

Preisliste Nr. 10

gültig ab 01.01.2012

Jolie
THE BEAUTIFUL LIFE GUIDE

- 1 Titelporträt
- 2 Verlagsangaben
- 3 Die Leserinnen
- 4 Termine
- 5 Anzeigenformate und -preise
- 6 Ad Specials
- 7 Technische Richtlinien
- 8 Redaktionelle Specials
- 9 Jolie RUNWAY
- 10 Promotions
- 11 Jolie.de
- 12 Allgemeine Geschäftsbedingungen
- 13 Ansprechpartner vor Ort



JOLIE. THE BEAUTIFUL LIFE GUIDE

Alles, was das Leben schöner macht – dafür steht JOLIE. Ob glamouröse Mode-Shootings, authentische Porträts und Interviews, opulente Beautystrecken, spannende Reportagen, Service-Themen, bewegende Geschichten von echten Menschen oder exklusive Fotoproduktionen mit Stars: JOLIE ist der ultimative Life Guide für Frauen zwischen 20 und 39 Jahren!

TRENDS, STORIES & STARS

JOLIE kennt die neuesten Trends und zeigt, was in Mode, Beauty und Lifestyle gerade angesagt ist und worüber man spricht. Ob Star-Stylings, Exklusiv-Interviews mit Hollywood-Celebrities, Backstage-Gossip, niveauevolle Porträts, Home-stories oder aufwendige Shootings mit nationalen Stars – JOLIE gewährt der Leserin einen Einblick in die Welt der Promis.

BEAUTY

Make-up-, Hairstyling- oder Pflegethemen: JOLIE stellt die neuesten Beautytrends vor und verführt die Leserin mit ansprechender Optik – mal opulent, mal puristisch – und hervorragender Service-Kompetenz zum Nachmachen.

MODE

Ob opulente Designerstrecke oder serviceorientierte Styling-Guides – in JOLIE findet die

trendbewusste Leserin die wichtigsten Must-Haves, die schönsten Looks und Accessoires sowie jede Menge Tipps und Tricks für das ultimative Trend-Styling.

LUST & LEBEN

Jede Ausgabe von JOLIE hält spannende Geschichten bereit, die all das widerspiegeln, was das Leben für uns bereithält. Die Bandbreite reicht von globalen Reportagen bis hin zu witzigen Kolumnen. Darüber hinaus gibt es Real Life-Reportagen, Psycho-Geschichten oder -Tests sowie Lifestyle-Dossiers.

MODERN LIVING

Alles, was das Leben noch ein bisschen lebenswerter macht, findet schließlich auf den Living-Seiten statt: eine große Reisereportage plus sogenannte Stadtgeschichten, die neuesten Interior-Trends und praktische Deko-Ideen.



Natürlich kommt auch die kulinarische Seite nicht zu kurz. Ob Salat, Pasta oder Süßes: Wir verraten an dieser Stelle ausgefallene Rezepte und leicht umsetzbare Profitricks.

JOLIE. The Beautiful Life Guide. Für Frauen, die das Leben rundum schön finden.

2 Verlagsangaben

Preisliste Nr. 10 \ gültig ab 01.01.2012
JOLIE \ Jolie.de

VERLAG

Vision Media GmbH

ANSCHRIFT

Leonrodstraße 52
80636 München

VERKAUF

Marit Böhmer
Stellv. Geschäftsleitung Vermarktung
Telefon: +49 (0) 89 69749-373
Telefax: +49 (0) 89 69749-35373

DISPOSITION

Kirstin Freund-Lippert
Telefon: +49 (0) 89 69749-132
Telefax: +49 (0) 89 69749-35132

E-MAIL

anzeigen@vision-media.de

BANKVERBINDUNG

Deutsche Bank Lörrach
Konto 140 3393, BLZ 683 700 34

ERSCHEINUNGSWEISE

monatlich

ERSTVERKAUFSTAG

Freitag

HEFTFORMAT

Magazin-Format:
203 mm Breite, 270 mm Höhe;
Klebebindung
Pocket-Format:
168 mm Breite, 223 mm Höhe;
Klebebindung

COPYPREIS

1,90 € (Pocket-Format)
2,40 € (Magazin-Format)

GARANTIERTE VERKAUFTE AUFLAGE

280.000 Exemplare

AKTUELLE DATEN UND SERVICES

www.vision-media.de
www.pz-online.de

PZ-NUMMER

579294

TECHNISCHE ANGABEN

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

ANZEIGENBUCHUNGEN ONLINE

Anzeigenbuchungen können auch über das Online-Buchungssystem (OBS) übermittelt werden: www.obs-portal.de.

ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

Zahlung innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum rein netto. Bei Zahlungseingang innerhalb 14 Tagen nach Rechnungsdatum 2% Skonto, sofern ältere Rechnungen nicht überfällig sind.
Verzugszinsen lt. Ziffer 13 der Allgem. Geschäftsbedingungen: 8% über dem jeweils gültigen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank.

Unsere Konzernvorschriften bei Neukunden: Erstellung einer Vorausrechnung bei der ersten Buchung, zahlbar bis zum Datenanlieferungstermin.



3 Die Leserinnen

Preisliste Nr. 10 \ gültig ab 01.01.2012
JOLIE \ Jolie.de

JOLIE-LESERINNEN SIND JUNG, DYNAMISCH UND EINZIGARTIG.

	Basis	JOLIE	Joy	Glamour	InStyle	Maxi	Petra
Reichweite in Tsd.	35.925	876	843	1.364	1.379	509	1.098
Alter in %							
20-29 Jahre	13	37	43	35	38	29	16
30-39 Jahre	14	14	14	16	20	13	19
40 Jahre und älter	66	18	13	21	26	42	60
Durchschnittsalter	48,7 J.	27,6 J.	26,4 J.	29,5 J.	31,7 J.	36,3 J.	44,6 J.
Bildung in %							
Höhere Schule ohne Abitur	30	33	31	33	38	35	40
Fach-/Hochschulreife m/o Studium	22	29	33	33	32	24	19

Quelle: ma 2011 II, Basis Frauen

3 Die Leserinnen

Preisliste Nr. 10 \ gültig ab 01.01.2012
JOLIE \ Jolie.de

JOLIE-LESERINNEN GÖNNEN SICH GERNE IHREN PERSÖNLICHEN LUXUS.

	Basis	JOLIE	Joy	Glamour	InStyle	Maxi	Petra
Haushalts-Netto-Einkommen in %							
Bis unter 1.500 €	26	18	20	19	21	17	18
1.500 € bis unter 2.500 €	35	27	29	32	29	33	34
2.500 € und mehr	38	55	50	49	50	49	48
Durchschnitt	2.409 €	2.800 €	2.664 €	2.713 €	2.737 €	2.639 €	2.626 €
Berufstätigkeit in %							
Berufstätig oder in Ausbildung	59	86	88	88	87	80	69

Quelle: ma 2011 II, Basis Frauen

4 Termine

Preisliste Nr. 10 \ gültig ab 01.01.2012
JOLIE \ Jolie.de

HEFT-NR.	ERSTVERKAUFSTAG	ANZEIGEN-, DRUCKVORLAGENSCHLUSS	ANZEIGENSCHLUSS SONDERWERBEFORMEN
02/2012	05.01.2012	02.12.2011	04.11.2011
03/2012	03.02.2012	02.01.2012	05.12.2011
04/2012	02.03.2012	31.01.2012	03.01.2012
05/2012	05.04.2012	05.03.2012	06.02.2012
06/2012	04.05.2012	29.03.2012	01.03.2012
07/2012	01.06.2012	26.04.2012	29.03.2012
08/2012	06.07.2012	04.06.2012	07.05.2012
09/2012	03.08.2012	03.07.2012	05.06.2012
10/2012	07.09.2012	07.08.2012	10.07.2012
11/2012	05.10.2012	03.09.2012	06.08.2012
12/2012	02.11.2012	28.09.2012	31.08.2012
01/2013	07.12.2012	06.11.2012	09.10.2012

Letzter Rücktrittstermin: eine Woche vor dem jeweiligen Anzeigenschluss. Letzter Buchungsschluss für Umschlagseiten ist eine Woche vor Anzeigenschluss. Letzter Buchungsschluss für seitenanteilige Anzeigen ist zwei Wochen vor Anzeigenschluss. Letzter Buchungsschluss für Cover-Gatefolder ist drei Wochen vor Anzeigenschluss. Der Verlag behält sich vor, die Reservierung von Umschlagseiten zurückzunehmen, falls eine Gatefolder-Buchung vorliegt. Sonderwerbeformen beinhalten auch Beilagen, Beihefter und Beikleber.

5 Anzeigenformate und -preise

Preisliste Nr. 10 \ gültig ab 01.01.2012
JOLIE \ Jolie.de

FORMATE	SATZSPIEGEL		ANSCHNITT		PREISE IN € (ZZGL. MWST.)
	Breite mm	Höhe mm	Breite mm	Höhe mm	Ein- bis Vierfarbanzeige
1/1 Seite	175	234	203	270	21.000,-
1/2 Seite	hoch	85	234	97	12.600,-
	quer	175	116	203	
1/3 Seite	hoch	54	234	67	8.400,-
	quer	175	71	203	

Keine Platzierungszusagen bei seitenanteiligen Anzeigen

FORMATE ÜBER BUND

2/1 Seite	382	234	407	270	42.000,-
2 x 1/2	382	116	407	134	25.200,-

Motivdopplung von je 5 mm pro Seite zum Bund hin

SONDERPLATZIERUNGEN		PREISE IN € (ZZGL. MWST.)	UMSATZSTAFFEL	IN € (ZZGL. MWST.)
2. US + Seite 3 ¹	2/1	46.000,-	ab 63.000,-	3%
4. Umschlagseite	1/1	24.000,-	ab 126.000,-	6%
vor/neben Editorial	1/1	23.000,-	ab 189.000,-	9%
1. Beauty-Anzeige im Beauty-Umfeld	1/1	22.000,-	ab 252.000,-	12%
			ab 315.000,-	15%
			ab 378.000,-	18%

¹2. Umschlagseite kann nur mit Seite 3 gebucht werden

Grundlage für die Umsatzstaffel sind die Bruttopreise für Anzeigenschaltungen

ANZEIGENSTRECKEN

Preise auf Anfrage

	BEILAGEN		BEIHEFTER		BEIKLEBER	
	Gewicht	Preis	Umfang	Preis	Art des Beiklebers	Preis
Speditionsaufgabe	bis 20 g	90,-	bis 4 Seiten	90,-	Postkarten	65,-
Preis pro Tausend in €	bis 30 g	100,-	bis 8 Seiten	95,-	Prospekt/Sonstiges	75,-
zzgl. MwSt.	bis 40 g	110,-	bis 12 Seiten	100,-	Warenproben	80,-
	bis 50 g	120,-	bis 16 Seiten	115,-	CD/DVD	75,-
Aboaufgabe ²	bis 20 g	110,-	bis 4 Seiten	105,-	Postkarten	75,-
Preis pro Tausend in €	bis 30 g	135,-	bis 8 Seiten	120,-	Prospekt/Sonstiges	100,-
zzgl. MwSt.	bis 40 g	155,-	bis 12 Seiten	135,-	Warenproben ³	85,-
	bis 50 g	175,-	bis 16 Seiten	150,-	CD/DVD ³	100,-
Belegungsmöglichkeiten	Gesamtauflage/Aboaufgabe Teilbelegung auf Anfrage Mindestauflage 50.000 Ex.		Gesamtauflage		Gesamtauflage	
Mindestformat (Breite x Höhe)	105 mm x 148 mm		⁴ 115 mm x 140 mm		60 mm x 80 mm	
Maximalformat (Breite x Höhe)	148 mm x 203 mm		⁵ Pocket: 176 mm x 231 mm		Pocket: 118 mm x 163 mm	
			⁵ Magazin: 211 mm x 278 mm		Magazin: 118 mm x 183 mm	
					Warenprobe: 80 mm x 120 mm	

DREI WOCHEN VOR EVT MUSS DIE AKTUELLE GEPLANTE AUFLAGE ABGEFRAGT WERDEN.

²Preise inkl. gewichtsabhängiger Postgebühren. Zusätzliche Postgebühren durch beigelegte Gegenstände ab 2,5 bis 30 mm werden gesondert weiterberechnet.

³Aboaufgabe Warenprobe > 10 g: Preis auf Anfrage; CD/DVD > 20 g: Preis auf Anfrage.

⁴Der Beihefter wird am Kopf angelegt und mit dem Heft beschnitten (Beschnitt 3 mm, Fräsrand 4 mm, innenliegende Seiten müssen endbeschnitten sein).

⁵Der Beihefter wird mit dem Heft dreiseitig auf 168 mm x 223 mm (Pocket-Format) bzw. 203 mm x 270 mm (Magazin-Format) beschnitten (Beschnitt 3 mm, Fräsrand 4 mm).

Für die genaue Platzierung des Beiklebers auf der Anzeige wird eine Standvorgabe benötigt.

BEILAGEN

BEIHEFTER

BEIKLEBER

Gesamtgewicht	Maximalgewicht abhängig von Format und Umfang			maximal 20 g		
Papiergewicht	ab	120 g/m ²	(2-seitig)	bis 2 Seiten	mind.	135 g/m ²
	ab	70 g/m ²	(4-seitig)	bis 4 Seiten	mind.	100 g/m ²
	ab	60 g/m ²	(mehrseitig)	bis 8 Seiten	mind.	100 g/m ²
				bis 12 Seiten	mind.	70 g/m ²
			bis 16 Seiten	mind.	54 g/m ²	

LIEFERANSCHRIFT
Prinovis Ltd. & Co. KG
Betrieb Itzehoe
Weiterverarbeitung, WES
Herrn Torben Schmidt
Störfischerstraße
25524 Itzehoe

ANLIEFERUNG

16 Arbeitstage vor Erstverkaufstag frei Druckerei. Die Ad Specials müssen so geliefert werden, dass sie ohne zusätzlichen Aufwand verarbeitet werden können. Paletten und Begleitpapiere müssen mit genauer Stückzahl und dem Hinweis **JOLIE, Ausgabe Nr./Jahr, Inserent** gekennzeichnet sein.

Spätestens 2 Wochen vor Anzeigenschluss ist die Vorlage von 25 verbindlichen Mustern mit gewünschter Standvorgabe erforderlich.

Erweist sich die Verarbeitung nach einem ersten Test als problematisch, wird ein Probelauf mit 500 Originalmustern durchgeführt. Die Annahme eines Auftrages ist abhängig von der erfolgreichen Durchführung eines

Probelaufs. Stark aufragende Prospekte und Warenproben sind auf der Anzeigenseite so zu positionieren, dass ein kreuzgelegtes Abpacken der Hefte ermöglicht wird. Bei besonders schwer zu verarbeitenden Prospekt-Beiklebern wird der Preis für Warenproben berechnet.

BESCHNITTSICHERHEIT

Gestaltungselemente der Anzeige, die nicht angeschnitten werden sollen, müssen einen Abstand von mindestens 8 mm zur Formatbegrenzung des Heftes haben. Bei Beiklebern liegt die Beschnittsicherheit bei **30 mm Abstand zum Bund und 20 mm Abstand zur Heftbegrenzung**. Die Klebetoleranz beträgt 10 mm.

ZUSCHUSS

Es wird ein Verarbeitungszuschuss von 2,5% benötigt.

SCHIEBERECHT

Bei Terminfestsetzung behält sich der Verlag das Recht vor, Beilagen für Teilgebiete zugunsten von Beilagen für die Gesamtausgabe bzw. größere Belegungseinheiten zu verschieben.

Der Verlag behält sich vor, Aufträge für Warenproben, die nicht problemlos mit dem Altpapier zu entsorgen sind, abzulehnen. Gegebenenfalls müssen Kosten für eine getrennte Entsorgung vom Auftraggeber übernommen werden.

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

HINWEIS ZU FREMDPRODUKTEN IN ZEITSCHRIFTEN

Ein Informationsblatt über „Technische Richtlinien Fremdprodukte in Zeitschriften“ kann direkt angefordert werden bei: **BUNDESVERBAND DRUCK UND MEDIEN E.V.**, Biebricher Allee 79, 65187 Wiesbaden.

Ad Specials, die einen Konkurrenzausschluss mit sich ziehen, müssen bis 8 Wochen vor Anzeigenschluss ohne Stornomöglichkeit gebucht werden.

**BITTE LIEFERN SIE ALLE ANZEIGEN NUR IM MAGAZIN-FORMAT AN.
DIESE WERDEN VON UNS AUF DAS POCKET-FORMAT VERKLEINERT.**

BESCHNITZZUGABE

An allen Seiten 4 mm.
Druckmarken müssen außerhalb der
Beschnittzugabe liegen

BESCHNITTSICHERHEIT

Mindestabstand zum Beschnitt für Schriften
und Bildelemente links/rechts 8 mm, oben/
unten 5 mm

SCHRIFTGRÖSSE

mindestens 10 Punkt wegen Adaption auf das
Pocket-Format

ANZEIGEN ÜBER BUND

Motivdopplung von je 5 mm pro Seite zum
Bund hin

DRUCKVERFAHREN UND FARBPROFIL

Umschlag: Offsetdruck, **ISOcoated_V2**
Inhalt: Tiefdruck, **PSR_LWC_Plus_V2_PT**

Hinweis:

Bei der Anlieferung anderer Datenformate
sowie fehlerhafter oder unvollständiger
Dateien entsteht ein Mehraufwand durch
zusätzliches Datenhandling und ein weiteres
Kontrollproof.
Eventuell anfallende Mehrkosten müssten wir
Ihnen weiterberechnen.

Das Farbprofil muss an den jeweiligen
Druckstandard der Druckerei angepasst
werden.

**Sollten die Druckdaten ohne farbverbind-
lichen Proof angeliefert werden, werden
diese „gedruckt wie geliefert“ und
Reklamationen über den Farbausfall sind
ausgeschlossen.**

PAPIERKLASSE

Umschlag: Papiertyp 1 und 2, glänzend oder
matt gestrichen, Bilderdruck

VERARBEITUNG

Klebebindung

DRUCKVORLAGEN

PDF: Adobe-PDF /X-3 /X-1a
Der Proof muss zertifiziert und 1:1 von den
angelieferten Daten gefertigt sein
CMYK-Modus, es dürfen **keine Sonderfarben**
enthalten sein

ANLIEFERUNG DRUCKUNTERLAGEN

CD-ROM oder via DUON, E-Mail oder
FTP-Server (Zugangsdaten erhalten Sie auf
Anfrage)
Anlieferadresse:
Vision Media GmbH
Kirstin Freund-Lippert/Anzeigendisposition
Leonrodstraße 52
80636 München

ANSPRECHPARTNER IM VERLAG

Anzeigendisposition
Kirstin Freund-Lippert
Telefon: + 49 (0) 89 69749-132
Telefax: + 49 (0) 89 69749-35132
kirstin.freund-lippert@vision-media.de

DRUCKEREI

Prinovis Itzehoe

8 Redaktionelle Specials

Preisliste Nr.: 10 \ gültig ab 01.01.2012
JOLIE \ Jolie.de

HEFT-NR.	SPECIAL	KURZBESCHREIBUNG
03/2012	Trend-Booklet	Aktuelle Frühjahr-/Sommertrends
04/2012	Beauty-Booklet	Make-up, Haare, Pflege
07/2012	Sex-Booklet	Der ultimative Sex-Guide
09/2012	Trend-Booklet	Aktuelle Herbst-/Wintertrends
01/2013	Astro-Booklet	Der Begleiter durch das Jahr 2013



Redaktionelle Specials können mit Anzeigenseiten oder mit einem Exklusiv-Sponsoring belegt werden. Detailangaben, Kosten und Informationen erhalten Sie gerne auf Anfrage.

JOLIE RUNWAY – Frontrow-Feeling pur!

Das High-Fashion-Magazin JOLIE RUNWAY, das zwei Mal jährlich erscheint, präsentiert die neuesten Modetrends und Kollektionen der kommenden Saison – „direkt vom Laufsteg“.

Mit den Erscheinungsterminen im Juni und Dezember zeigt JOLIE RUNWAY der Welt als einer der ersten Endverbraucher-Titel die Fotos von den Showen internationaler Designer. Neben den wichtigsten Looks zeigt JOLIE RUNWAY aber auch das Umfeld, in dem die Kollektionen entstanden und präsentiert wurden: Von der Atmosphäre der einzelnen Mode-Metropolen bis zu den spektakulärsten Shows,

von Accessoire-Highlights bis zu Make-up- und Frisuren-Trends, von den Designern „du jour“ über die „Models of the Moment“ bis hin zu den prominentesten Frontrow-Faces.

Das hochwertige Magazin in luxuriöser Optik und Ausstattung informiert die modebegeisterte und trendorientierte Leserin auf 148 Seiten, welche Designer welchen Trend setzen – und vor allem, welche Looks in der kommenden Saison ein modisches Muss sind.

So ist JOLIE RUNWAY für sie ein unverzichtbarer Wegweiser, mit dem sie der Zeit stets ein wenig voraus ist.

JOLIE RUNWAY erscheint als Sonderpublikation unter der Dachmarke JOLIE in einer Auflage von 100.000 Exemplaren.

JOLIE RUNWAY goes international. Jetzt auch in 4 weiteren Ländern erhältlich.



HEFT-NR.

02/2012
01/2013

ERSTVERKAUFSTAG

Juni 2012
Dezember 2012

FORMATE

1/1 Seite
2/1 Seite

SATZSPIEGEL

Breite mm	Höhe mm
184	250
388	250

ANSCHNITT

Breite mm	Höhe mm
210	280
420	280

PREISE IN € (ZZGL. MWST.)

7.900,-
15.000,-

Beschnittzugabe an allen Seiten je 5 mm. Sicherheitsabstand: Mindestabstand zum Beschnitt wegen Ansnittgefahr für Schriften und Bildelemente links/rechts = 8 mm, oben/unten = 5 mm. Druckverfahren: Rollenoffset, Digital-Proof im ISOcoated_V2

Preisliste Nr.: 10 \ gültig ab 01.01.2012
JOLIE@Jolie.de

JOLIE Promotions werden für Sie individuell konzipiert und gestaltet. Von der kreativen Idee bis zur Umsetzung erhalten Sie alles aus einer Hand. Gerne erstellen wir Ihnen ein integriertes Angebot für JOLIE und Jolie.de. Um die Kampagne im Handel einzusetzen, können Promotion-Anzeigen zusätzlich als Sonderdrucke oder Aufsteller eingesetzt werden (Preise auf Anfrage).

PREISE

Promotions geschootet

Vor der Umsetzung werden die Produktionskosten (Layout, Text, Recherche, Fotohonorare oder -produktion, technische Kosten, Abwicklung etc.) definiert.

Promotions basic

Bei Anlieferung von Textvorlage und Bildmaterial beinhalten die Produktionskosten die Leistungen für Layout, Text und reprofähige Druckvorlagen inkl. 3 Korrekturdurchläufe:
1/1 Seite 2.000,- €

ABWICKLUNG UND KENNZEICHNUNG

Als Vorlaufzeit für eine Promotion sollten ca. zwei Wochen vor dem normalen Anzeigenschluss eingeplant werden. Das Layout wird in enger Zusammenarbeit mit dem Kunden bzw. der betreuenden Agentur erstellt. Promotion-Motive werden mit dem Wort „ANZEIGE“ gekennzeichnet.

WEIHNACHTSPROMOTION

Bitte fordern Sie die aktuellen jahresbezogenen Unterlagen an.

KOORDINATION

Anzeigenabteilung JOLIE
Telefon: +49 (0) 89 69749-373

TESTEN SIE DEN NEUEN FRISCHE-KICK

Noch nie hat sich empfindliche Haut so gesund und schön gefühlt: Überzeugen Sie sich und testen Sie das neue AQUALLA THERMAL von VICTY

Schon das Name klingt wie Power. Schon bevor Sie Ihren empfindlichen Haut, denn VICTY und VICTY von dem 100% Bio-Öl aus dem Meer, das dem Thermal aus der Grotte von AQUALLA THERMAL, die auch dem Naturerzeugnis ist besonders für sensitive Haut geeignet und ist ideal im Sommer auch perfekt für die besonders beschützte Haut geeignet.

AQUALLA THERMAL VICTY regeneriert, kühlt und erfrischt die Haut gegen äußere Einflüsse sowie schädliche Lichtstrahlungen. Gleichzeitig wirkt die Haut spendend und feuchtigkeitsspeichernd – und das bis hin zum nächsten Frühling mit dem VICTY Thermalwasser und Hyaluron. Ein absolut unverzichtbares Pflegeprodukt, um die Haut zu schützen und zu regenerieren. Ein Produkt, das sich durch seine einzigartige Kombination aus natürlichen Inhaltsstoffen und moderner Wissenschaft auszeichnet. Keine Tagescreme mehr.

Beauty-Cocktail aus der Tiefe
Tiefen aus Mineralien sorgt das Thermalwasser von VICTY für einen besonderen Frische-KICK. Plus: Eine Kombination aus Bio-Öl und VICTY Thermalwasser für einen schalen Schutz in dem Wasser. Das ist ein Produkt, das sich nicht nur in der Natur findet, sondern auch in der Natur.

TESTEN SIE...
AQUALLA THERMAL von VICTY und VICTY von dem 100% Bio-Öl aus dem Meer, das dem Thermal aus der Grotte von AQUALLA THERMAL, die auch dem Naturerzeugnis ist besonders für sensitive Haut geeignet und ist ideal im Sommer auch perfekt für die besonders beschützte Haut geeignet.

AQUALLA THERMAL
VICTY Thermalwasser

BEAUTY IN BESTFORM

h

Die Haut ist das größte Organ des Körpers. Sie schützt den Körper vor äußeren Einflüssen und reguliert die Temperatur und den Wasserhaushalt. Eine gesunde Haut ist das Fundament für ein schönes Aussehen. Mit der richtigen Pflege können Sie Ihre Haut in die Bestform bringen.

BEAUTY IN BESTFORM
Die Haut ist das größte Organ des Körpers. Sie schützt den Körper vor äußeren Einflüssen und reguliert die Temperatur und den Wasserhaushalt. Eine gesunde Haut ist das Fundament für ein schönes Aussehen. Mit der richtigen Pflege können Sie Ihre Haut in die Bestform bringen.

Spielend in TOPFORM

MIT YOUR SUPER-GENES EVOLUTIONS BEAUTY

Mein Frauen-Spielzeug

Die Natur hat uns mit den besten Genen ausgestattet. Mit der richtigen Pflege können Sie Ihre Haut in die Bestform bringen.

Die Natur hat uns mit den besten Genen ausgestattet.

KONZEPT

Jolie.de ist das erste deutsche Socializing Lifestyle Online-Magazin mit Beauty-, Fashion- und Startrends und einer dynamisch wachsenden Community mit vielen Tools zum Mitmachen wie Psychotests oder dem interaktiven Beauty-Styleer.

Die Site bietet Ihnen vielfältige Möglichkeiten, Ihre Zielgruppe punktgenau nach Themeninteresse anzusprechen und Ihre Markenwelten und Produkte aufmerksamkeitsstark zu positionieren.

KENNZAHLEN (JE MONAT)

Unique User ⁶ :	790.000
Visits ⁷ :	1.692.802
Page Impressions ⁷ :	40.591.901
Newsletter:	ca. 41.000

Aktuelle Daten finden Sie unter:
www.vision-media.de

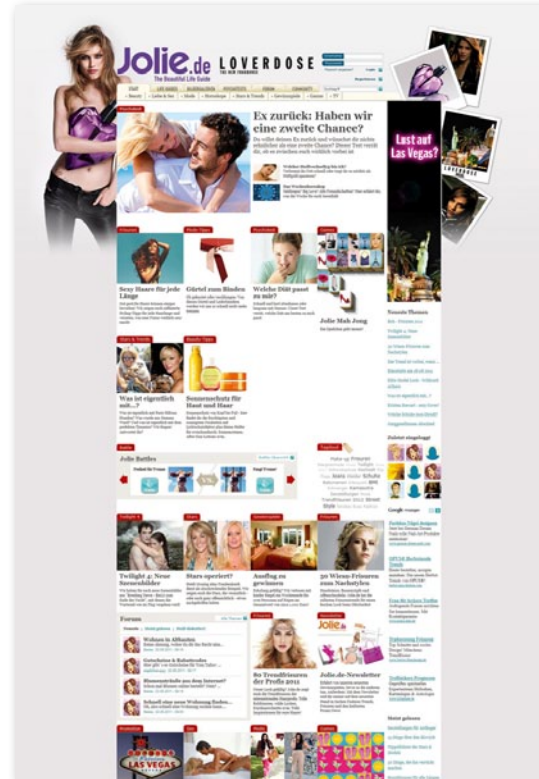
KOORDINATION

Anzeigenabteilung Jolie.de
Telefon: +49 (0) 89 69749-160

SPECIALS

Nutzen Sie unsere vielfältigen Sonderformate für Ihre Werbekampagne:

- \ Promotions
- \ Produkttests
- \ Gewinnspiele
- \ Sponsoring
- \ Newsletter



⁶Quelle: AGOF internet facts 2011-06

⁷Quelle: IWW August 2011

USERSTRUKTUR⁶

67% Frauen

48% im Alter zwischen 20 und 39 Jahren

42% berufstätig

53% HHNE von 2.000,- € und mehr

39% haben Abitur/Fachabitur/
Hochschulabschluss

64% interessieren sich (sehr) für Damen-
kosmetik oder Damenbekleidung

40% haben Damenkosmetik oder Damen-
bekleidung im Internet gekauft



Bild: © Thinkstock

⁶Quelle: AGOF internet facts 2011-06

PREISE UND FORMATE (ZZGL. MWST.)
 STANDARDWERBEMITTEL TKP IN €

Werbeform	Format (in Pixel)	KB	Umfeld/ Homepage	Run of Site	Vision Media Run of Network	Expandable Aufschlag
Super Banner	728 x 90	40	30,-	25,-	15,-	15,-
Skyscraper	200 x 600	40	45,-	40,-	30,-	15,-
Medium Rectangle	300 x 250	40	60,-	55,-	45,-	15,-
Layer Ad	400 x 400	40	95,-	90,-	80,-	-
Wallpaper	728 x 90 + 200 x 600	80	80,-	70,-	60,-	15,-
Fireplace	1263 x 1024	120	90,-			
Halfpage Ad	300 x 600	40	80,-	70,-	65,-	-
Tandem Ad	400 x 400 + 200 x 600 400 x 400 + 300 x 250	60	105,-	95,-	85,-	-
Banderole Ad	770 x 250 + 200 x 250	50	80,-	70,-	60,-	-
Prestitial/Interstitial	Fullscreen	50	120,-	110,-	90,-	-

BEISPIEL FÜR PREISBERECHNUNG IN €

Der Preis für die Schaltung von Werbemitteln berechnet sich aus dem TKP des gewünschten Werbeformates und der Anzahl der Ad Impressions (AIs).

Anzahl AIs:	100.000
Format:	728 x 90 Super Banner
Platzierung:	Homepage
TKP:	30,-
Berechnung:	100.000x30/1.000
Kosten:	3.000,-

PREISE UND FORMATE (ZZGL. MWST.)
STANDARDWERBEMITTEL TKP IN €

Werbeform	Format (in Pixel)	Homepage/Rubrik
HTML-NEWSLETTER		
ca. 41.000 Abonnenten	Bild/Text-Teaser mit max. 200 Zeichen, Grafik 200 x 150 px	auf Anfrage (Aussendung mittwochs)
TARGETING		
Quantitatives Targeting	Uhrzeit, Region, Frequency Capping etc.	kein Aufpreis
INTEGRATION*		
Promotion-Paket S/M/L	4 Wochen	7.500,- / 12.250,- / 19.250,-
Produkttest	8 Wochen	15.000,-
Gewinnspiel	2 Wochen	1.800,-
Gewinnspiel	4 Wochen	2.500,-

*Preise nicht weiter rabattierbar, AE-Abzug möglich.
Es gelten die AGBs von InteractiveMedia CCSP GmbH (www.interactivemedia.net)

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung.

Der Anzeigenauftrag kommt zustande durch die Buchung der Anzeige durch den Auftraggeber (Angebot) und Bestätigung der Buchung durch den Verlag in Textform (Annahme).

Buchung und Bestätigung können auch über das OBS Online-Buchungssystem erfolgen (Infos zu OBS finden Sie unter www.obs-portal.de).

2. Anzeigenaufträge sind im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln. 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 der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziff. 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

4. Wird ein Auftrag 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. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

5. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben

oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift wird keine Gewähr geleistet, es sei denn, dass der Auftraggeber die Gültigkeit des Vertrages ausdrücklich davon abhängig gemacht hat. Bei rubrizierten Anzeigen gewährleistet der Verlag den Abdruck in der jeweiligen Rubrik, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

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

7. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form, nach einheitlichen Grundsätzen des Verlages, abzulehnen, und zwar auch dann, wenn der Auftrag bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben worden ist. Der Verlag hat ferner das Recht, auch bereits rechtsverbindlich bestätigte Aufträge zurückzuweisen, wenn deren Inhalt gegen Gesetz, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstößt. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters einer Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format und Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

8. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes, einwandfreier Druckunterlagen oder Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder

beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

9. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte Nachfrist verstreichen, so hat der Auftraggeber ein Rücktrittsrecht.

10. Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung, aus Verzug, aus positiver Forderungsverletzung, aus Verschulden beim Vertragsabschluss und aus unerlaubter Handlung sind in jedem Fall ausgeschlossen, es sei denn, sie beruhen auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit des Verlegers oder eines seiner leitenden Angestellten. Eine weitergehende Haftung ist ausgeschlossen. Reklamationen müssen innerhalb vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Für später eingehende Reklamationen ist jede Haftung des Verlages ausgeschlossen. Für Fehler jeder Art aus telefonischer Übermittlung übernimmt der Verlag keine Haftung.

11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht innerhalb der vom Verlag gesetzten Frist zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.

12. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, werden Rechnung und Beleg 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 die vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

13. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Verzugszinsen in Höhe von derzeit 8% über dem aktuell gültigen Basiszinssatz sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei gerichtlichen Vergleichen im Rahmen der Zwangsvollstreckung entfällt jeglicher Nachlass. 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 vom Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

14. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrags werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Beleghefte 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.

15. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckvorlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

16. Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet drei Monate nach Erscheinen der jeweiligen Anzeige, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist.

17. Erfüllungsort für die Leistung des Verlages und die Zahlung des Auftraggebers ist ausschließlich der Sitz des Verlages. Ist der Auftraggeber Kaufmann, der nicht zu den in § 4 HGB bezeichneten Gewerbetreibenden gehört, eine juristische Person des öffentlichen Rechts oder ein öffentlich-rechtliches Sondervermögen, so ist Gerichtsstand ebenfalls der Sitz des Verlages. Im Übrigen ist der Sitz des Verlages Gerichtsstand für den Fall, dass der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthaltsort aus dem Gebiet der Bundesrepublik Deutschland verlegt oder sein Wohnsitz oder gewöhnlicher Aufenthaltsort zum Zeitpunkt der Klageerhebung nicht bekannt ist oder der Verlag Ansprüche im Wege des Mahnverfahrens geltend macht.

18. Eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagedaten veröffentlichten, berechtigt nur dann zu einer Preisminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage von bis zu unter 500.000 Exemplaren 10 v. H. überschreitet (Schwankungsbreite).

Die Höhe der Preisminderung errechnet sich aus der prozentualen Abweichung von der garantierten Auflage abzüglich der nach Absatz 1 berechneten zulässigen Schwankungsbreite. Die der Garantie zugrundeliegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IWW. 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 Preisminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengenstaffel und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisminderung 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. Ein Anspruch auf Rückvergütung ist innerhalb eines halben Jahres nach Ablauf des Insertionsjahres geltend zu machen. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalgutschrift oder – wenn dies nicht mehr möglich ist – als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2.557,- Euro beträgt.

ZUSÄTZLICHE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN DES VERLAGES

a) Die Werbungsmittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

b) Die allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beihefter oder technische Sonderausführungen. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.

c) Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge, nicht jedoch vor Ablauf von drei Monaten nach Bekanntgabe.

d) Wenn für konzerngehörige Firmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht wird, ist die schriftliche Bestätigung einer Kapitalbeteiligung von mehr als 50% erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50% besteht.

e) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen.

Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrags, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen stornierte Anzeigen, so stehen dem Auftraggeber etwaige Ansprüche daraus nur im Rahmen der vorstehend abgedruckten Ziffer 10 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen zu.

f) Bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt (z.B. Arbeitskämpfe, Beschlagnahme und dgl.) hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80% der garantierten verkauften Auflage erfüllt sind. Geringere Leistungen sind nach dem Tausender-Seitenpreis gemäß der im Tarif genannten garantierten verkauften Auflage zu bezahlen.

g) Die Übersendung von mehr als zwei Farbvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen. Etwaige Ansprüche hieraus können lediglich im Rahmen der vorstehend abgedruckten Ziffer 9 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen geltend gemacht werden. Der Verlag muss sich die Berechnung entstehender Mehrkosten vorbehalten.

12 Ansprechpartner vor Ort

Jolie
THE BEAUTIFUL LIFE GUIDE

Preisliste Nr. 10 \ gültig ab 01.01.2012
JOLIE@jolie.de

IM VERLAG:

Vision Media GmbH
Leonrodstraße 52
80636 München
www.vision-media.de

Geschäftsleitung Vermarktung
Alexander Kratz
Telefon: +49 (0) 89 69749-250
alexander.kratz@vision-media.de

Stellv. Geschäftsleitung Vermarktung
Marit Böhmer
Telefon: +49 (0) 89 69749-373
Telefax: +49 (0) 89 69749-35373
marit.boehmer@vision-media.de

Verkaufsleitung Online & Crossmedia
Sanela Janjos
Telefon: +49 (0) 89 69749-160
Telefax: +49 (0) 89 69749-35160
sanela.janjos@vision-media.de

Anzeigendisposition
Kirstin Freund-Lippert
Telefon: +49 (0) 89 69749-132
Telefax: +49 (0) 89 69749-35132
kirstin.freund-lippert@vision-media.de

VERLAGSVERTRETUNGEN INLAND:

Region Nielsen I
Vision Media GmbH
Peer-Sascha Mazaraki
Schauenburgerstraße 61
20095 Hamburg
Telefon: +49 (0) 40 2094039-0
Telefax: +49 (0) 40 2094039-9
peer.mazaraki@vision-media.de

Region Nielsen II
Vision Media GmbH
Radigundis Sent
Holzstraße 2
40221 Düsseldorf
Telefon: +49 (0) 211 1645289-0
Telefax: +49 (0) 211 1645289-9
radigundis.sent@vision-media.de

Region Nielsen IIIa
Partners Concept Media
Oliver Ehle/Vieri C. Timosci
Villa Edelweiß – Lessingstraße 5
61231 Bad Nauheim
Telefon: +49 (0) 60 32 92908-54
Telefax: +49 (0) 60 32 92908-55
ehle@partners-concept-media.com
timosci@partners-concept-media.com

Region Nielsen IIIb
Verlagsbüro Leo Krimmer GmbH
Rüdiger Pickrahn
Steingaustraße 14
73230 Kirchheim
Telefon: +49 (0) 70 21 420-62
Telefax: +49 (0) 70 21 71733
stuttgart@krimmer.com

Region Nielsen IV
Media Anzeigen-Verkaufs GmbH
Markus Piendl
Paul-Gerhardt-Allee 54
81245 München
Telefon: +49 (0) 89 745083-0
Telefax: +49 (0) 89 7595501
info@mav-muenchen.com

Region Nielsen V, VI, VII
Verlagsbüro Leo Krimmer GmbH
Ralf Hünninghaus
Bülowstraße 66
10783 Berlin
Telefon: +49 (0) 30 893827-0
Telefax: +49 (0) 30 893827-33
berlin@krimmer.com

VERLAGSVERTRETUNGEN AUSLAND:

Schweiz
Affinity-PrimeMEDIA Ltd.
Eva Favre
Route Mollie-Margot 1
Postfach 20
1073 Savigny
SCHWEIZ
Telefon: +41 (0) 21 7810850
Telefax: +41 (0) 21 7810851
e.favre@affinity-primemedia.ch

Österreich
Mag. Dr. Peter Freissler &
Thomas Pelzel OHG
Mag. Dr. Peter Freissler
Hofhaymerallee 17 / 46
5020 Salzburg
ÖSTERREICH
Telefon: +43 (0) 662 822625
Telefax: +43 (0) 662 823945
office@fpverlag.com

Italien
Ediconsult Internazionale S.r.l.
Luigi de Mari
Via Savona, 97
20144 Milano
ITALIEN
Telefon: +39 (0) 2 47710036
Telefax: +39 (0) 2 47711360
milano@ediconsult.com

Ediconsult Internazionale S.r.l.
Piazza Fontane Marose, 3
16123 Genova
ITALIEN
Telefon: +39 (0) 10 583684
Telefax: +39 (0) 10 566578
genova@ediconsult.com

Spanien
K.media
David Castello
Marqués del Riscal, 11, 4º
28010 Madrid
SPANIEN
Telefon: +34 (0) 91 7023484
Telefax: +34 (0) 91 7023485
david.castello@kmedianet.es

K.media
C/Llull 51, 4º-5ª
08005 Barcelona
SPANIEN
Kontakt siehe Madrid

Großbritannien, Irland, Niederlande
IGP Ltd.
International Graphic Press Ltd.
Stefanie Stroh-Begg
Talbert House
52A Borough High Street
London SE1 1XN
GROSSBRITANNIEN
Telefon: +44 (0) 2074034589
Telefax: +44 (0) 2074034590
info@igpmedia.com

Frankreich
Affinity Media
Frederic Lahalle
53, rue de Maubeuge
75009 PARIS
FRANKREICH
Telefon: +33 (0) 153059401
Telefax: +33 (0) 153059406
info@affinity-media.fr