestens zum Anzeigenschluss. Die Vorlage eines Musters (10-fach) ist bei der Auftragserteilung erwünscht, muss aber spätestens einen Monat vor Erstverkaufstag erfolgen. Der Auftrag wird für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters und dessen Billigung verbindlich.

Anlieferung:

Beilagen, Beihefter und Beikleber müssen einwandfrei verarbeitet und in Lagen zu 10 bis 12 cm abgesetzt, unverschränkt und versandssicher auf Euro-Paletten verpackt spätestens 21 Tage vor Erstverkaufstag frei Druckerei geliefert werden. Die durch Nichtbeachtung der technischen Anforderungen entstehenden Kosten übernimmt der Auftraggeber.

Evtl. Abweichungen von den angegebenen Formaten und Papiergewichten sind nur nach besonderer Vereinbarung möglich.

7 Promotion

Format: Ab 1/1 Seite

Preise: Auf Anfrage

Die GRAZIA-Promotion-Schaltkosten werden zum gültigen Anzeigenpreis und im Rahmen des Jahresabschlussrabatts berechnet.

Der jeweilige Preis versteht sich zuzüglich Produktionskosten für Konzept, Text, Grafik, Technik, bei Übernahme von Bildmaterial, pro Schaltung. Produktionskosten sind technische Kosten und sind nicht rabatt- und AE-provisionfähig.

Kennzeichnung: Promotion-Seiten werden mit „GRAZIA Promotion“ und Anzeige in 10 Punkt-Versalien gekennzeichnet.

Abwicklung: GRAZIA-Promotion-Anzeigen werden von unserem Promotion-Team im redaktionellen Stil von GRAZIA gestaltet und produziert. Dies geschieht in enger Absprache mit dem Kunden bzw. der Agentur. Promotion-Anzeigen können als Einzel- oder Gemeinschafts-Promotion mit passenden Partnern konzipiert werden. Die Promotion-Schlusstermine liegen 5 Wochen vor dem offiziellen Anzeigenschluss.

Themenbezogene Promotion-Strecken: GRAZIA Nr. 22/2010 Sommer-Promotion
GRAZIA Nr. 48/2010 X-Mas Promotion

Preise: auf Anfrage

Weitere Aktionen

STAR OF THE WEEK: Wir präsentieren Ihr Produkt auf 2/1 Seiten auf dem roten Teppich und machen es zum GRAZIA STAR OF THE WEEK. Preis auf Anfrage (inkl. Online-Integration)

Handel: Um den Handel mit einzubinden, können Promotion-Anzeigen zusätzlich als Sonderdrucke „Gesehen in GRAZIA“ oder als Aufsteller werblich eingesetzt werden. Preise auf Anfrage.

Crossmedial: Promotionanzeigen können auf Wunsch mit einem Online-Auftritt auf unserer Website kombiniert und ergänzt werden.
Preise auf Anfrage

8 Geschäftsbedingungen

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und andere Werbemittel in Zeitschriften

Ziffer 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 zum Zweck der Verbreitung.

Ziffer 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.

Ziffer 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.

Ziffer 4: Betr. Textteilanzeigen. Unzutreffend.

Ziffer 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.

Ziffer 6: Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

Ziffer 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. Aufträge, 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. Die Ablehnung einer Anzeige wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

Ziffer 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 für Anzeigen 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 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.

Ziffer 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.

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

Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden.

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.

Ziffer 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.

Ziffer 12: Betr. Berechnung nach Abdruckhöhe. Unzutreffend.

Ziffer 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.

Ziffer 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.

Ziffer 15: Der Verlag liefert mit der Rechnung 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.

Ziffer 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 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 bis zu 100 000 Exemplaren mindestens 15 v. H., bei einer Garantieauflage bis zu 500 000 Exemplaren mindestens 10 v. H., bei einer Garantieauflage über 500 000 Exemplaren mindestens 5 v. H. beträgt. Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 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.

Ziffer 16b: Aufлагengarantie 2.0 (Sondervorschrift bei Auflagenminderungen für Titel, die heftbezogene Aufлагendaten veröffentlichen und für Aufträge ab 6 Frequenzen)

Abweichend von Ziffer 16 a berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Aufлагendaten veröffentlichen, im Rahmen der Aufлагengarantie 2.0 dann zu einer Preisminderung, wenn die verkauften Auflagen der belegten Ausgaben im Vergleich zu den gleichen Vorjahresausgaben im Schnitt geringer verkauft. Die mögliche Auflagenminderung errechnet sich als Saldo der Auflagenüber- und -unterschreitungen im Vergleich zu den jeweiligen Vorjahresausgaben. Voraussetzung für die Inanspruchnahme der Aufлагengarantie 2.0 ist ein Abschluss auf Basis der Mengen- oder Malstaffel von mindestens 6 Frequenzen innerhalb des Insertionsjahres. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende in Form von einer Naturalgutschrift auf Basis des Argumentnettos. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2.500 Euro beträgt.

Ziffer 17: Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Anschreibebriefe 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 50 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.

Ziffer 18: Erfüllungsort ist Speyer. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand Speyer. 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 Speyer vereinbart.

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

Ziffer 20: Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind gegenüber Unternehmern wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige 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.

Ziffer 21: Wird für konzernangehörige Firmen die gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist die schriftliche Bestätigung einer Kapitalbeteiligung von mindestens 50% erforderlich.

Ziffer 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 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.

Ziffer 23: Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen - sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient - hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

9 Ihre Partner und Berater

VERLAG

MEDIENGRUPPE KLAMBT
Klambt-Style-Verlag GmbH & Co. KG
Gänsemarkt 21-23
20354 Hamburg

GESCHÄFTSFÜHRER SALES

Martin Fischer
Telefon: 040 – 4 11 88 25 – 220
Mail: martin.fischer@klambt.de

ANZEIGENLEITERIN

Ulrike Geisert
Telefon: 040 – 4 11 88 25 – 221
Mail: ulrike.geisert@klambt.de

ANZEIGENVERKAUFSLEITERINNEN

Mareile Jungbluth
(Nielsen I, II, V-VII, Ausland)
Telefon: 0 40 – 4 11 88 25-222
Mail: mareile.jungbluth@klambt.de

Carmen Kleinfeldt
(Nielsen IIIa, IIIb, IV, A + CH)
Telefon: 0 62 32 – 310-250
Mail: carmen.kleinfeldt@klambt.de

ANZEIGENDISPOSITION & ABWICKLUNG

MEDIENGRUPPE KLAMBT
Klambt-Verlag GmbH & Cie
Im Neudeck 1
67346 Speyer

DISPOSITION

Christiane Fock
Telefon: 0 40 – 4 11 88 25-223
Mail: christiane.fock@klambt.de

NIELSEN I

Ernst-Otto Fehlhaber
Fehlhaber Medien GmbH
Burgunderweg 9 G, 22453 Hamburg
Telefon: 0 40 – 85 15 96 76
Telefax: 0 40 – 85 15 96 74
Mobil: 01 71 – 7 67 69 00
Mail: ffehlhaber@fehlhaber-medien.de
Internet: www.fehlhaber-medien.de

NIELSEN II

Kolja Kraus
MPK Media Promotion Kraus KG
Graf-Adolf-Straße 110, 42119 Wuppertal
Telefon: 02 02 – 28 15 77-0
Telefax: 02 02 – 28 15 77-24
Mobil: 01 71 – 2 84 91 96
Postanschrift: Postfach 15 01 20
42339 Wuppertal
Mail: info@mpk-kraus.de
Internet: www.mpk-kraus.de

NIELSEN IIIA

Oliver Ehle
Partners Concept Media
Villa Edelweiß, Lessingstraße 5,
61231 Bad Nauheim
Telefon: 0 60 32 – 9 29 08-54
Telefax: 0 60 32 – 9 29 08-55
Mobil: 01 72 – 3 55 04 15
Mail: Ehle@partners-concept-media.com
Internet: www.partners-concept-media.com

NIELSEN IIIB

Gabriele Gaiser
Verkaufsbüro Stuttgart
SPIEGEL QC
Der Premium-Vermarkter.
Eberhardstraße 73, 70173 Stuttgart
Telefon: 07 11 – 66 47 49-14
Telefax: 07 11 – 66 47 49-11
Mobil: 01 51 – 55 14 50 31
E-Mail: gabriele_gaiser@spiegel-qc.de
Internet: www.spiegel-qc.de

NIELSEN IV

Martin Schaible
Schaible MedienPartner GmbH
Stieverstraße 16
80638 München
Telefon: 0 89 – 17 30 07-0
Telefax: 0 89 – 17 30 07-70
Mobil: 01 71 – 7 85 59 92
Mail: mail@schaible.net
Internet: www.schaible.net

NIELSEN V, VI, VII

Margit Wendisch
c/o Media am Südtern
Körtestraße 3
10967 Berlin
Telefon: 0 30 – 61 65 12 51
Telefax: 0 30 – 69 50 58 75
Mobil: 01 72 – 2 96 12 18
Mail: mw@media-am-suedstern.de

GRAZIA

AUSLANDSVERTRETUNGEN:

Italien

Mariolina Siclari
MONDADORI
Magazine Division
International Advertising Sales
Manager
Via Mondadori, 1
I- 20090 Segrate (Milano)
Telefon: 0039 02 75 42 37 37
Telefax: 0039 33 57 78 18 48
Mail: mariolina.siclari@mondadori.it

USA

Detlef Fox
D.A. Fox
Advertising Sales, Inc.
5 Penn Plaza; 19th Floor
NY 10001 New York
USA
Telefon: 001 212 896-3881
Telefax: 001 212 629 3988
Mail: detleffox@comcast.net