

- 
- 1 Titelporträt
  - 2 Verlagsangaben
  - 3 Termine
  - 4 Anzeigenformate und -preise
  - 5 Ad Specials
  - 6 Technische Richtlinien
  - 7 Promotions
  - 8 StarFlash.de
  - 9 Notizen
  - 10 Allgemeine Geschäftsbedingungen
  - 11 Ansprechpartner vor Ort

## POPCORN – DAS MONATLICHE TEEN PEOPLE MAGAZIN

POPCORN hat sich im Markt als eine optisch und inhaltlich wertvolle Jugendzeitschrift profiliert. Durch konsequente Konzentration auf die positiven jugendlichen Reizthemen konnte POPCORN als Premium-Produkt im Jugendmarkt etabliert werden.

POPCORN ist ein Star-Magazin, das den Nerv der Jugendlichen trifft und ihr Lebensgefühl widerspiegelt. POPCORN informiert, unterhält und bietet eine Menge Service für Leser im Alter zwischen 12 und 20 Jahren.

POPCORN gliedert sich inhaltlich in vier Schwerpunkte: Popmusik, Kino und TV, Jugendberatung und Service-Themen.

### POPMUSIK

Alle aktuellen Stars werden ausführlich in Porträts, Interviews, Homestories, Konzertberichten etc. vorgestellt und neue, angesagte Musik-Trends zielgruppengerecht dargestellt.

### KINO UND TV

Die wichtigsten Filme des Monats werden auf sechs Seiten optisch herausragend präsentiert.

Zusätzlich gibt es große Storys zu den Stars der Film- und TV-Szene. Monatsübersichten über Kinofilme und Serien geben dem Leser Orientierung.

### JUGENDBERATUNG

Hier profiliert sich POPCORN durch Ernsthaftigkeit und Glaubwürdigkeit. Der sensible Bereich der Jugendberatung (Sexualaufklärung, Hilfe bei Problemen mit Schule, Eltern, Umwelt etc.) wird nicht voyeuristisch behandelt, sondern die Jugendlichen und ihre Probleme werden ernst genommen.

### SERVICE-THEMEN

Einen hohen Nutzwert bieten Service-Themen. Neben Rätseln, Psycho-Tests, Games und Trend-Reports sind vor allem Poster (bis zu 20 in einem Heft, davon mindestens zwei im Mega-Format)



ein attraktives Angebot. Auch optisch geht POPCORN einen konsequenten Weg. Aktuelles Fotomaterial, ein modernes Layout mit einem hochwertigen Titel sorgen für ein kompaktes, buntes und modernes Magazin für Jugendliche.

Norbert Lalla, *Chefredakteur*

## 2 Verlagsangaben

Preisliste Nr. 32 \ gültig ab 01.01.2012  
POPCORN \ StarFlash.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

Geraldine John  
Telefon: +49 (0) 89 69749-134  
Telefax: +49 (0) 89 69749-35134

### E-MAIL

anzeigen@vision-media.de

### BANKVERBINDUNG

Deutsche Bank Lörrach  
Konto 140 3393, BLZ 683 700 34

### ERSCHEINUNGSWEISE

monatlich

### ERSTVERKAUFSTAG

Mittwoch

### HEFTFORMAT

205 mm Breite, 285 mm Höhe;  
Bund geheftet

### COPYPREIS

2,20 €

### GARANTIERTE VERKAUFTE AUFLAGE

130.000 Exemplare

### AKTUELLE DATEN UND SERVICES

[www.vision-media.de](http://www.vision-media.de)  
[www.pz-online.de](http://www.pz-online.de)

### PZ-NUMMER

550609

### TECHNISCHE ANGABEN

Die aktuellen und verbindlichen technischen Angaben finden Sie unter [www.vision-media.de](http://www.vision-media.de) auch zum Download als PDF oder unter [www.duon-portal.de](http://www.duon-portal.de)

# POPCORN

### ANZEIGENBUCHUNGEN ONLINE

Anzeigenbuchungen können auch über das Online-Buchungssystem (OBS) übermittelt werden: [www.obs-portal.de](http://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 Termine



Preisliste Nr. 32 \ gültig ab 01.01.2012  
POPCORN \ StarFlash.de

HEFT-NR.	ERSTVERKAUFSTAG	ANZEIGENSCHLUSS	DRUCKVORLAGENSCHLUSS
02/2012	04.01.2012	07.12.2011	13.12.2011
03/2012	01.02.2012	04.01.2012	11.01.2012
04/2012	29.02.2012	02.02.2012	08.02.2012
05/2012	28.03.2012	01.03.2012	07.03.2012
06/2012	25.04.2012	27.03.2012	02.04.2012
07/2012	23.05.2012	24.04.2012	30.04.2012
08/2012	20.06.2012	23.05.2012	29.05.2012
09/2012	18.07.2012	21.06.2012	27.06.2012
10/2012	14.08.2012	18.07.2012	24.07.2012
11/2012	12.09.2012	16.08.2012	22.08.2012
12/2012	10.10.2012	12.09.2012	18.09.2012
13/2012	07.11.2012	10.10.2012	16.10.2012
01/2013	05.12.2012	08.11.2012	14.11.2012

Letzter Rücktrittstermin: eine Woche vor dem jeweiligen Anzeigenschluss. Letzter Buchungsschluss bei Ad Specials ist vier Wochen vor Anzeigenschluss.

# 4 Anzeigenformate und -preise



Preisliste Nr. 32 \ gültig ab 01.01.2012  
POPCORN \ StarFlash.de

FORMATE			SATZSPIEGEL		ANSCHNITT <sup>1</sup>		PREISE IN € (ZZGL. MWST.)
			Breite mm	Höhe mm	Breite mm	Höhe mm	Ein- bis Vierfarbanzeige
1/1 Seite			185	258	205	285	13.700,-
1/2 Seite	hoch		90	258	100	285	8.220,-
	quer		185	127	205	140	
1/3 Seite	hoch		60	258	65	285	5.480,-
	quer		185	80	205	90	
1/4 Seite	hoch	1-spaltig	43	258	50	285	4.795,-
	normal	2-spaltig	90	127	100	140	
	quer	3-spaltig	185	61	205	70	

Keine Platzierungszusagen bei seitenantelligen Anzeigen

## FORMATE ÜBER BUND

2/1 Seite	392	258	410	285	27.400,-
-----------	-----	-----	-----	-----	----------

## SONDERPLATZIERUNGEN      PREISE IN € (ZZGL. MWST.)      UMSATZSTAFFEL      IN € (ZZGL. MWST.)

4. Umschlagseite	1/1	15.000,-	ab	41.100,-	3%
			ab	82.200,-	6%
			ab	123.300,-	9%
			ab	164.400,-	12%
			ab	205.500,-	15%
			ab	246.600,-	18%

## ANZEIGENSTRECKEN

Preise auf Anfrage

Grundlage für die Umsatzstaffel sind die Bruttopreise für Anzeigenschaltungen

	BEILAGEN			BEIHEFTER			BEIKLEBER		
	Gewicht	Aboauflage <sup>1</sup>	Speditionsauflage	Umfang	Aboauflage <sup>1</sup>	Speditionsauflage	Art des Beiklebers	Aboauflage <sup>1</sup>	Speditionsauflage
Preis pro Tausend in €	bis 20 g	60,-	50,-	4 Seiten	65,-	54,-	Postkarten	45,-	40,-
zzgl. MwSt.	bis 30 g	74,-	55,-	8 Seiten	75,-	57,-	Prospekte	55,-	45,-
	bis 40 g	85,-	60,-	12 Seiten	85,-	60,-	Warenproben	65,-	55,-
	bis 50 g	97,50	65,-	16 Seiten	95,-	63,-			
Belegungsmöglichkeiten	Gesamtauflage			Gesamtauflage			Gesamtauflage		
	Teilbelegung auf Anfrage						Teilbelegung auf Anfrage		
	Mindestauflage 50.000 Ex.						Mindestauflage 50.000 Ex.		
Mindestformat (Breite x Höhe)	105 mm x 148 mm			100/110 mm x 110 mm (10 mm Nachfalz) <sup>2</sup>			60 mm x 80 mm		
Maximalformat (Breite x Höhe)	185 mm x 265 mm			208/215 mm x 291 mm (7 mm Nachfalz) <sup>3</sup>			155 mm x 210 mm		
Gesamtgewicht	Maximalgewicht abhängig von Format und Umfang						maximal 20 g		
Papiergewicht	ab 115 g/m <sup>2</sup> (2-seitig)			4 Seiten	mind.	100 g/m <sup>2</sup>			
	ab 80 g/m <sup>2</sup> (4-seitig)			8 Seiten	mind.	80 g/m <sup>2</sup>			
	ab 60 g/m <sup>2</sup> (mehrseitig)			12 Seiten	mind.	53 g/m <sup>2</sup>			
				16 Seiten	mind.	53 g/m <sup>2</sup>			

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

<sup>1</sup>Preise inkl. gewichtsabhängiger Postgebühren. Zusätzliche Postgebühren durch beigelegte Gegenstände ab 2,5 bis 30 mm werden gesondert weiterberechnet.

<sup>2</sup>Der Beihefter wird am Kopf angelegt und mit dem Heft beschnitten (Beschnitt 3 mm, innenliegende Seiten müssen endbeschnitten sein)

<sup>3</sup>Der Beihefter wird mit dem Heft dreiseitig auf 205 x 285 mm beschnitten (Beschnitt 3 mm).

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

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 **POPCORN, 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 dann abhängig von der erfolgreichen Durchführung des Probelaufs.

Stark auftragende 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.

**Bereich der Beiklebeponition** maximal 65 mm vom Bund entfernt.

## 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.

# 6 Technische Richtlinien

# POPCORN

Preisliste Nr. 32 \ gültig ab 01.01.2012  
POPCORN \ StartFlash.de

## 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 6 Punkt

## DRUCKVERFAHREN UND FARBPROFIL

**Umschlag:** Offsetdruck, **ISOcoated\_V2**  
**Inhalt:** Tiefdruck, **PSR\_SC\_STD\_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

Rückendrahttheftung

## DRUCKVORLAGEN

PDF: Adobe-PDF X-3  
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  
Geraldine John/Anzeigendisposition  
Leonrodstraße 52  
80636 München

## ANSPRECHPARTNER IM VERLAG

Anzeigendisposition  
Geraldine John  
Telefon: + 49 (0) 89 69749-134  
Telefax: + 49 (0) 89 69749-35134  
geraldine.john@vision-media.de

## DRUCKEREI

Prinovis Itzehoe

# 7 Promotions

Preisliste Nr. 32 \ gültig ab 01.01.2012  
POPCORN \ StarFlash.de

POPCORN 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 POPCORN und StarFlash.de. Um die Kampagne im Handel einzusetzen, können Promotion-Anzeigen zusätzlich als Sonderdrucke oder Aufsteller eingesetzt werden.

## PREISE

Promotion-Anzeigen werden zum gültigen Anzeigenpreis sowie im Rahmen des Jahresabschlussrabattes berechnet und fließen in diesen mit ein. Vor der Umsetzung werden die Produktionskosten (Layout, Text, Recherche, Fotonorare oder Fotoproduktion, technische Kosten, Abwicklung etc.) definiert und nach Erscheinen in Rechnung gestellt.

## ABWICKLUNG

Das gesamte Spektrum von der kreativen Idee bis zur präzisen Umsetzung erfolgt aus einer Hand und in enger Absprache mit dem Kunden bzw. der Agentur.

## KENNZEICHNUNG

Promotion-Anzeigen werden mit „Anzeige“ gekennzeichnet.

## WEITERE AKTIONEN

Weihnachtspromotion, Booklets, Promotion-Kolumnen, Promotion-Sonderwerbformen und Empfehlungs-Marketing.

## CROSSMEDIA

Wir stehen für individuelle Crossmedia-Lösungen. Mit POPCORN und StarFlash.de bieten wir Ihnen exklusive, werbliche Präsenz in unseren vielfältigen Medienkanälen. Gerne erstellen wir ein integriertes Angebot.

## KOORDINATION

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

# POPCORN

**Welcher Handy-Typ bist du?**

**PROMOTION**

**Deiner Telefonierzeit, SIM-Kostenmaster oder Chat-Ring? Welcher dieser Beschreibungen passt am ehesten auf dich? Mach den Test und finde es heraus...**

**Auflösung**

**POPcorn Handy-Tipp: Vznobil – die neue Prepaid SIM-Karte von schillerVZ**

**SIM-Karten mit je 20 € Guthaben zu gewinnen!**

**VISION MEDIA**

## KONZEPT

StarFlash.de ist die Online-Adresse für alle Popcorn-Leser mit neuartigen Mash-Up aus Magazin und Community: top aktuelle News und Features zu Stars, Musik, Trends, Style & Szene. Die Redaktion agiert auf Augenhöhe mit den Usern, reagiert auf Trends und Themen der Community.

## KENNZAHLEN (JE MONAT)

Unique User <sup>4</sup> :	210.000
Visits <sup>5</sup> :	501.307
Page Impressions <sup>5</sup> :	6.079.878
Newsletter:	ca. 10.000

## BELEGBARE RUBRIKEN

Buchungen können für die Rubriken „Stars & Music“, „Style & Szene“, „Liebe & Leben“, „Spiele & Gewinnen“, „Community“ erfolgen.

Aktuelle Daten finden Sie unter:  
[www.vision-media.de](http://www.vision-media.de)

## KOORDINATION

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

## SPECIALS

Nutzen Sie unsere vielfältigen Sonderformate für Ihre Werbekampagne:

- \ Advertorials
- \ Produkttests
- \ Gewinnspiele
- \ Sponsoring
- \ Newsletter

## USERSTRUKTUR<sup>4</sup>

- 66% Frauen
- 55% im Alter von 14 und 24 Jahren
- 71% interessieren sich (sehr) für Körperpflegeprodukte
- 47% interessieren sich (sehr) für Handys
- 51% interessieren sich (sehr) für Düfte
- 73% interessieren sich (sehr) für Schuhe
- 63% interessieren sich (sehr) für Damenbekleidung oder Kosmetik



<sup>4</sup>Quelle: AGOF internet facts 2011-06

<sup>5</sup>Quelle: IWW August 2011

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 (Als).

Anzahl Als:	100.000
Format:	728x90 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
<b>HTML-NEWSLETTER</b>		
9.338 Abonnenten	Bild/Text-Teaser mit max. 200 Zeichen, Grafik 200 x 150 px	auf Anfrage (Aussendung freitags)
<b>TARGETING</b>		
Quantitatives Targeting	Uhrzeit, Region, Frequency Capping etc.	kein Aufpreis
<b>INTEGRATION*</b>		
Promotion-Paket S/M/L	4 Wochen	4.300,-/5.800,-/8.900,-
Produkttest	8 Wochen	6.600,-
Gewinnspiel	2 Wochen	1.300,-
Gewinnspiel	4 Wochen	1.600,-

\*Preise nicht weiter rabattierbar, AE-Abzug möglich.  
Es gelten die AGBs von InteractiveMedia CCSP GmbH ([www.interactivemedia.net](http://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](http://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 telephonischer 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 Auftrags 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 Auflagenangaben veröffentlichen, berechtigt nur dann zu einer Preisreduzierung, wenn und soweit sie bei einer Auflage von bis zu unter 500.000 Exemplaren 10 v. H. überschreitet (Schwankungsbreite). Die Höhe der Preisreduzierung 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 Preisreduzierung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengenstaffel und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisreduzierung 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 Werbungsmittler 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.

## 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  
**Geraldine John**  
Telefon: +49 (0) 89 69749-134  
Telefax: +49 (0) 89 69749-35134  
geraldine.john@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/Mieri 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 Plendl**  
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.  
Telefon: +43 (0) 662 823945  
**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