

Audi

magazin



Mediadaten 2009

Preise & Formate

Deutsche Ausgabe

Größe in Seitenanteilen	Preise in €		Satzspiegel-Format		Anschnitt-Format	
	schwarzweiß	farbig	Breite mm	Höhe mm	Breite mm	Höhe mm
1 / 1 Seite	11.000,-	13.800,-	-	-	230	300
2 / 3 hoch	8.000,-	10.200,-	-	-	134	300
2 / 3 quer	8.000,-	10.200,-	189	174	230	194
1 / 2 hoch	6.400,-	8.000,-	-	-	112	300
1 / 2 quer	6.400,-	8.000,-	189	130	230	150
1 / 3 hoch	4.600,-	5.800,-	-	-	80	300
1 / 3 quer	4.600,-	5.800,-	189	102	230	122
2 / 1 über Bund	20.400,-	25.700,-	-	-	460	300
4. Umschlagseite	-	14.700,-	-	-	230	300

Alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.

Termine

Ausgabe	Erscheinungstermin	Anzeigenschluß Rücktrittstermin	Druckvorlagen Anlieferung	Beilagen, Beihefter, Aufkleber Anlieferung
1 / 2009	06. März 2009	30. Januar 2009	09. Februar 2009	18. Februar 2009
2 / 2009	29. Mai 2009	15. April 2009	24. April 2009	04. Mai 2009
3 / 2009	18. September 2009	10. August 2009	21. August 2009	26. August 2009
4 / 2009	13. November 2009	02. Oktober 2009	09. Oktober 2009	21. Oktober 2009

Das Audi MAGAZIN erscheint in rund 35 weiteren Länder-Ausgaben.
Attraktive Rabatt-Kombinationen!

Sonderwerbformen & Technik



Technische Bedingungen: Elemente der Anzeige, die nicht angeschnitten werden sollen, müssen einen Abstand von mindestens 8 mm zur Formatbegrenzung haben. Aufgrund der Klebebindung ist im Bund ein Abstand von Elementen der Anzeige, die sichtbar sein müssen, von mindestens 10 mm zur Formatbegrenzung erforderlich.

Farbanzeigen: Werden bei Formaten mit Bunddurchdruck die Zusatzfarben auf beiden Heftseiten unterschiedlich genutzt, so erfolgt die Berechnung für jede Heftseite getrennt zu den für Teilformate geltenden Tarifpreisen. Farbtöne, die nicht mit den Farben der verwendeten Eurokala zu erreichen sind, werden gesondert berechnet. Der eventuelle Verzicht auf die Grundfarbe Schwarz bei der Anlage von Farbanzeigen ist ohne Einfluss auf die Berechnung. Geringe Tonwertabweichungen sind in den technischen Gegebenheiten des Offset-Verfahrens begründet.

Druckvorlagen: Digitale Daten: Angelegt in CMYK-Modus unsepariert, UCR: Gesamtfarbaddeckung = 300%, Bildbestandteil 120 L/cm. Farbverbindliches Proof oder Andruck werden benötigt.


Datenanlieferung: PDF 1.3, 1.4 + 1.5. Farbbasis aller digital erstellten Vorlagen ist die Eurokala. Digitalproof im Originalformat als Arbeitsgrundlage/Dokumentation auf dem jeweiligen Papier. Sämtliche Dateien sind als Postscript anzuliefern oder als PDF/TIFF-IT (USA). DTP-Dateien auf CD-ROM. Andere Datenträger nach Vereinbarung. Aus rechtlichen Gründen ist es notwendig, die verwendeten Textfonts bekanntzugeben. AFM-Dateien sowie alle Schriften sind mitzuliefern.

Abwicklung: Angeliferte Daten müssen den Fertigungsbedingungen der Druckerei entsprechen, da sie unverändert verarbeitet werden. Die Verantwortung für Farb- und Tonwerte sowie für die sachliche Richtigkeit liegt beim Auftraggeber. Das mitgelieferte Proof dient nur als Information für die sachliche Richtigkeit.

Herausgeber und Verlag: AUDI AG, Objektleiter: Liane Scheinert, Ulrich Schwarze
Abt. I/VM-62, 85045 Ingolstadt

Anzeigenmarketing: Horst Decker Mediaservice GmbH
Geschäftsführer: Patrick Kittler
Hanauer Str. 58, 80992 München

Erscheinungsweise: 1/4 jährlich (siehe Terminplan)

Druckauflage: 455.000 (IVW III/08)
Verbreitete Auflage: 442.506 (IVW III/08) inkl. Kiosk-Ausgabe 

Heftformat: 230 x 300 mm
Bunddurchdruck: Bundüberlappung von 5 mm je Seite innerhalb des Formats notwendig
Anschnitt: alle Seiten 5 mm

Druckverfahren Umschlag: Bogenoffset ISO coated 27L
Druckverfahren Inhalt: Rollenoffset ISO coated 39L

Papiersorte: Bilderdruck holzfrei, weiß, glänzend



Zahlungsbedingungen:

Sofort nach Rechnungsstellung ohne Abzug. Bei Bankeinzug oder Vorauszahlung 2% Skonto. Sofern Rechnungen offenstehen, kann kein Skonto eingeräumt werden.

Nachlässe:

Mengenstaffel:		Malstaffel:	
2 Seiten	5%	3 Anzeigen	3%
4 Seiten	10%	4 Anzeigen	5%
8 Seiten	15%		

Nachlässe gelten innerhalb eines Insertionsjahres. Nachbelastungen und Gutschriften werden nach der tatsächlich abgenommenen Menge am Ende des Insertionsjahres abgerechnet. Erweiterte Mengenstaffel und Wechsel zwischen Mengen- und Malstaffel auf Anfrage.

Mittlervergütung: 15% (auch Ausland)

Ad Specials

Beilagen: Bis 25g: 110,- €/Tsd., je weitere 5g: 10,- €/Tsd.

Preise gelten je angefangene tausend Exemplare, inklusive Portomehrkosten, zzgl. Mwst. Keine Nachlässe. Mindestauflage: 100.000 Stück. Belegung nach PLZ. Mindestformat: 90 x 140 mm, Höchstformat: 215 x 290 mm.

Versandanschrift für Beilagen:

Sigloch Distribution GmbH, Tor 6-10, Am Buchberg 8, 74572 Blauffelden.
Lieferung frei Haus. Deutliche Kennzeichnung: Audi MAGAZIN: Ausgabe/Insertent.

Beihefter:	2 Seiten	12.300,- €	8 Seiten	30.100,- €
	4 Seiten	19.300,- €	12 Seiten	39.200,- €
	6 Seiten	24.300,- €	16 Seiten	53.200,- €

Nur Gesamtauflage. Keine Nachlässe. Format 230 x 300 mm. Beschnittzugabe an Kopf, Fuß und außen 5 mm. Fräsrand Bund 5 mm. Mehrseitig und Sonderformate auf Anfrage.

Aufkleber:

Mindestformat 1/1 Seite (Trägeranzeige), rabattfähig.
Postkarte: 48,- €/Tsd.
Briefumschlag: 53,- €/Tsd.
Booklet: 58,- €/Tsd.

Preise Aufkleber gelten je angefangene tausend Exemplare, inklusive Portomehrkosten, zzgl. Mwst. Keine Nachlässe. Trägeranzeige nur in der Gesamtauflage möglich. Mindestauflage Aufkleber: 100.000 Stück. Belegung nach PLZ. Mindestformat: 90 x 140 mm, Höchstformat: 215 x 290 mm.

Bitte beachten Sie bei Beilagen, Beiheftern und Aufklebern: Bei Auftragserteilung sind 10 Muster erforderlich, die für die maschinelle Verarbeitung geeignet sein müssen. Anfallende Beschnitt- und Falzarbeiten werden gesondert berechnet. Bei Beilagen und Beiheftern mit Produkten wirtschaftlich unabhängiger Firmen: Zuschlag auf Anfrage.

Versandanschrift für Beihefter, Aufkleber:

H. Wennberg GmbH Großbuchbinderei, Tafinger Str. 15, D-71665 Vaihingen/Ens.
Lieferung frei Haus. Deutliche Kennzeichnung: AUDI Magazin: Ausgabe/Insertent.



Ihre Ansprechpartner

Anzeigenmarketing:



Repräsentanz für Nielsen I: Dirk Struwe Medienvermarktung

Poelchaukamp 8
22301 Hamburg
Telefon 040 / 28 05 80 80
Telefax: 040 / 28 05 80 89
info@struwe-media.de

Repräsentanz für Nielsen II: vms Verlags-Media-Service Heribert Unterfeld GmbH

Benrodestraße 45
40597 Düsseldorf
Telefon 0211 / 65 02 38-0
Telefax 0211 / 71 46 50
info@unterfeld-media.de

Horst Decker Mediaservice GmbH

Hanauer Str. 58
80992 München

Telefon 089 / 15 50 51
Telefax 089 / 15 44 88

audi@decker-services.de
www.decker-services.de

Geschäftsführung:
Patrick Kittler

Anzeigenleitung:
Marian Philipp Pracht

Anzeigendisposition:
Sabine Kittler

Repräsentanz für Nielsen IIIa: Armin Müller-Merkert Medienservice

Finkenhofstraße 27
60322 Frankfurt/Main
Telefon 069 / 59 06 74
Telefax 069 / 596 32 09
Mueller-Merkert@t-online.de

Repräsentanz für Österreich: (Hotel- / Tourismuswerbung) TMS GmbH / Günter Kinzel

Jahnstrasse 19
A-5020 Salzburg
Telefon 0043 / (0) 512 / 890 481
Telefax 0043 / (0)512/ 890 481 10
office@tms-media.at

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

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

2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. 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 Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen. Der Werbungtreibende hat rückwirkend Anspruch auf den, seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Nachlaß, wenn er zu Beginn der Frist einen Auftrag abgeschlossen hat, der auf Grund der Preisliste zu einem Nachlaß von vornherein berechtigt.

4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, beschadet 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 Abnahme von Anzeigen und Fremdbeilagen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift wird keine Gewähr geleistet, es sei denn, daß der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrages ausdrücklich davon abhängig gemacht hat. Der Ausschuß von Mitbewerbern kann nur für zwei gegenüberliegende Seiten vereinbart werden.

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

7. Der Verlag behält sich vor, rechtsverbindlich bestätigte Aufträge sowie einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetz oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Moders der Beilage und dessen Billigung bindend. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

8. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckerunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckerunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Bei fehlerhaften Wiederholungsanzeigen wird kein Nachlaß oder Rabatt gewährt, sofern der Besteller trotz rechtzeitiger Belegvorlage nicht vor der nächsten Einschaltung auf den Fehler hinweist.

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 bei 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 angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluß und unerlaubter Handlung sind - auch bei telefonischer Auftragserteilung - ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach in den voraussehbaren Schäden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigentelgs beschränkt.

Reklamationen müssen - außer bei nicht offensichtlichen Mängeln - innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

10. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.

11. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung 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 andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

12. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zu Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenkundiger Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

13. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbe-

leg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

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

15. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluß über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Inserationsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder - wenn eine Auflage nicht genannt ist - die durchschnittlich verkaufte (bei Fach- und Publikumszeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50 000 Exemplaren 20 v.H., 100 000 Exemplaren 15 v.H., 500 000 Exemplaren 10 v.H., über 500 000 Exemplaren 5 v.H. beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, daß dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

16. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen

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 Mittlungsvermittlung 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 Beihelfer, Beikleber, Beilagen oder technische Sonderausführungen. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.

c) Preisänderungen (Preisermäßigungen, Änderungen der Rabattstaffel, Preisänderungen) gelten vom Tag des Inkrafttretens der neuen Preisliste an, auch für laufende Abschlüsse. Bei Preiserhöhungen steht dem Werbungtreibenden das Recht der Entscheidung über die Fortführung des Auftrages zu.

d) Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht.

Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen.

Der Nachweis muss spätestens bis zum Abschluss des Inserationsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden.

Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag.

Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen, mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

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 Auftrages, 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 auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu.

f) Bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt (z. B. Arbeitskämpfe, Beschlagnahme und dergleichen) 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 oder auf andere Weise genannten garantierten verkauften Auflage zu bezahlen.

g) Druckerunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zu Aufbewahrung endet drei Monate nach Erscheinen der jeweiligen Anzeige.

h) Beilagen müssen spätestens 8 Tage vor dem Beilegetermin dem Verlag vorliegen. Bei nicht rechtzeitig eingetroffenen Beilagen sind die entstandenen Kosten zu ersetzen.

i) Bei fermindlich aufgegebenen Bestellungen und Änderungen übernimmt der Verlag keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe.

Abbestellungen und Änderungen müssen schriftlich erfolgen und spätestens zum Anzeigenschluß bzw. Rücktrittstermin der betreffenden Ausgabe dem Verlag vorliegen. Für bereits gesetzte Anzeigen werden Satzkosten berechnet.

j) Zu Beginn einer neuen Geschäftsverbindung oder bei Zahlungsrückständen behält sich der Verlag vor, Vorauszahlung bis zum Anzeigenschlusstermin zu verlangen.

k) In Ergänzung zu Ziffer 7 der allgemeinen Geschäftsbedingungen sind auch bestätigte Anzeigenaufträge für den Verlag erst nach Vorlage des Anzeigenmotivs und dessen Billigung durch den Herausgeber rechtsverbindlich.

Horst Decker Mediaservice GmbH
Stand: November 2008