



- | | |
|--------------------------------------|------------------------------------|
| 1 Titelporträt | 7 Ad Specials/Anzeigensplit |
| 2 Verlagsangaben | 8 Postkartenbeikleber |
| 3 Grundpreise und Rabatte | 9 Beihefter, Durchhefter |
| 4 Anzeigenformate und -preise | 10 Beilagen |
| 5 Termine | 11 Ansprechpartner |
| 6 Teilbelegung | |

Gültig ab 1. Januar 2009 (ab Heft 2/2009)

www.media.adac.de/www.pz-online.de

Reichweite
18,5 Mio. Leser

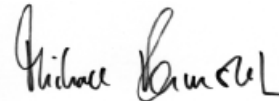


Bei der ADAC motorwelt stehen die Themen Automobil, individuelle Mobilität und Reisen im Mittelpunkt der journalistischen Arbeit, denn die Redaktion macht ein Magazin für die größte Autofahrer-Community Europas, für 18,5 Millionen moderne, mobile und anspruchsvolle Leser.

In dem Monatsmagazin findet die Zielgruppe alle Informationen, Rat, Service und Hilfe, die für ihre tägliche Mobilität von Nutzen sind. Als aktuelle Informationsquelle ist die ADAC motorwelt konkurrenzlos. Sie ist z.B. für 16,1 Millionen Menschen die einzig genutzte Autozeitschrift. Dies ist für die Redaktion auch eine Herausforderung. Aktualität und Objektivität sind

besonders wichtig, ebenso wie die Auswahl der diversen Themen und die moderne Gestaltung des Heftes.

Über das Interesse an den einzelnen Themen hinaus ist die ADAC motorwelt auch der kommunikative Schlüssel zum Netzwerk des größten Clubs Europas. Sie ist eine der Kernleistungen des ADAC e.V. 86% regelmäßige Leser sprechen dafür, dass die Clubzeitschrift gut ankommt.



Michael Ramstetter
Chefredakteur

ADAC motorwelt DAS AKTUELLE OLIVEMAGAZIN	Mio.	Reich- weite %	Struktur %	Indexausprägung*				
				0	50	100	150	200
Bevölkerung ab 14 Jahre	18,50	28,5	100,0	100				
Geschlecht								
männlich	13,11	41,6	70,8	146				
weiblich	5,40	16,2	29,2	57				
Bundesländer								
alte Bundesländer	15,14	29,1	81,8	102				
neue Bundesländer	3,36	26,4	18,2	92				
Alter des Befragten								
14 - 17 Jahre	0,35	10,3	1,9	36				
18 - 29 Jahre	2,13	20,8	11,5	73				
30 - 39 Jahre	3,15	32,6	17,0	114				
40 - 49 Jahre	4,41	35,7	23,8	125				
50 - 59 Jahre	3,43	34,8	18,5	122				
60 - 69 Jahre	3,15	33,3	17,0	117				
70 Jahre und älter	1,90	19,1	10,3	67				
Bildung								
Volks-/Hauptschule	6,51	22,7	35,2	79				
weiterführende Schule	7,25	30,8	39,2	108				
Abitur/FH/Studium	4,74	37,7	25,6	132				
Nettoeinkommen des Befragten								
bis 999 €	5,19	17,2	28,1	60				
1.000 - 1.999 €	8,85	33,7	47,8	118				
2.000 - 2.999 €	3,21	50,6	17,4	177				
3.000 € und mehr	1,26	57,9	6,8	203				
berufstätig	11,81	34,5	63,8	121				
Beruf								
große Selbstständige/Freiberufler	0,35	39,3	1,9	138				
klein + mittel Selbstständige/Landwirte	1,61	39,6	8,7	139				
leitende Angestellte/Beamte	1,64	53,3	8,9	187				
Angestellte/Beamte	8,44	27,7	45,6	97				
Arbeiter	5,28	29,2	28,6	103				

Quelle: MA 2008/II * Gesamtbevölkerung = 100

Kernzielgruppe: AUTOMobile Elite

Die Leser der ADAC motorwelt sind deutlich jünger, besser gebildet und haben ein höheres Einkommen als der Bevölkerungsdurchschnitt. Darüber hinaus zeichnen sie sich durch eine hohe Mobilität und ein überdurchschnittliches Interesse an den Themen Auto und Reisen aus.

ADAC motorwelt-Leser sind im berufstätigen Alter

71% der Leser sind zwischen 18 und 59 Jahren. In dieser Altersgruppe ist der Anteil Autofahrer am höchsten und die Konsumbereitschaft am stärksten ausgeprägt.

Die ADAC motorwelt-Leser haben Niveau

Die Reichweiten der ADAC motorwelt in den Bildungs- und Berufseliten steigen deutlich an. So lesen 45% aller Akademiker die Clubzeitschrift (das sind über 3 Millionen). Von den leitenden Angestellten/Beamten erreicht die ADAC motorwelt mehr als jeden Zweiten (53%) und von den Freiberuflern/großen Selbstständigen knapp 40%.

Die ADAC motorwelt-Leser können sich einiges leisten

Das monatliche Gesamteinkommen der ADAC motorwelt-Leser beträgt 30 Mrd. €. Gerade von den Personen in den höheren Einkommensgruppen wird die ADAC motorwelt überdurchschnittlich oft gelesen. So erreicht die ADAC motorwelt 58% der Personen mit einem Einkommen über 3.000 €.



ADAC Verlag GmbH

ADAC Verlag GmbH
Anzeigenabteilung ADAC motorwelt
Am Westpark 8
81373 München

Telefon (089) 7676-47 14
Telefax (089) 7676-47 01
anzeigen@adac.de
www.media.adac.de

Postanschrift: 81365 München
Besucheradresse/Kurierlieferungen:
Leonhard-Moll-Bogen 1
81373 München

Bankverbindung:
Bayerische Landesbank München
Konto 1 279 981, BLZ 700 500 00
IBAN: DE 19 7005 0000 0001 2799 81
BIC: BYLA DE MM

Erscheinungsweise:

monatlich, Vertrieb siehe Terminplan Punkt **5**
Vertriebsdauer ca. 1 Woche

Verkaufte Auflage:

13.821.640 (IVW-Durchschnitt 3/07 - 2/08)

PZN: 526 137

Zahlungsbedingungen:

Zahlung sofort nach Rechnungsdatum. Bei Zahlungseingang bis 14 Tage vor Vertriebsbeginn 3% Skonto, bei Zahlungseingang bis 1 Tag vor Vertriebsbeginn 2% Skonto, sofern ältere Rechnungen nicht offen stehen.

Alle Preise verstehen sich zuzüglich gesetzlicher Umsatzsteuer.

Der Verlag behält sich jederzeit das Recht vor, Vorauskasse zum Anzeigenschlusstermin zu verlangen, z. B. bei Neuaufnahme von Geschäftsverbindungen sowie bei Kleinanzeigen.

OBS: Anzeigenbuchungen können auch über das Online-Booking-System (OBS) übermittelt werden. www.obs.pz-online.de

Technische Angaben zu Druckunterlagenanlieferung:

Die aktuellen und verbindlichen technischen Angaben finden Sie unter: www.duonportal.de, auch zum Download als PDF. Voraussichtlich ab 2. Quartal 2009 können Druckunterlagen online über das Internet-Portal www.duonportal.de/Jobs geliefert werden.

Allgemeine Geschäftsbedingungen:

www.media.adac.de/AGB oder im Verlag einzusehen



Vierfarbanzeigen: 1/1 Seite € 107.200,-

Schwarzweißanzeigen: 1/1 Seite € 77.440,-

Bitte bei Farbanzeigen beachten: Der eventuelle Verzicht auf die Grundfarbe Schwarz bei der Anlage von Farbanzeigen ist ohne Einfluss auf die Berechnung der Anzeigen.

Millimeterpreis für Kleinanzeigen:

Je mm € 85,-. Fließsatz: Höhe unbegrenzt.

Gestaltete Anzeigen ab 25 mm einspaltig Berechnung nach Seitenteilen.

Anlage einer neuen Rubrik (Rubrikkopf 4 mm Höhe):

1-spaltig € 340,-, 2-spaltig € 680,-.

mm-Anzeigen können nicht zusammen mit Formatanzeigen rabattiert werden.

Nachlässe für Aufträge innerhalb Jahresfrist:

Malstaffel		Mengenstaffel			
ab 3 Anzeigen	3%	ab 3 Seiten	5%	ab 9 Seiten	15%
ab 6 Anzeigen	5%	ab 4 Seiten	6%	ab 12 Seiten	20%
ab 12 Anzeigen	10%	ab 5 Seiten	7%	ab 18 Seiten	22%
		ab 6 Seiten	10%		

Anzeigenstrecke (mehrseitig, ununterbrochen)

3 Seiten	10%	5 Seiten	18%
4 Seiten	15%	6 Seiten	20%

Nur eine der oben genannten 3 Rabattarten kann zur Anrechnung kommen. Einem vorliegenden Grundabschluss nach Mengenstaffel kann die Anzeigenstrecke eines Werbungtreibenden mengenmäßig zugerechnet werden.

Bruttoumsatzstaffel für Ad Specials (gültig für Punkt 7 bis 10)

ab 200.000 €	3%
ab 500.000 €	5%
ab 800.000 €	8%

Alle Preise zuzüglich gesetzlicher Umsatzsteuer.

4 Anzeigenformate/-preise

Größe in Seitenteilen	Satzspiegelformat		Anschnittformat		Preise in € zuzüglich gesetzlicher Umsatzsteuer		
	Breite mm	Höhe mm	Breite mm	Höhe mm	4-farbig	1–2 Zusatzfarben	schwarz-weiß
1/1	184	244	210	265	107.200,-	102.720,-	77.440,-
3/4 hoch	137	244	151	265	80.400,-	77.040,-	58.080,-
1/2 hoch	90	244	104	265	53.600,-	51.360,-	38.720,-
quer	184	120	210	130			
3/8 hoch	90	182			40.200,-	38.520,-	29.040,-
1/4 hoch einspaltig	43	244			26.800,-	25.680,-	19.360,-
hoch zweispaltig	90	120					
quer vierspaltig	184	58					
hoch einspaltig	(neben Editorial auf Anfrage)		57	265	53.600,-		
3/16 hoch einspaltig	43	182			20.100,-	19.260,-	14.520,-
1/8 hoch einspaltig	43	120			13.400,-	12.840,-	9.680,-
quer zweispaltig	90	58					
1/16 hoch einspaltig	43	58			8.150,-	7.050,-	4.840,-
quer zweispaltig	90	27					
1/32	43	27			4.880,-	3.940,-	2.420,-
Formate mit Bunddurchdruck							
2/1	392	244	420	265	214.400,-	205.440,-	154.880,-
2x1/2	392	120	420	130	107.200,-	102.720,-	77.440,-

Sonderformate auf Anfrage

Schnittreserve und Beschnittabstand siehe DUON-Portal

Anzeigen < 1/2 Seite werden grundsätzlich im Kleinanzeigenteil veröffentlicht. Ausnahmen nur strukturbedingt möglich.

5 Terminplan

Heft- nummer	Monat	Vertriebsbeginn		Anzeigenschluss Letzter Tag für Disposition und Rücktritt für alle Anzeigen, Beilagen, Beihefter	Druckunterlagenchluss		Anlieferung Beilagen/Beihefter
		Tag	KW		Farb- anzeigen	Schwarzweiß- anzeigen	
02/2009	Februar	30.01.2009	5	30.12.2008	30.12.2008	16.01.2009	26.01.2009
03/2009	März	27.02.2009	9	30.01.2009	30.01.2009	13.02.2009	23.02.2009
04/2009	April	27.03.2009	13	27.02.2009	27.02.2009	13.03.2009	23.03.2009
05/2009	Mai	24.04.2009	17	27.03.2009	27.03.2009	08.04.2009	20.04.2009
06/2009	Juni	29.05.2009	22	30.04.2009	30.04.2009	15.05.2009	25.05.2009
07/2009	Juli	26.06.2009	26	29.05.2009	29.05.2009	12.06.2009	22.06.2009
08/2009	August	31.07.2009	31	03.07.2009	03.07.2009	17.07.2009	27.07.2009
09/2009	September	28.08.2009	35	31.07.2009	31.07.2009	14.08.2009	24.08.2009
10/2009	Oktober	25.09.2009	39	28.08.2009	28.08.2009	11.09.2009	21.09.2009
11/2009	November	30.10.2009	44	02.10.2009	02.10.2009	16.10.2009	26.10.2009
12/2009	Dezember	27.11.2009	48	30.10.2009	30.10.2009	13.11.2009	23.11.2009
01/2010	Januar	18.12.2009	51	20.11.2009	20.11.2009	04.12.2009	14.12.2009

6 Teilbelegung

Belegungsgebiete:

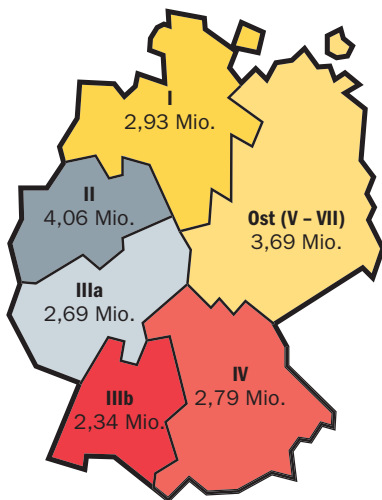
nach Lesern (MA 2008/II)

West	14,81 Mio.
Nord	6,99 Mio.
Süd	7,83 Mio.
Ost	3,69 Mio.

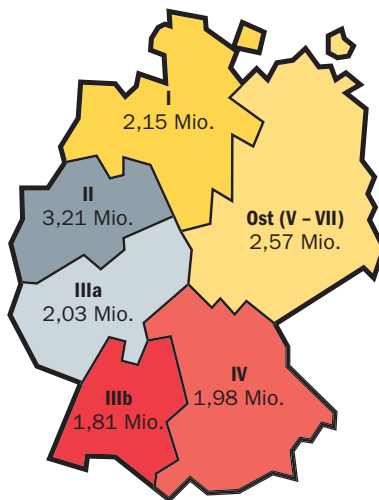
nach Druckauflage

West	ca. 11,18 Mio.
Nord	ca. 5,36 Mio.
Süd	ca. 5,82 Mio.
Ost	ca. 2,57 Mio.

Leser



Druckauflage ca.



Belegungsmöglichkeiten:

Teilbelegung ist nach Nielsengebieten möglich. Das Gebiet Ost (V, VI und VII) kann nur gesamt belegt werden. Weitere Belegungsmöglichkeiten sind Nord (Nielsen I, II), Süd (Nielsen IIIa, IIIb, IV) und West (Nielsen I – IV). Geringfügige Abweichungen von den Gebietsgrenzen sind aus vertriebstechnischen Gründen nicht ausgeschlossen.

Formate:

Mindestformat 1/1 Seite.

Anzeigenschluss-, Rücktritts- und Druckunterlagen-schlussstermine:

siehe Terminplan Punkt **5**

Nachlässe:

Mengenstaffel laut Preisliste Gesamtausgabe siehe Punkt **3**

Aufträge für die einzelnen Teilausgaben oder jede Kombination von Teilausgaben werden gesondert rabattiert. Bei Belegung der Gesamtausgabe und zusätzlicher Insertion in Teilausgaben werden die in der Gesamtausgabe erschienenen Anzeigen bei den Abschlüssen für Teilausgaben mitgezählt.

Zahlungsbedingungen:

gemäß den Zahlungsbedingungen für die Gesamtausgabe siehe Punkt **2**

6 Teilbelegung Anzeigenformate/-preise

Größe	Verbreitungsgebiet	Satzspiegelformat		Anschnittformat		Preise in € zuzüglich gesetzlicher Umsatzsteuer		
		Breite mm	Höhe mm	Breite mm	Höhe mm	4-farbig	1–2 Zusatz- farben	schwarz- weiß
1/1	West (Nielsen I – IV)	184	244	210	265	94.200,-	89.800,-	67.500,-
	Ost (Nielsen V – VII)	184	244	210	265	28.200,-	26.900,-	20.200,-
	Nord (Nielsen I, II)	184	244	210	265	48.800,-	46.500,-	35.000,-
	Süd (Nielsen IIIa, IIIb, IV)	184	244	210	265	52.100,-	49.700,-	37.350,-
	Nielsen I	184	244	210	265	23.400,-	22.400,-	16.900,-
	Nielsen II	184	244	210	265	34.800,-	33.200,-	24.900,-
	Nielsen IIIa	184	244	210	265	22.300,-	21.300,-	16.000,-
	Nielsen IIIb	184	244	210	265	19.800,-	18.900,-	14.200,-
	Nielsen IV	184	244	210	265	21.900,-	20.900,-	15.700,-
Formate mit Bunddurchdruck								
2/1	West (Nielsen I – IV)	392	244	420	265	188.400,-	179.600,-	135.000,-
	Ost (Nielsen V – VII)	392	244	420	265	56.400,-	53.800,-	40.400,-
	Nord (Nielsen I, II)	392	244	420	265	97.600,-	93.000,-	70.000,-
	Süd (Nielsen IIIa, IIIb, IV)	392	244	420	265	104.200,-	99.400,-	74.700,-
	Nielsen I	392	244	420	265	46.800,-	44.800,-	33.800,-
	Nielsen II	392	244	420	265	69.600,-	66.400,-	49.800,-
	Nielsen IIIa	392	244	420	265	44.600,-	42.600,-	32.000,-
	Nielsen IIIb	392	244	420	265	39.600,-	37.800,-	28.400,-
	Nielsen IV	392	244	420	265	43.800,-	41.800,-	31.400,-

Schnittreserve und Beschnittabstand siehe DUON-Portal

Preise, Belegungsmöglichkeiten und technische Details auf Anfrage oder unter www.media.adac.de/adspecials

Anzeigensplit bedeutet Aufteilung desselben Anzeigenplatzes auf zwei Motive gleichen Formates.

Neben den in den Punkten **7** bis **10** aufgeführten Ad Specials

- Anzeigensplit,
- Beihefter (Prospekt),
- Durchhefter (Prospekt, Postkarten),
- Beilagen,
- Postkartenbeikleber

... können weitere Ad Specials realisiert werden, z.B.:

- Gatefolder,
- Umhefter,
- Prospekt-Beikleber (Booklet),
- Beikleber mit Inhalt und Warenproben,
- CD-ROM

Weiterführende Informationen über Preise, Belegungsmöglichkeiten und technische Details von Sonderwerbeformen:

www.media.adac.de/adspecials

Mindestformat: 1/2 Seite

Splitmöglichkeiten:

1. mechanischer Split
Zwei verschiedene Motive werden im Wechsel auf die Auflage verteilt.
2. geographischer Split
Motiv A in einem oder mehreren Teilbelegungsgebieten, Motiv B in den restlichen Teilbelegungsgebieten.
Definition der Teilbelegungsgebiete siehe Punkt **6**

Technische Kosten:

Schwarzweißanzeigen:	€ 3.000,-
Mehrfarbanzeigen (1 – 2 Zusatzfarben):	€ 8.500,-
Vierfarbanzeigen:	€ 14.000,-

Die technischen Kosten sind provisions-, jedoch nicht rabattfähig.

Auftrags-, Rücktritts- und Druckunterlagentermine:

siehe Terminplan Punkt **5**

Belegungsmöglichkeiten:

Gesamtausgabe

Alle Preise zuzüglich gesetzlicher Umsatzsteuer.

8 Postkartenbeikleber

Postkartenbeikleber werden auf eine Trägeranzeige aufgeklebt. Bei Auftragserteilung ist die Vorlage eines Musters (6fach) erforderlich. Der Inhalt ist mit dem Verlag abzustimmen. Bei eventuell auftretenden Verarbeitungsschwierigkeiten hat die Fertigstellung der Auflage Vorrang gegenüber der Beiklebung.

Beikleberpreise:

(je angefangene tausend Exemplare)

Gesamtauflage: € 15,-.

Teilaufgabe: Preisaufschlag € 2,-

Mindestauflage: 1 Druckstandort, siehe Punkt **10**

Postkartenbeikleber sind nur in Verbindung mit einer Anzeigenseite (1/1 Seite) möglich.

Die Preise können sich erhöhen, wenn die Beschaffenheit der Beikleber die Verarbeitung erschwert bzw. das kalkulierte Gewicht überschritten wird und Mehrkosten verursacht werden.

Beikleber sind provisions- und rabattfähig gemäß Bruttoumsatzstaffel.

Anzeigenpreise: siehe Punkt **4**

Anzeigenschluss-, Rücktritts- und Anlieferungstermine:

siehe Terminplan Punkt **5**

Verarbeitungszuschuss:

2% zuzüglich zur Auflagenmenge.

Alle Preise zuzüglich gesetzlicher Umsatzsteuer.

Belegungsmöglichkeiten:

Gesamtauflage (ca. 13,8 Mio. Exemplare)

Teilaufgaben auf Anfrage.

Die endgültige Auflagenmenge muss vor Drucklegung der Beikleber abgestimmt werden. Eine bestimmte Platzierung der Trägeranzeige kann im Voraus nicht zugesagt werden.

Beikleberformat:

Mindestformat: (BxH) 140 x 90 mm

Höchstformat: (BxH) 170 x 120 mm

Die Breite der Postkarte muss mindestens das 1,41fache ihrer Höhe betragen.

Papiergewicht: 150 – 170 g/qm

Technische Details:

Leimstreifen auf Beiklebern grundsätzlich parallel zum Bund des Trägerproduktes. Allgemeine Richtlinien über die Beschaffenheit der Beikleber auf Anfrage. Eventuelle Probeläufe mit 500 Testmustern bleiben vorbehalten.

Anlieferung:

Lieferanschriften und allgemeine Hinweise zur Verpackung siehe Punkt **10**

Beihefter und Durchhefter sind fest in die Zeitschrift eingehaftete Drucksachen/Prospekte. Sie werden gedruckt angeliefert. Beihefter sind in der Heftmitte platziert. Beim Durchhefter liegt die eine Hälfte im vorderen, die andere Hälfte im hinteren Heftteil. Bei Auftragserteilung ist die Vorlage eines Musters (6fach) bzw. eines verbindlichen Entwurfs erforderlich. Der Inhalt ist mit dem Verlag abzustimmen.

Beihefterpreise:

(je angefangene tausend Exemplare)

Gesamtauflage:

4-seitig	€ 24,-	16-seitig	€ 40,-
8-seitig	€ 30,-	20-seitig	€ 44,-
12-seitig	€ 36,-		

Teilaufgabe: Preiszuschlag € 3,-

Mindestauflage: 2 Teilbelegungsgebiete, siehe Punkt **10**

Durchhefterpreise:

(je angefangene tausend Exemplare)

Gesamtauflage:

4-seitig (2 Partner) € 16,- pro Partner

Teilaufgabe: Preiszuschlag € 2,- pro Partner

Mindestauflage: 1 Druckstandort, siehe Punkt **10**

Beihefter und Durchhefter dürfen keine Fremdanzeigen oder Angebote anderer Firmen enthalten (Ausnahme: Verbund-Beihefter – auf Anfrage möglich) und nicht den Charakter dieser Zeitschrift haben. Bei eventuell auftretenden Verarbeitungsschwierigkeiten hat die Fertigstellung der Auflage Vorrang gegenüber der Beiheftung.

Postkarten-Durchhefterpreise:

(je angefangene tausend Exemplare)

Gesamtauflage:

4-seitig (2 Partner) € 14,- pro Partner (ohne Anzeige)

4-seitig (2 Partner) € 12,- pro Partner bei Abnahme 1/2 Anzeigenseite

4-seitig (2 Partner) € 10,- pro Partner bei Abnahme 1/1 Anzeigenseite

Teilaufgabe: Preiszuschlag € 2,- pro Partner

Mindestauflage: 1 Druckstandort, siehe Punkt **10**

Die Anzeigenplatzierung erfolgt beim Durchhefter.

Anzeigenpreise: siehe Punkt **4**

Die Preise können sich erhöhen, wenn die Beschaffenheit der Beihefter/ Durchhefter die Verarbeitung erschwert bzw. das kalkulierte Papiergewicht überschritten wird und Mehrkosten verursacht werden.

Beihefter sowie Durchhefter sind provisions- und rabattfähig gemäß Bruttoumsatzstafel.

Belegungsmöglichkeiten:

Gesamtauflage (ca. 13,8 Mio. Exemplare) und Teilaufgabe auf Anfrage.

Die endgültige Auflagenmenge muss vor Drucklegung der Beihefter abgestimmt werden.

Anzeigenschluss-, Rücktritts- und Anlieferungstermine:

siehe Terminplan Punkt **5**

Verarbeitungszuschuss:

2% zuzüglich zur Auflagenmenge

Beihefter-/Durchhefterformate/Papiergewicht:

Mindestformat unbeschnitten: (BxH) 100/120 (Nachfalz) x 148 mm
inklusive 3 mm Kopfbeschnitt

Höchstformat unbeschnitten: (BxH) 213/220 (Nachfalz) x 271 mm

Papiergewicht (Mindestgewicht bei vollem Heftformat):

4-seitig: 80 g/qm 12-seitig: 48 g/qm 20-seitig: 48 g/qm

8-seitig: 60 g/qm 16-seitig: 48 g/qm

Postkarten-Beihefterformate/Papiergewicht:

Unbeschnittenes Format: (BxH) 213/220 (Nachfalz) x 115 mm

Beschnittenes Format: (BxH) 210 x 112 mm

Papiergewicht: 150 – 170 g/qm Postkartenkarton

Technische Details:

Beschnittzugabe: 3 mm zuzüglich 7 mm Nachfalz, 3 mm oben/unten.
Bei Postkartendurchheftern entfällt die Beschnittzugabe unten.

Beschnittabstand/Sicherheitsabstand: Elemente des Beihefters bzw. Durchhefters, die nicht angeschnitten werden sollen, müssen zum beschnittenen Format einen Mindestabstand von je 5 mm oben und unten, je 10 mm rechts und links außen sowie je 5 mm vom Bund haben. Eventuelle Probeläufe mit 500 Testmustern bleiben vorbehalten.

Die Anlieferung ist im unbeschnittenen Format zur Weiterverarbeitung mit Kopfanlage erforderlich. Mehrseitige Beihefter müssen im Kreuz-, Wickel- oder Mittenfalz gefertigt sein und dürfen nicht mit Drahtklammern vorgeheftet sein. Beihefter müssen sorgfältig und gleichmäßig gefalzt werden, der Falz stets in Laufrichtung des Papiers liegen. Bei Produkten mit unterschiedlich bemaßten Blattbreiten liegt der schmalere Teil vorn (Kopfanlage); im Verhältnis 1/2 zu 1/1, wobei das Maß des schmaleren Teiles in der Breite mindestens 100 mm betragen muss. Allgemeine Richtlinien über die Beschaffenheit der Beihefter/Durchhefter auf Anfrage.

Anlieferung:

Lieferanschriften und allgemeine Hinweise zur Verpackung siehe Punkt **10**

Beilagen sind der Zeitschrift lose beigefügte Drucksachen. Bei Auftragserteilung ist die Vorlage eines Musters (6fach) bzw. eines verbindlichen Entwurfs erforderlich. Der Inhalt ist mit dem Verlag abzustimmen. Beilagen dürfen keine Fremdanzeigen oder Angebote

Beilagenpreise:

(je angefangene tausend Exemplare)

Gesamtauflage:

Einzelgewicht bis:

20 g € 30,-	35 g € 45,-	50 g € 62,-
25 g € 35,-	40 g € 50,-	55 g € 68,-
30 g € 40,-	45 g € 56,-	60 g € 74,-

Teilauflage:

Bei mindestens 3 komplett belegten Teilbelegungsgebieten
Preisauflschlag € 2,-.

Bei weniger als 3 komplett belegten Teilbelegungsgebieten
Preisauflschlag € 4,-.

Definition der Teilbelegungsgebiete siehe Grafik unten.

Regionale Selektion (innerhalb eines Teilbelegungsgebiets):
auf Anfrage

Zielgruppenselektion: auf Anfrage

Die Preise können sich erhöhen, wenn die Beschaffenheit der Beilagen die Verarbeitung erschwert und Mehrkosten verursacht werden. Beilagen sind provisions- und rabattfähig gemäß Bruttoumsatzstafel.

anderer Firmen enthalten (Ausnahme: Verbund-Beilagen – auf Anfrage möglich) und nicht den Charakter dieser Zeitschrift haben. Bei eventuell auftretenden Verarbeitungsschwierigkeiten hat die Fertigstellung der Auflage Vorrang gegenüber der Beilegung.

Anzeigenschluss-, Rücktritts- und Anlieferungstermine:

siehe Terminplan Punkt **5**

Verarbeitungszuschuss: 1-2% zuzüglich zur Auflagenmenge

Belegungsmöglichkeiten:

Gesamtauflage (ca. 13,8 Mio. Exemplare).
Teilauflagen auf Anfrage. Die endgültige Auflagenmenge muss vor Drucklegung der Beilagen abgestimmt werden.
Beilagenposition: Eine bestimmte Platzierung ist nicht möglich.
Bei Gesamtbelegung maximal 3 Beilagenmotive, bei Belegung von Teilauflagen nur 1 Beilagenmotiv möglich.

Beilagenformate:

Mindestformat: (BxH) 105 x 148 mm
Höchstformat: (BxH) 190 x 245 mm

Papiergewicht (Mindestgewicht):

2-seitig 115 g/qm
4-seitig 80 g/qm
8-seitig 60 g/qm

Alle Preise zuzüglich gesetzlicher Umsatzsteuer.

Technische Details:

Beilagen müssen aus einem Teil bestehen oder durch Umschlag, Hefung oder Klebung so zusammengehalten werden, dass sie als ein Teil verarbeitet werden können. Bei mehrseitigen Beilagen muss die längste geschlossene Kante der Beilage (im Allgemeinen der Bund) parallel zum Bund des Trägerobjekts liegen und können nur als Kreuz-, Wickel- oder Mittenfalz verarbeitet werden. Beilagen mit Umfängen unter 16 Seiten sollten mit einer Falzleimung versehen sein. Allgemeine Richtlinien über die Beschaffenheit der Beilagen auf Anfrage. Eventuelle Probeläufe mit 500 Testmustern bleiben vorbehalten.

Lieferanschriften nach Druckstandort:

■ Teilbelegungsgebiete Nielsen I und Ost

PRINOVIS Nürnberg GmbH & Co. KG,
Warenannahme Tiefdruck,
Breslauer Str. 300, 90471 Nürnberg
Kontakt: Herr Bernd Bals
Tel. (09 11) 80 03 475
bernd.bals@nuernberg.prinovis.com

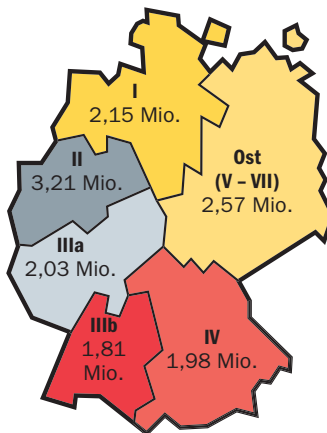
■ Teilbelegungsgebiete Nielsen II und IIIa

Tiefdruck Schwann-Bagel GmbH & Co. KG
Versand Tiefdruck
Grunewaldstr. 59, 41066 Mönchengladbach
Kontakt: Herr Martin Görich
Tel. (0 21 61) 69 22 67 oder -3 03 14 12
martin.goerich@tsb.de

■ Teilbelegungsgebiete Nielsen IIIb und IV

Burda Druck GmbH
Rampe Neubau
Hauptstr. 130, 77652 Offenburg
Kontakt: Herr Herbert Bahr
Tel. (07 81) 84 25 06
herbert.bahr@burda.com

Teilbelegungsgebiete
und Druckauflage
nach Druckstandort



Allgemeine Hinweise zur Verpackung und Anlieferung:

Je nach Beschaffenheit des Produktes in Kartons verpackt und/oder auf Paletten gestapelt. Beiprodukte müssen gemäß den Richtlinien des Bundesverbandes Druck einwandfrei verarbeitet sowie verpackt werden. Aneinanderhaften durch elektrostatische Einflüsse, klebende Farben, feucht gewordene Exemplare, Stanzungen oder Perforationen mit stumpfen Werkzeugen sind ohne manuelle Eingriffe nicht zu verarbeiten und verursachen Mehrkosten. Beiprodukte sind ohne umgeknickte Ecken, Quetschfalten und verlagerte Rücken anzuliefern. Entsprechende Mängel können zu einer Leistungsminderung und entsprechenden Mehrkosten führen. Eine Banderolierung mittels Gummiband oder Papierstreifen ist zu vermeiden. Eine industrielle Weiterverarbeitung auch auf Hochleistungsmaschinen muss ohne zusätzliche manuelle Eingriffe möglich sein. Die Anlieferung erfolgt frei Haus nach Absprache an die Druckerei. Jede Anlieferung muss mindestens 24 Stunden vor Lieferung angekündigt werden. Nicht avisierte Sendungen werden entsprechend der verfügbaren Wareneingangskapazitäten angenommen und entladen. Eine Wareneingangskontrolle findet nicht statt.

Begleitpapiere müssen mit genauer Stückzahl und dem Hinweis „Objekt/ Nr.../Gebiet/ Stückzahl/ Palettennummer/ Auftraggeber/ Absender/Produkt/Codierung“ gekennzeichnet sein. An jeder Verpackungseinheit ist dieser Hinweis und je ein Muster des Beiprodukts sichtbar an allen 4 Seiten anzubringen.

Kartons (– für Warenproben u.ä. – max. Länge 38 cm): In gleicher Richtung, unverschränkt liegend spielfrei, durch Zwischenstege und -bögen aus Papier oder Pappe gegen Verrutschen geschützt und mit einer Griffhöhe von 10 cm bis 12 cm zu verpacken.

Paletten: Die Palettierung muss auf unbeschädigten EPAL-Europaletten erfolgen. Die Ware ist mit Umreifungsbändern möglichst aus Polyethylen gegen Verrutschen zu sichern. Innerhalb der Lage liegen die Beiprodukte in gleicher Richtung, unverschränkt. Jede Lage wird mittels Zwischenbögen (mindestens 2 mm Stärke) voneinander getrennt. Paletten-Stapelung maximal 80 x 120 cm, Gewicht maximal 1.050 kg und Höhe maximal 135 cm, inklusive Palette. Die Palettensicherung muss eine Deformierung der Beiprodukte ausschließen und diese gegen Feuchtigkeit schützen.

11 Ansprechpartner

Verlag

Geschäftsführer

Dr. Carsten C. Hübner

Gesamtanzeigenleiter

Ulrich Witt
Telefon (0 89) 76 76 47 13
ulrich.witt@adac.de

Leiter Anzeigenmarketing

Christian Krause
Telefon (0 89) 76 76 60 55
christian.krause@adac.de

Leitung Anzeigenabwicklung

Hannelore Stadler
Telefon (0 89) 76 76 62 12
hannelore.stadler@adac.de

Lutz Sonntag
Telefon (0 89) 76 76 62 41
lutz.sonntag@adac.de

Leiter Anzeigenverkauf/ Verkaufsleiter Kfz-Bereich

Josef Eisenberger
Telefon (0 89) 76 76 60 35
josef.eisenberger@adac.de

Verkaufsleiter Touristik und Dienstleistungen

Harald Huber
Telefon (0 89) 76 76 60 52
harald.huber@adac.de

Verkaufsleiter Markenartikel

Ulrich Weise
Telefon (0 89) 76 76 60 40
ulrich.weise@adac.de

Verlagsbüros

Nielsen I, V – VII

Rüdiger Ritschel
Verlags-Mediaservice GmbH
Nicole Simons
Fontenay 1c
20354 Hamburg
Telefon (0 40) 22 72 25-0
Telefax (0 40) 22 72 25-10
info@vsritschel.de

Nielsen II

imedia
Medienvertretungs GmbH
Friedrich Sülteimeier/
Margarete Neumann
Bastionstraße 6a
40213 Düsseldorf
Telefon (02 11) 8 62 99 70
Telefax (02 11) 13 24 10
adac@imedia-net.de

Nielsen III a

Armin Müller-Merkert
Mediaservice
Armin Müller-Merkert/
Günther Beeg
Finkenhofstraße 27
60322 Frankfurt
Telefon (0 69) 59 06 74
Telefax (0 69) 5 96 32 09
mueller-merkert@t-online.de

Nielsen III b

Rainer Kölln
Mediaservice GmbH
Rainer Kölln
Weinbergweg 3
70825 Korntal-Münchingen
Telefon (07 11) 83 99 77-0
Telefax (07 11) 83 99 77-55
koelln.mediaservice@web.de

Nielsen IV

Horst Decker Mediaservice GmbH
Patrick Kittler
Hanauer Straße 58
80992 München
Telefon (0 89) 15 50 51
Telefax (0 89) 15 44 88
adac@decker-services.de

Verlagsbüro Touristik

Nielsen I, III a, IV, VI

(außer Brandenburg)
Horst Decker Mediaservice GmbH
Sabine Kittler/Eva Grzeschik
Hanauer Straße 58
80992 München
Telefon (0 89) 15 50 51
Telefax (0 89) 15 44 88
adac@decker-services.de

Nielsen III b

Touristikwerbung KW
Kerstin Wießner
Rheinstraße 36
77815 Bühl
Telefon (0 72 23) 95 36 01
Telefax (0 72 23) 95 36 02
k.wiessner@touristik-kw.de

Verlagsbüros Ausland Verlagsbüros Touristik Ausland

Frankreich

Leadermedia
Pierre-André Obé
125 avenue des Champs Elysées
F-75008 Paris
Telefon +33 (1) 53 57 69 13
Telefax +33 (1) 53 57 69 15
p.obe@leadermedia.fr

USA

Publicitas North America Inc.
330 Seventh Avenue,
5th Floor
New York, N.Y. 10001
Telefon +1 (2 12) 5 99 50 57
Telefax +1 (2 12) 5 99 82 98
ppn-newyork@publicitas.com

Dänemark/Schweden/ Norwegen

Heinrich Sellhorn oHG
Jens Jensen
Spaldingstraße 110 A
20097 Hamburg
Telefon +49 (40) 2 38 83 30
Telefax +49 (40) 23 10 20
info@sellhorn.de

Österreich/Schweiz/ Kroatien/Slowenien

IGL Werbedienst GmbH
Günter Kinzel/
Emmerich Pfeffer
Jahnstraße 19
A-5021 Salzburg
Telefon +43 (6 62) 45 36 15
Telefax +43 (6 62) 45 20 38
office@igl.at

Spanien

Servicios Turísticos
Heinze Latzke S.A.
Calle Ángel 31, 3°
E-08017 Barcelona
Telefon +34 (93) 2 80 40 44
Telefax +34 (93) 2 05 63 90
info@servitur-heinze.com

Italien I

Übernachtungen, lokaler
Fremdenverkehr (außer Südtirol,
Trentino, Belluno)
A. Janetzki s.r.l.
Giancarlo Janetzki
Viale Pio VII, 45 - 49r
I-16148 Genova-Quarto
Telefon +39 (0 10) 38 17 59
Telefax +39 (0 10) 38 35 81
janetzki@janetzki.it

Italien II

Überregionaler/regionaler
Fremdenverkehr (außer Südtirol,
Trentino, Belluno)
Publitour S.p.A.
Paolo Esposito
Via Cassette di Sotto, 13
I-37060 Palazzolo di Sonà (VR)
Telefon +39 (0 45) 6 09 16 11
Telefax +39 (0 45) 6 08 23 06
commeciale@publitour.it

USA

America Live, Inc
René Welti
5070 Johns Creek Ct., Suite 100
USA-Alpharetta, GA 30022
Telefon +1 (770) 4 48-44 79
Telefax +1 (770) 4 48-46 19
rwelti@americaliveads.com



ADAC Verlag GmbH