

Anzeigen- Preisliste 2010



7 TAGE
DIE NEUE FRAU
FRAU MIT HERZ
HEIM UND WELT
LEA
WOCHE DER FRAU

Gültig ab 01.01.2010

Inhalt

Verlagsangaben.....	1	Anzeigenformate	6
Rabatte / Technische Daten	2	Ad-Specials	7
Anzeigenpreise / Einzeltitel	3	Auflagengarantie 2.0	8
Anzeigenpreise / Kombinationen	4	Geschäftsbedingungen.....	9
Termine.....	5	Ansprechpartner	10

1 Verlagsangaben

Verlag: Klambt-Verlag GmbH & Cie:
7 TAGE, Heim und Welt, DIE NEUE FRAU,
WOCHE der FRAU

Sonnenverlag GmbH & Co. KG:
Frau mit Herz, Lea

Postanschrift: MEDIENGRUPPE KLAMBT
Klambt-Verlag GmbH & Cie,
Im Neudeck 1, 67346 Speyer,
Postfach 15 45 A, 67325 Speyer

Telefon: 06232 – 310-0
Geschäftsführer Sales Martin Fischer 06232 – 310-278
stv. Gesamtanzeigenleiterin Ulrike Geisert 040 – 4118825-221
Anzeigenverkauf Brigitte Butz 06232 – 310-266
Carmen Kleinfeldt 06232 – 310-250
Anita Weiß 06232 – 310-277
Disposition Carolin Eilender 06232 – 310-246
Margit Krenz 06232 – 310-247

Telefax: Anzeigenabteilung 06232 – 310-273

E-Mail: anzeigen@klambt.de

ISDN: 06232 – 310-230 (Leonardo)

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: Montag: 7 TAGE, Frau mit Herz, Heim und Welt
Mittwoch: DIE NEUE FRAU, Lea, WOCHE DER FRAU

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 9).

Erfüllungsort: 67346 Speyer

Gerichtsstand: Amtsgericht 67346 Speyer bzw.
Landgericht 67227 Frankenthal



2 Rabatte & Technische Daten

Nachlässe: Malstaffel:

ab 6 Anzeigen 4 %	ab 36 Anzeigen 16 %
ab 12 Anzeigen 8 %	ab 52 Anzeigen 20 %
ab 24 Anzeigen 12 %	

Mengenstaffel:

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

innerhalb von 12 Monaten

Vermittlerprovision für Werbeagenturen beträgt 15 % vom Rechnungsnetto.

Platzierung: Bei verbindlicher Platzierung im Gesundheitsteil ist Konkurrenzausschluss nicht möglich. Alleinstellung einer Anzeige auf einer Seite in der Größe 3/8 und kleiner ist nicht möglich.

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>









Auftragsabwicklung:

Margit Krenz, Telefon 06232 – 310-247
E-Mail: margit.krenz@klambt.de

3 Anzeigenpreise Einzeltitel

schwarz-weiß + farbig

Format						
	€	€	€	€	€	€
1/1 Seite	2.577	4.418	2.577	4.317	4.317	7.200
3/4 Seite	1.990	3.411	1.990	3.333	3.333	6.116
5/8 Seite	1.659	2.843	1.659	2.777	2.777	4.950
9/16 Seite	1.492	2.558	1.492	2.499	2.499	4.455
1/2 Seite	1.327	2.274	1.327	2.222	2.222	4.077
3/8 Seite	996	1.706	996	1.667	1.667	2.970
1/3 Seite	884	1.516	884	1.481	1.481	2.718
1/4 Seite	663	1.137	663	1.112	1.112	2.039
3/16 Seite	498	853	498	833	833	-
1/8 Seite	333	569	333	556	556	-
Bunddurchdruck						
2/1 Seiten	5.155	8.837	5.155	8.634	8.634	14.400
1 3/4 Seite	4.568	7.830	4.568	7.649	7.649	13.316
1 1/2 Seite	3.905	6.693	3.905	6.539	6.539	11.277
1 1/4 Seite	3.240	5.556	3.240	5.428	5.428	9.239
2x 3/4 Seite	3.981	6.823	3.981	6.665	6.665	12.232
2x 1/2 Seite	2.654	4.549	2.654	4.444	4.444	8.154

Mitgliedschaften: MA, TdW, VA, t.o.m. pharma

Wunschkombis: Alle o. a. Titel sind frei kombinierbar

Basis für die Berechnung ist das in den Einzeltiteln erzielte gemeinsame Seitenvolumen.

Das in den Einzeltiteln erzielte Volumen wird bei

2 Zeitschriften	mit 7,5 % Kombinationsrabatt
3 Zeitschriften	mit 10,0 % Kombinationsrabatt
4 Zeitschriften	mit 12,5 % Kombinationsrabatt
5 und mehr Zeitschriften	mit 15,0 % Kombinationsrabatt rabattiert.

Beispiel: 9 Seiten 7 TAGE,
6 Seiten Heim und Welt,
9 Seiten DIE NEUE FRAU

6 Seiten werden in allen drei Titeln mit 10 % Kombinationsrabatt abgerechnet, 3 Seiten in 7 TAGE und DIE NEUE FRAU mit 7,5 %.

4 Anzeigenpreise Zielgruppen-Kombinationen

schwarz-weiß + farbig

Format	KLASSIK Frauen 2	KLASSIK Frauen 3	AKTIV Frauen 2 PLUS	FRAUEN Premium Kombi	FRAUEN Premium Kombi PLUS	FRAUEN MEGA Kombi
	€	€	€	€	€	€
1/1 Seite	6.471	8.616	14.250	13.676	19.405	21.596
3/4 Seite	4.997	6.653	11.504	10.559	15.456	17.184
5/8 Seite	4.164	5.545	9.453	8.799	12.755	14.165
9/16 Seite	3.747	4.989	8.509	7.919	11.479	12.748
1/2 Seite	3.331	4.436	7.669	7.040	10.304	11.432
3/8 Seite	2.499	3.328	5.674	5.281	7.655	8.502
1/3 Seite	2.221	2.957	5.064	4.646	6.824	7.575
1/4 Seite	1.665	2.217	3.836	3.521	5.153	5.717
3/16 Seite	1.250	1.664	-	2.640	-	-
1/8 Seite	834	1.111	-	1.760	-	-
Bunddurchdruck						
2/1 Seiten	12.942	17.232	28.500	27.353	38.810	43.191
1 3/4 Seite	11.468	15.269	25.754	24.235	34.816	38.744
1 1/2 Seite	9.802	13.052	21.919	20.717	29.709	33.028
1 1/4 Seite	8.136	10.833	18.086	17.197	24.558	27.313
2x 3/4 Seite	9.993	13.236	23.008	21.117	30.912	34.296
2x 1/2 Seite	6.663	8.871	15.338	14.080	20.608	22.864

Objekte der Kombi:

7 TAGE	X	X		X	X	X
Frau mit Herz	X	X		X	X	X
Heim und Welt		X				X
DIE NEUE FRAU			X	X	X	X
WOCHE der FRAU			X	X	X	X
Lea			X		X	X

Anzeigensplit und Anzeigen-Teilbelegung möglich, auf Anfrage!

5 Termine 1. Halbjahr 2010

Heft-Nr.	Erstverkaufstag		Erstverkaufstag		Anzeigenschluss/ Rücktrittsrecht/ Druckunterlagenschluss
	Frau mit Herz/7 TAGE/ Heim und Welt	KW	DIE NEUE FRAU/Lea Woche der Frau	KW	
02/2010	04.01.2010	1	06.01.2010	1	09.12.2009
03/2010	11.01.2010	2	13.01.2010	2	18.12.2009
04/2010	18.01.2010	3	20.01.2010	3	29.12.2009
05/2010	25.01.2010	4	27.01.2010	4	06.01.2010
06/2010	01.02.2010	5	03.02.2010	5	13.01.2010
07/2010	08.02.2010	6	10.02.2010	6	20.01.2010
08/2010	13.02.2010	7	17.02.2010	7	25.01.2010
09/2010	22.02.2010	8	24.02.2010	8	03.02.2010
10/2010	01.03.2010	9	03.03.2010	9	10.02.2010
11/2010	08.03.2010	10	10.03.2010	10	17.02.2010
12/2010	15.03.2010	11	17.03.2010	11	24.02.2010
13/2010	22.03.2010	12	24.03.2010	12	03.03.2010
14/2010	29.03.2010	13	31.03.2010	13	10.03.2010
15/2010	03.04.2010	14	07.04.2010	14	11.03.2010
16/2010	12.04.2010	15	14.04.2010	15	24.03.2010
17/2010	19.04.2010	16	21.04.2010	16	31.03.2010
18/2010	26.04.2010	17	28.04.2010	17	07.04.2010
19/2010	03.05.2010	18	05.05.2010	18	14.04.2010
20/2010	10.05.2010	19	12.05.2010	19	21.04.2010
21/2010	17.05.2010	20	19.05.2010	20	28.04.2010
22/2010	22.05.2010	21	26.05.2010	21	06.05.2010
23/2010	31.05.2010	22	02.06.2010	22	12.05.2010
24/2010	07.06.2010	23	09.06.2010	23	19.05.2010
25/2010	14.06.2010	24	16.06.2010	24	26.05.2010
26/2010	21.06.2010	25	23.06.2010	25	02.06.2010
27/2010	28.06.2010	26	30.06.2010	26	09.06.2010

5 Termine 2. Halbjahr 2010

Heft-Nr.	Erstverkaufstag		Erstverkaufstag		Anzeigenschluss/ Rücktrittsrecht/ Druckunterlagenschluss
	Frau mit Herz/7 TAGE/ Heim und Welt	KW	DIE NEUE FRAU/Lea Woche der Frau	KW	
28/2010	05.07.2010	27	07.07.2010	27	16.06.2010
29/2010	12.07.2010	28	14.07.2010	28	23.06.2010
30/2010	19.07.2010	29	21.07.2010	29	30.06.2010
31/2010	26.07.2010	30	28.07.2010	30	07.07.2010
32/2010	02.08.2010	31	04.08.2010	31	14.07.2010
33/2010	09.08.2010	32	11.08.2010	32	21.07.2010
34/2010	16.08.2010	33	18.08.2010	33	28.07.2010
35/2010	23.08.2010	34	25.08.2010	34	04.08.2010
36/2010	30.08.2010	35	01.09.2010	35	11.08.2010
37/2010	06.09.2010	36	08.09.2010	36	18.08.2010
38/2010	13.09.2010	37	15.09.2010	37	25.08.2010
39/2010	20.09.2010	38	22.09.2010	38	01.09.2010
40/2010	27.09.2010	39	29.09.2010	39	08.09.2010
41/2010	04.10.2010	40	06.10.2010	40	15.09.2010
42/2010	11.10.2010	41	13.10.2010	41	22.09.2010
43/2010	18.10.2010	42	20.10.2010	42	30.09.2010
44/2010	25.10.2010	43	27.10.2010	43	06.10.2010
45/2010	01.11.2010	44	03.11.2010	44	14.10.2010
46/2010	08.11.2010	45	10.11.2010	45	20.10.2010
47/2010	15.11.2010	46	17.11.2010	46	27.10.2010
48/2010	22.11.2010	47	24.11.2010	47	03.11.2010
49/2010	29.11.2010	48	01.12.2010	48	10.11.2010
50/2010	06.12.2010	49	08.12.2010	49	17.11.2010
51/2010	13.12.2010	50	15.12.2010	50	24.11.2010
52/2010	20.12.2010	51	22.12.2010	51	01.12.2010
01/2011	27.12.2010	52	01/11 29.12.2010	52	08.12.2010
02/2011	03.01.2010	1	02/11 05.01.2011	1	15.12.2010

6 Anzeigenformate

Formate	Satzspiegel Breite x Höhe	Anschnitt* Breite x Höhe
1/1 Seite	195 x 260	215 x 280
3/4 Seite 3-sp	145 x 260	155 x 280
3/4 Seite 4-sp	195 x 194	215 x 204
5/8 Seite 4-sp	195 x 164	215 x 174
9/16 Seite 3-sp	145 x 194	155 x 204
9/16 Seite 4-sp	195 x 146	215 x 156
1/2 Seite 2-sp	95 x 260	105 x 280
1/2 Seite 4-sp	195 x 128	215 x 138
3/8 Seite 2-sp	95 x 194	-
3/8 Seite 4-sp	195 x 94	215 x 104
1/3 Seite 1 1/2-sp	68 x 260	78 x 280
1/3 Seite 4-sp	195 x 86	215 x 96
1/4 Seite 1-sp	45 x 260	55 x 280
1/4 Seite 2-sp	95 x 128	-
1/4 Seite 4-sp	195 x 63	215 x 73
3/16 Seite 1-sp	45 x 194	-
3/16 Seite 3-sp	145 x 63	-

Formate	Satzspiegel Breite x Höhe	Anschnitt* Breite x Höhe
1/8 Seite 1-sp	45 x 128	-
1/8 Seite 2-sp	95 x 63	-
1/8 Seite 3-sp	145 x 42	-
1/8 Seite 4-sp	195 x 30	-
1/16 Seite 1-sp	45 x 63	-
1/16 Seite 2-sp	95 x 30	-
1/32 Seite 1-sp	45 x 30	-

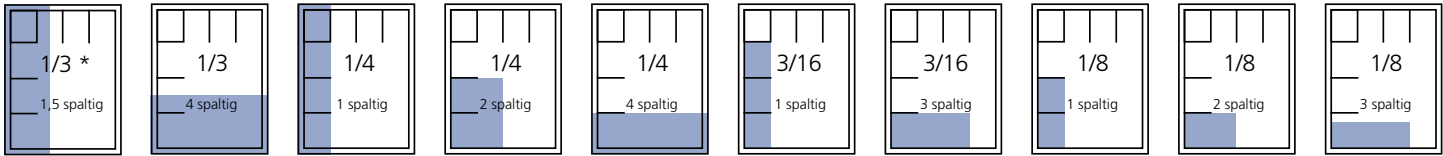
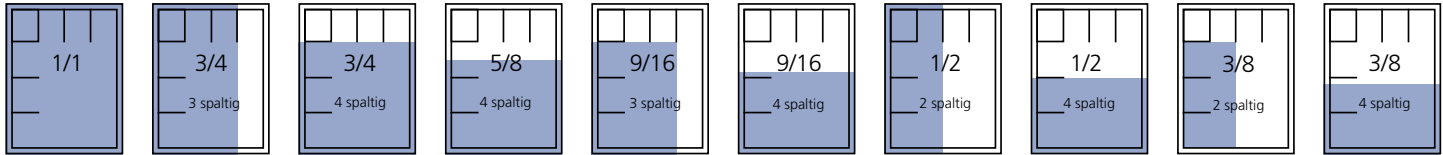
Bunddurchdruck

Formate	Satzspiegel Breite x Höhe	Anschnitt* Breite x Höhe
2/1 Seite	410 x 260	430 x 280
1 3/4 Seite	360 x 260	370 x 280
1 1/2 Seite	310 x 260	320 x 280
1 1/4 Seite	260 x 260	270 x 280
2x 3/4 Seite	410 x 194	430 x 204
2x 1/2 Seite	410 x 128	430 x 138

* Beschnittzugabe 5 mm je Schnitt

Sind an einer Kombination Titel beteiligt, die nicht alle Formate anbieten, ist eine Kombibelegung nur mit den durchgängig angebotenen Formaten möglich. [Blau](#) gekennzeichnete Formate sind in Lea nicht verfügbar!

6 Anzeigenformate Beschnittzugabe bei Anschrittanzeigen 5 mm je Schnitt



Bunddurchdruck



* Dieses Sonderformat ist nur begrenzt verfügbar

7 Ad-Specials

Beilagen:

	Prospekte		Postkarten		Mailings/ Briefumschläge		Überformatige Beilage	
	*Einzelverkauf €	*Abo €	Einzelverkauf €	Abo €	Einzelverkauf €	Abo €	Einzelverkauf €	Abo €
	Beilagen sollten möglichst rechteckig sein und können i.d.R. nur an unbestimmter Stelle eingesteckt werden. Mehrseitige Beilagen erfordern eine geschlossene Seite parallel zum Bund. Sonderwünsche in Absprache und nach Testlauf.							
Preise pro 1.000 zzgl. Mwst :	Vorbehaltlich der technischen Prüfung. Aufträge gelten erst nach Vorlage eines Musters als angenommen.							
bis 20 g	55	70	55	70	55	70	65	85
bis 25 g	60	80			60	80	70	95
bis 30 g	65	85			65	85	75	105
bis 35 g	70	95			70	95	80	110
bis 40 g	75	105			75	105	85	115
Entsorgungskosten	Können für in Remissionsheften enthaltene Warenproben oder Kunststoffe vom Grosso berechnet werden.							
Rabatte	Ad-Specials sind nicht rabattfähig. Die Vermittlerprovision beträgt 15%.							
Formate (Breite x Höhe) in mm:								
Mindestformat	105 x 148		105 x 148		162 x 114		195 x 300	
Höchstformat	195 x 260				250 x 175		195 x 300	
Dicke maximal	1 mm		1 mm		1 mm		1 mm	
Lieferformat	Beschnittenes Endformat							
Beschnitt	Kein Beschnitt							
Technik / Anlieferbedingungen:								
Mindestpapiergewicht	2 Seiten 115 g/qm darüber 60 g/qm; Überformat: bis 4 Seiten 240 g/qm; 8 Seiten 170 g/qm; ab 12 Seiten 115 g/qm. Postkarten: 135 g/qm							
Teilbelegung	Teilbelegungen sind möglich. Geringfügige Abweichungen von den Streugebieten sind vertriebstechnisch bedingt.							
Verarbeitungszuschuß	2%							
Muster	10 falz- und standverbindliche Muster							
Positionierung	Beilagen werden an unbestimmter Stelle mit der geschlossenen Seite parallel zum Bund eingesteckt.							
Lieferbedingungen	Einwandfrei verarbeitet und in Lagen zu 10-12 cm, unverschränkt und versandsicher auf Euro-Paletten.							
	Die Kosten fehlerhafter Anlieferung müssen wir leider weiterberechnen.							
Termine:								
Anzeigenschluss					Siehe 3 Termine			
Rücktrittsrecht					Siehe 3 Termine			
Liefertermin					Spätestens 14 Tage vor EVT frei Druckerei			

7 Ad-Specials

Beikleber:

	Booklet		CD/DVD		Mailings/ Briefumschläge		Postkarten		Warenprobe	
	*Einzelverkauf €	*Abo €	Einzelverkauf €	Abo €	Einzelverkauf €	Abo €	Einzelverkauf €	Abo €	Einzelverkauf €	Abo €
	Beikleber sollten rechteckig sein und werden i.d.R. auf eine Trägeranzeige aufgeklebt. Mehrseitige Beikleber erfordern mindestens eine geschlossene Seite parallel zum Bund. Ihre Oberfläche muss Heißleim (170° C für 5 Sek.) widerstehen und darf ihn dabei nicht abstoßen. Flüssige Warenproben (max. 3 ml) müssen auslaufsicher eingeschweißt sein und einem Berstdruck von 10 KN 15 Min. standhalten. Sonderwünsche in Absprache und nach Testlauf.									

Preise pro 1.000 zzgl. Mwst :	Vorbehaltlich der technischen Prüfung. Aufträge gelten erst nach Vorlage eines Musters als angenommen.									
bis 20 g	45	60	52	67	45	60	30	35	53	68
Entsorgungskosten	Können für in Remissionsheften enthaltene Warenproben oder Kunststoffe vom Grosso berechnet werden.									
Rabatte	Ad-Specials sind nicht rabattfähig. Die Vermittlerprovision beträgt 15%.									
Formate (Breite x Höhe) in mm:										
Mindestformat	85 x 55		auf Anfrage		162 x 114		148 x 105		85 x 55	
Höchstformat	150 x 150		150 x 150		162 x 114				auf Anfrage	
Dicke maximal	1 mm		1 mm		1 mm		1 mm		1 mm	
Lieferformat	Beschnittenes Endformat									
Beschnitt	Kein Beschnitt									
Format Trägeranzeige	1/1 Seite 4c									
Technik / Anlieferbedingungen:										
Mindestpapiergewicht	Booklets: bis 4 Seiten 120 g/qm, ab 8 Seiten 80 g/qm; Postkarten: 135 g/qm; Einzelblätter: 150 g/qm									
Teilbelegung	Teilbelegungen sind möglich. Geringfügige Abweichungen von den Streugebieten sind vertriebstechnisch bedingt.									
Verarbeitungszuschuß	2%									
Muster	10 falz- und standverbindliche Muster									
Positionierung	Auf 1. Seite eines Bogenteils. Abstand vom Bund: mind. 2,0 cm, max. 6,0 cm. Abstand von den Beschnittkanten: mind. 3,0 cm									
Lieferbedingungen	Einwandfrei verarbeitet und in Lagen zu 10-12 cm, unverschränkt und versandssicher auf Euro-Paletten. Warenproben und CDs müssen in Magazinkartons angeliefert werden. Die Kosten fehlerhafter Anlieferung müssen wir leider weiterberechnen.									
Termine:										
Anzeigenschluss	Siehe 3 Termine									
Rücktrittsrecht	Siehe 3 Termine									
Liefertermin	Spätestens 14 Tage vor EVT frei Druckerei									

7 Ad-Specials

Beihefter:

Heft in Heft	Prospekte		Durchhefter (geklemmt)		Durchhefter (ungeklemmt)		Überformatige Beihefter	
*Einzelverkauf *Abo	Einzelverkauf Abo		Einzelverkauf Abo		Einzelverkauf Abo		Einzelverkauf Abo	
€ €	€ €	€ €	€ €	€ €	€ €	€ €	€ €	
Beihefter sollten rechteckig sein und werden in Heftmitte o. künstliche Heftmitte eingehftet. (Ausn.: Ungeklemmte „Durchhefter“). Teilformatige Beihefter werden hierbei am Kopf ausgerichtet. Mehrseitige Beihefter erfordern mindestens eine geschlossene Seite parallel zum Bund. Sonderwünsche in Absprache und nach Testlauf. Inhalt und Gestaltung müssen aus presserechtlichen Gründen mit dem Verlag abgestimmt werden. Beihefter, die nicht eindeutig als Werbung erkennbar sind, müssen mit dem Wort "Anzeige" (mind. 10 Punkt Versalien) gekennzeichnet werden.								

Preise pro 1.000 zzgl. Mwst :		Vorbehaltlich der technischen Prüfung. Aufträge gelten erst nach Vorlage eines Musters als angenommen.										
bis 4 Seiten	45	55	45	55	45	55	45	55	70	80		
bis 8 Seiten	50	65	50	65	50	65			75	90		
bis 12 Seiten	55	75	55	75	55	75			80	100		
bis 16 Seiten	60	85	60	85	60	85			85	110		
Entsorgungskosten	Können für in Remissionsheften enthaltene Warenproben oder Kunststoffe vom Grosso berechnet werden.											
Rabatte	Ad-Specials sind nicht rabattfähig. Die Vermittlerprovision beträgt 15%.											
Formate (Breite x Höhe) in mm:												
Mindestformat	unbeschnitten	105/115 x 108		105/115 x 108		105/115 x 108		105/115 x 108				
	beschnitten	105/115 x 105		105/115 x 105		105/115 x 105		105/115 x 105				
Höchstformat	unbeschnitten	218/228 x 286						218/228 x 105		228/218 x 306		
	beschnitten	215 x 280						215 x 105		215 x 300		
Lieferformat	Beihefter müssen unbeschnitten (überformatige Beihefter in Höhe beschnitten) angeliefert werden.											
Greiffalz	Vorfalz/Nachfalz	10 mm Vor- bzw. Nachfalz, auf Anfrage								10 mm Vorfalz		
	Kopfbeschnitt	3 mm		3 mm		3 mm						
	Fußbeschnitt	3 mm		3 mm		3 mm				6 mm		
	Seitenbeschnitt	3 mm		3 mm		3 mm		3 mm		3 mm		
Technik / Anlieferbedingungen:												
Papiergewicht	Heftformat: 4 Seiten 100 g/qm, 8 Seiten 70 g/qm, ab 12 Seiten 65 g/qm, 16 Seiten 57 g/qm; Teilformat/Ausschlagbare Seiten: bis 4 Seiten 120 g/qm, ab 6 Seiten 100 g/qm; Überformat: 4 Seiten 240 g/qm, 8 Seiten 170 g/qm, 16 Seiten 115 g/qm											
Mindestauflage	-								Gesamtauflage			
Teilbelegung	Teilbelegungen sind möglich. Geringfügige Abweichungen von den Streugebieten sind vertriebstechnisch bedingt.											
Verarbeitungszuschuß	2%											
Muster	10 falz- und standverbindliche Muster											
Positionierung	Beihefter mit Nachfalz werden am Kopf (Vorfalz am Fuß) ausgerichtet und in Heftmitte o. künstlicher Heftmitte platziert.											
Lieferbedingungen	Einwandfrei verarbeitet und in Lagen zu 10-12 cm, unverschränkt und versandsicher auf Euro-Paletten. Die Kosten fehlerhafter Anlieferung müssen wir leider weiterberechnen.											
Termine:												
Anzeigenschluss	Siehe 3 Termine											
Rücktrittsrecht	Siehe 3 Termine											
Liefertermin	Spätestens 14 Tage vor EVT frei Druckerei											

8 Auflagengarantie 2.0

„Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser“

Wladimir I. Lenin, Revolutionär

„Kontrolle ist gut, Garantie ist besser“

MEDIENGRUPPE KLAMBT

gegr. 1843



Neu: Auflagengarantie 2.0 für Zeitschriften mit heftbezogenen Auflagen

Die MEDIENGRUPPE KLAMBT ist der erste Verlag in Deutschland, der seinen Kunden eine auf die Zukunft projizierte Auflagengarantie gibt. Die Serviceleistung trägt den Namen Auflagengarantie 2.0. Sie gilt für alle Klambt-Titel, die heftbezogene Auflagendaten an die IVW melden und für alle Abschlüsse auf Basis der Mengen- oder Malstaffel von mindestens 6 Frequenzen innerhalb eines Insertionsjahres.

So funktioniert die Auflagengarantie 2.0: Bei Aufträgen ab 6 Frequenzen werden die heftbezogenen verkauften Auflagen des Vorjahres als Basis genommen und garantiert. Eine mögliche Auflagenminderung errechnet sich als Saldo der Auflagenüber- und -unterschreitungen im Vergleich zu den jeweiligen Vorjahresausgaben. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende in Form einer Naturalgutschrift auf Basis des Agenturnettos. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht jedoch nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2.500 Euro beträgt (siehe Ziffer 16 b AGB).

Basis für die Auflagengarantie 2.0

Classics	7 TAGE	heftbezogene Verkaufsauflage des Vorjahres
	Frau mit Herz	heftbezogene Verkaufsauflage des Vorjahres
	Heim und Welt	heftbezogene Verkaufsauflage des Vorjahres
	DIE NEUE FRAU	heftbezogene Verkaufsauflage des Vorjahres
	WOCHE der FRAU	heftbezogene Verkaufsauflage des Vorjahres
Kombinationen	KLASSIK Frauen 2	heftbezogene Verkaufsauflage des Vorjahres
	KLASSIK Frauen 3	heftbezogene Verkaufsauflage des Vorjahres
	Aktiv Frauen 2 PLUS	heftbezogene Verkaufsauflage des Vorjahres
	FRAUEN Premium Kombi	heftbezogene Verkaufsauflage des Vorjahres
	FRAUEN Premium Kombi PLUS	heftbezogene Verkaufsauflage des Vorjahres
FRAUEN MEGA Kombi	heftbezogene Verkaufsauflage des Vorjahres	

9 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. Textzeilanzeigen. 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. 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. 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 offenhänder 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 Preisreduzierung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantieauflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisreduzierung 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 Preisreduzierungsansprüche 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: Auflagengarantie 2.0 (Sondervorschrift bei Auflagenminderungen für Titel, die heftbezogene Auflagenangaben veröffentlichen und für Aufträge ab 6 Frequenzen)

Abweichend von Ziffer 16 a berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagenangaben veröffentlichen, im Rahmen der Auflagengarantie 2.0 dann zu einer Preisreduzierung, wenn die verkauften Auflagen der belegten Ausgaben im Vergleich zu den gleichen Vorjahresausgaben im Schnitt geringer verkaufen. Die mögliche Auflagenminderung errechnet sich als Saldo der Auflagenüber- und -unterschreitungen im Vergleich zu den jeweiligen Vorjahresausgaben. Voraussetzung für die Inanspruchnahme der Auflagengarantie 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 Agenturnettos. 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. 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 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 Werbungsmittel 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 Auftragsaufträge 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 zugelierten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Auftragsauftrags 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 Auftrags 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.

10 Ihre Partner und Berater

VERLAG

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

GESCHÄFTSFÜHRER SALES

Martin Fischer
Telefon: 0 62 32 – 310-278
Mail: martin.fischer@klambt.de

STV. GESAMTANZEIGENLEITERIN

Ulrike Geisert
MEDIENGRUPPE KLAMBT
Klambt-Verlag GmbH & Cie
Gänsemarkt 21-23
20354 Hamburg
Telefon: 0 40 – 4 11 88 25 - 221
Telefax: 0 40 – 4 11 88 25 - 204
Mail: ulrike.geisert@klambt.de

ANZEIGENVERKAUFSLEITERIN

THEMENHEFTE

& SONDERWERBEFORMEN

ANZEIGENVERKAUF WOCHENTITEL

Brigitte Butz
Telefon: 0 62 32 – 310-266
Telefax: 0 62 32 – 310-273
Mai: brigitte.butz@klambt.de

ASSISTENTIN GF SALES

ANZEIGENVERKAUF WOCHENTITEL

Anita Weiß
Telefon: 0 62 32 – 310-277
Telefax: 0 62 32 – 310-273
Mail: anita.weiss@klambt.de

DISPOSITION

Carolin Eilender
Telefon: 0 62 32 – 310-246
Mail: carolin.eilender@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
Stievestraße 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 Südstern
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

**7 TAGE
DIE NEUE FRAU
FRAU MIT HERZ
HEIM UND WELT
LEA
WOCHE DER FRAU**

AUSLANDSVERTRETUNG:

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