

2010

Anzeigenpreisliste Nr. 1 Monatliche Programmzeitschriften

Gültig ab 01.01.2010

| INHALT | |
|--------------------------------------|----|
| Titelporträts | 2 |
| Grundpreise, Rabatte, Verlagsangaben | 4 |
| Terminkalender | 5 |
| Anzeigenpreise und Reproformate | |
| nurTV, TV Sudoku | 6 |
| TV 4x7, TV 4Wochen, nur digital | 7 |
| Beilagen und Beihefter | |
| nurTV, TV Sudoku, nur digital | 8 |
| TV 4x7, TV 4Wochen | 9 |
| Beikleber | |
| nurTV, TV Sudoku, nur digital | 10 |
| TV 4x7, TV 4Wochen | 11 |
| Technische Angaben | 12 |
| Geschäftsbedingungen | 13 |
| Ansprechpartner/innen | 14 |



PZN: 594486



PZN: 541898



PZN: 599208



PZN: 595104



PZN: 512822

WAZ
»» ZEITSCHRIFTEN
MARKETING
Medien für Millionen

Die monatlichen Titel sind die Stars im hart umkämpften Segment der Programmzeitschriften!

Monatliche Programmzeitschriften erreichen eine junge und moderne Leserschaft. Sie erfreuen sich im Anzeigen- wie im Lesermarkt wachsender Beliebtheit, was auch die IVW-Zahlen eindrucksvoll belegen:

- Im Jahr 2000 gab es nur eine IVW-geprüfte Programmzeitschrift mit monatlicher Erscheinungsweise. Im 3. Quartal 2009 sind es 9.
- Ihre verkaufte Auflage ist in diesem Zeitraum von ca. 662 Tausend Exemplaren auf über 2,2 Millionen angestiegen.

Der Gong Verlag ist im attraktiven Segment der monatlichen Programmzeitschriften der klare Marktführer.



3 Titelporträts



nurTV

- **nurTV** bietet redaktionelle Programminformationen für die nächsten 4 Wochen inklusive beliebtem Zusatznutzen in Form von 12 Seiten „Rätsel“.
- Verkaufte Auflage laut IVW III/2009: 582.698 Exemplare.



TV Sudoku

- Bei **TV Sudoku** steht neben dem kompletten TV-Programm für vier Wochen mit jeweils einer Highlight-Seite pro Woche und täglichen Programmtipps der Redaktion vor allem der Rätselspaß im Vordergrund.
- Verkaufte Auflage laut IVW III/2009: 109.636 Exemplare.



nur digital

- **nur digital** ist die einzige 4-wöchentliche Programmzeitschrift ausschließlich für das SKY-Programm.
- Entweder als Zusatzangebot für die Abonnenten von anderen Programmzeitschriften aus dem Gong Verlag oder über den Kiosk erreicht **nur digital** eine moderne, technikorientierte und innovationsbereite Leserschaft.
- Verkaufte Auflage laut IVW III/2009: 51.184 Exemplare.



TV 4x7

- **TV 4x7** bietet zusätzlich zum TV-Programm für 4 Wochen Wissenswertes über Film, Musik, Technik und Reisen. Zu den Kernlesern zählen vor allem junge Frauen bis 49 Jahre.
- Verkaufte Auflage laut IVW III/2009: 203.739 Exemplare.



TV 4Wochen

- **TV 4Wochen** erreicht eine vorwiegend weibliche Kernzielgruppe und bietet 30 Sender im Schnellvergleich plus Film- und Spartenvorschau für alle, die kompakt und schnell informiert werden möchten. Zusätzlich gibt es tolle Rätsel und Gewinne.
- Verkaufte Auflage laut IVW III/2009: 228.487 Exemplare.

4 Grundpreise, Rabatte, Verlagsangaben

| | | | | |
|-------------------|----------------------|----|-----------|-----|
| Nachlässe: | Mengenstaffel | | | |
| | 3 Seiten | 3% | 12 Seiten | 12% |
| | 6 Seiten | 6% | 15 Seiten | 15% |
| | 9 Seiten | 9% | 18 Seiten | 18% |

| | | |
|--------------------------------------|--------------------|-------------------|
| Garantiert verkaufte Auflage: | nurTV | 550.000 Exemplare |
| Druckauflage IVW III/2009: | TV 4x7 | 341.077 Exemplare |
| | TV 4Wochen | 353.943 Exemplare |
| | TV Sudoku | 195.633 Exemplare |
| | nur digital | 80.100 Exemplare |

Kombinationsmöglichkeiten:
nurTV, TV Sudoku, nur digital, TV 4x7, TV 4Wochen

Kombinationsbedingungen:
Der Kombinationsrabatt kann bei gemeinsamer Belegung der Pockettitel, innerhalb des gleichen Abschlussjahres, bei gleichem Format und gleicher Farbigkeit der Anzeige in Anspruch genommen werden. Motivwechsel und variable Einschalttermine sind möglich.

| | | |
|----------------------|---------|-----|
| Kombivorteil: | 3 Titel | 10% |
| | 4 Titel | 15% |
| | 5 Titel | 20% |

Anzeigen: WAZ Zeitschriften Marketing GmbH & Co. KG

Anschrift: Münchener Straße 101/09, 85737 Ismaning

Telefon: (089) 27 27 0 - 79 42

Telefax: (089) 27 27 0 - 79 91

Bankverbindung: Deutsche Bank AG Essen
Konto-Nr. 2800 761 00
BLZ 360 700 50
SWIFT-Code(BIC): DEUTDE33XXX
IBAN: DE06 3607 0050 0280 0761 00



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

Erscheinungsweise: 4-wöchentlich

Erstverkaufstag: **nur digital** Mittwoch
nurTV, TV Sudoku Freitag
TV 4x7, TV 4WOCHE Samstag

Zahlungsbedingungen:
Zahlung innerhalb von 8 Tagen nach Rechnungsstellung mit 2% Skonto, sofern nicht ältere Rechnungen überfällig sind, oder 30 Tage rein netto ohne Abzug. Es können sich Entgeltminderungen auf Grund von Rabattvereinbarungen ergeben. Dies wird vom Verlag je Kunde einzeln ausgewiesen.

5 Terminkalender 2010



| Heft-Nr. | Erstverkaufstag | | | Anzeigenschluss- und Rücktrittstermine | | | Druckunterlagenschluss | | |
|----------|-----------------|---------------------|----------------------|--|---------------------|----------------------|------------------------|---------------------|----------------------|
| | nur digital | nurTV, TV Sudoku | TV 4Wochen TV 4x7 | nur digital | nurTV, TV Sudoku | TV 4Wochen TV 4x7 | nur digital | nurTV, TV Sudoku | TV 4Wochen TV 4x7 |
| 02 | Mi. 20.01.10 | Fr. 22.01.10 | Sa. 23.01.10 | 28.12.09 | 04.01.10 | 21.12.09 | 29.12.09 | 11.01.10 | 04.01.10 |
| 03 | Mi. 17.02.10 | Fr. 19.02.10 | Sa. 20.02.10 | 25.01.10 | 02.02.10 | 21.01.10 | 29.01.10 | 08.02.10 | 03.02.10 |
| 04 | Mi. 17.03.10 | Fr. 19.03.10 | Sa. 20.03.10 | 22.02.10 | 02.03.10 | 18.02.10 | 26.02.10 | 08.03.10 | 03.03.10 |
| 05 | Mi. 14.04.10 | Fr. 16.04.10 | Sa. 17.04.10 | 22.03.10 | 26.03.10 | 17.03.10 | 24.03.10 | 01.04.10 | 30.03.10 |
| 06 | Mi. 12.05.10 | Fr. 14.05.10 | Sa. 15.05.10 | 19.04.10 | 26.04.10 | 15.04.10 | 23.04.10 | 30.04.10 | 28.04.10 |
| 07 | Mi. 09.06.10 | Fr. 11.06.10 | Sa. 12.06.10 | 17.05.10 | 21.05.10 | 13.05.10 | 19.05.10 | 28.05.10 | 26.05.10 |
| 08 | Mi. 07.07.10 | Fr. 09.07.10 | Sa. 10.07.10 | 14.06.10 | 22.06.10 | 10.06.10 | 18.06.10 | 28.06.10 | 22.06.10 |
| 09 | Mi. 04.08.10 | Fr. 06.08.10 | Sa. 07.08.10 | 12.07.10 | 20.07.10 | 08.07.10 | 16.07.10 | 26.07.10 | 21.07.10 |
| 10 | Mi. 01.09.10 | Fr. 03.09.10 | Sa. 04.09.10 | 09.08.10 | 17.08.10 | 05.08.10 | 13.08.10 | 23.08.10 | 18.08.10 |
| 11 | Mi. 29.09.10 | Fr. 01.10.10 | Sa. 02.10.10 | 06.09.10 | 14.09.10 | 02.09.10 | 10.09.10 | 20.09.10 | 15.09.10 |
| 12 | Mi. 27.10.10 | Fr. 29.10.10 | Sa. 30.10.10 | 04.10.10 | 12.10.10 | 30.09.10 | 08.10.10 | 18.10.10 | 13.10.10 |
| 13 | Mi. 24.11.10 | Fr. 26.11.10 | Sa. 27.11.10 | 02.11.10 | 09.11.10 | 28.10.10 | 05.11.10 | 15.11.10 | 10.11.10 |
| 01/11 | Mi. 22.12.10 | Do. 23.12.10 | Do. 23.12.10 | 29.11.10 | 06.12.10 | 24.11.10 | 03.12.10 | 10.12.10 | 08.12.10 |

6 Anzeigenpreise und Reproformate



Preisliste Nr. 14

Preisliste Nr. 4

| Größe in Seitenteilen | | Satzspiegel | | Angeschnittene Anzeigen | | Preise | Preise |
|-----------------------|-------|--------------|------------|--|------------|-----------------|-----------------|
| | | Breite mm | Höhe mm | Zuzügl. je 4 mm Beschnittzugabe seitlich sowie oben und unten | | Für alle Farben | Für alle Farben |
| | | | | Breite mm | Höhe mm | EUR | EUR |
| 2/1 | | 370 | 245 | 420 | 265 | 18.700,- | 5.800,- |
| 1/1 | | 190 | 245 | 210 | 265 | 9.350,- | 3.100,- |
| 1/2 | | 90 | 244 | | ohne | 5.370,- | 1.780,- |
| 1/1 | 2. US | 190 | 245 | 210 | 265 | 11.220,- | 3.800,- |
| 1/1 | 3. US | 190 | 245 | 210 | 265 | 10.285,- | 3.400,- |
| 1/1 | 4. US | 190 | 245 | 210 | 265 | 13.750,- | 4.600,- |

Alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt. Weitere Formate und Sonderwerbeformen auf Anfrage - wir beraten Sie gerne!

7 Anzeigenpreise und Reproformate



Preisliste Nr. 9

Preisliste Nr. 4

| Größe in Seitenteilen | | Satzspiegel | | Angeschnittene Anzeigen | | Preise | Preise | |
|-----------------------|-------|--------------|------------|--|------------|-----------------|-------------------------|--|
| | | Breite mm | Höhe mm | Zuzügl. je 4 mm Beschnittzugabe seitlich sowie oben und unten | | Für alle Farben | Für alle Farben | |
| | | | | Breite mm | Höhe mm | EUR | EUR | |
| 2/1 | | 320 | 216 | 340 | 230 | 11.590,- | 9.690,- | |
| 1/1 | | 152 | 216 | 170 | 230 | 6.100,- | 5.100,- | |
| 1/2 | quer | 152 | 103 | 170 | 115 | 3.520,- | 2.937,- | |
| | hoch | 75 | 216 | 85 | 230 | | | |
| 1/1 | 2. US | 152 | 216 | 170 | 230 | 6.405,- | 5.355,- | |
| 1/1 | 3. US | 152 | 216 | 170 | 230 | 6.100,- | 5.100,- | |
| 1/1 | 4. US | 152 | 216 | 170 | 230 | 6.405,- | 5.355,- | |
| | | | | | | | nur digital | |
| | | | | | | | Preisliste Nr. 4 | |
| 1/1 | | | | 178 | 223 | | 4.500,- | |

Alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt. Weitere Formate und Sonderwerbeformen auf Anfrage - wir beraten Sie gerne!

8 Beilagen und Beihefter

Beilagen

| | | | | |
|----------------|----------|---------------------------------|----------|---------------------------------|
| Preise: | bis 20 g | 58.– EUR % ₀₀ | bis 40 g | 68.– EUR % ₀₀ |
| | bis 30 g | 63.– EUR % ₀₀ | bis 50 g | 73.– EUR % ₀₀ |

Eventuell anfallende postbedingte Handlingsgebühren werden zusätzlich berechnet.

Belegungsmöglichkeiten:

- Gesamtauflage
- Teilauflage nach Nielsegebieten

Mindestauflage: 50.000 Exemplare.

Auftrags- und Rücktrittstermin: 4 Wochen vor Erstverkaufstag.

Anlieferung: 2 Wochen vor Erstverkaufstag.

Technische Angaben:

Mindestformat: 80 × 120 mm (geschlossen) bei einem Mindestgewicht von 150 g/m²

Höchstformat: 190 × 245 mm

Bei Auftragserteilung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters notwendig.

Beihefter

| | | |
|------------------------------|---------------|---------------------------------|
| Umfang: Gesamtauflage | bis 4 Seiten | 48.– EUR % ₀₀ |
| | bis 8 Seiten | 53.– EUR % ₀₀ |
| | bis 12 Seiten | 58.– EUR % ₀₀ |

Postkarten-Durchhefter: je Karte **12.– EUR** %₀₀

Belegungsmöglichkeiten:

- Gesamtauflage
 - Teilauflage nach Nielsegebieten
- Mindestauflage 50.000 Exemplare

Platzierung: Als Durchhefter oder Mittelhefter

Auftrags- und Rücktrittstermin:

Spätestens zum Anzeigenschluss der gebuchten Ausgabe

Anlieferung: 2 Wochen vor Erstverkaufstag.

Technische Angaben für Beihefter im Heftformat:

Heftformat beschnitten: 265 x 210 mm; unbeschnitten: 270 x 216 mm.

Beschnittzugabe an Kopf und Fuß je 3 mm (Kopfanlage) und seitlich je 5 mm. Bei am Kopf nicht geschlossenen Beiheftern ist zusätzlich ein Rückfalz von 10 mm erforderlich. Wichtige Text- und Bildelemente des Beihefters, die nicht angeschnitten werden dürfen, müssen einen Abstand von 10 mm zu den Beschnittkanten aufweisen. Die Anlieferung muß im unbeschnittenen Format erfolgen. Bei Auftragserteilung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters notwendig.

Diese technischen Angaben gelten nicht für **nur digital**.

nur digital: auf Anfrage

Beilagen

Preise: bis 20 g **58,- EUR** ‰
bis 30 g **63,- EUR** ‰

Eventuell anfallende postbedingte Handlingsgebühren werden zusätzlich berechnet.

Belegungsmöglichkeiten:

- Gesamtauflage
- Teilaufgabe nach Nielsegebieten

Mindestauflage: 50.000 Exemplare.

Auftrags- und Rücktrittstermin: 4 Wochen vor Erstverkaufstag.

Anlieferung: nach Absprache.

Technische Angaben:

Mindestformat: 105 x 148 mm (Postkarte) bei einem Mindestgewicht von 115 g/m²

Höchstformat: 150 x 210 mm

Bei Auftragserteilung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters notwendig.

Beihefter

Umfang: Gesamtauflage 4 Seiten **50,- EUR** ‰
8 Seiten **60,- EUR** ‰

Postkarten-Durchhefter: je Karte **12,- EUR** ‰

Belegungsmöglichkeiten:

- Gesamtauflage
- Teilaufgabe nach Nielsegebieten

Mindestauflage 50.000 Exemplare

Platzierung: Als Durchhefter oder Mittelhefter

Auftrags- und Rücktrittstermin:

Spätestens zum Anzeigenschluss der gebuchten Ausgabe

Anlieferung: nach Absprache.

Technische Angaben für Beihefter im Heftformat:

Heftformat beschnitten: 170 x 230 mm; unbeschnitten: 173/183 x 236 mm.

Beschnittzugabe an Kopf und Fuß je 5 mm (Kopfanlage) und seitlich je 5 mm. Bei am Kopf nicht geschlossenen Beiheftern ist zusätzlich ein Rückfalz von 10 mm erforderlich.

Wichtige Text- und Bildelemente des Beihefters, die nicht angeschnitten werden dürfen, müssen einen Abstand von 10 mm zu den Beschnittkanten aufweisen. Die Anlieferung muß im unbeschnittenen Format erfolgen. Bei Auftragserteilung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters notwendig.

Beikleber

Preise: (je angefangene Tausend, ohne Nachlässe)

Postkarten oder andere rechteckige, ungefaltete Drucksachen, leere Briefumschläge

38,- EUR

Briefumschläge mit Inhalt, Booklets:

auf Anfrage

Warenproben:

auf Anfrage

Eventuell anfallende postbedingte Handlingsgebühren werden zusätzlich berechnet.

Belegungsmöglichkeiten:

Trägeranzeige in der Gesamtauflage. Bei der Beikleberstreuung können die Abo- und die Auslandsauflage ausgeklammert werden. Belegung von Nielsen-Gebieten oder Teilauflagen mit Beiklebern möglich. Der Teilbelegungsaufschlag beträgt 10% auf den Grundpreis pro Selektion. Da aus technischen Gründen i.d. R. pro Ausgabe nur ein Beikleber möglich ist, behält sich der Verlag das Recht vor, Beikleber für Teilgebiete zugunsten von Beiklebern für die Gesamtauflage bzw. größere Belegungseinheiten zu verschieben. Für den Stand des Beiklebers gilt ein Toleranzbereich bis max. 10 mm bzw. 5 Grad.

Anzeigenabnahme:

1/1 Seite, s/w oder farbig, Berechnung laut Preisliste.

Auftrags- und Rücktrittstermin: 4 Wochen vor Erstverkaufstag.

Anlieferung:

14 Tage vor Erstverkaufstag frei Druckerei mit Lieferschein.

Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen.

Beikleberformate:

Mindestformat: 60 x 180 mm; Höchstformat: 190 x 245 mm; Maximale Dicke: 2 mm

Technische Bedingungen:

Papiergewicht für ungefaltete Drucksachen in der Regel 150 g/m², für gefaltete Drucksachen nach Absprache. Warenproben dürfen keinen gefährlichen Inhalt haben oder Verarbeitung und Versand einer Massenaufgabe beeinträchtigen. Folienverschweißte Beutel müssen einem Berstdruck von mindestens 10.000 N/cm² unbeschadet standhalten.

Die Kosten für eine eventuell notwendige Entsorgung von Warenproben aus der Remission sind abhängig von der Art der Proben oder der Verpackung und werden gegebenenfalls dem Auftraggeber in Rechnung gestellt. Bei evtl. auftretenden Verarbeitungsschwierigkeiten hat die Fertigstellung der Auflage Vorrang gegenüber der Verarbeitung von Beiklebern.

Haftung: Der Verlag wird von allen Ansprüchen Dritter, die sich aus der Beiklebung einer Warenprobe ergeben, freigestellt. Ebenso sind Schäden, die dem Verlag aus der Nichtbeachtung der technischen Bedingungen entstehen, zu ersetzen.

Die endgültige Annahme jedes Auftrages ist von der Vorlage eines verbindlichen Beikleber-Musters, evtl. auch von der Durchführung eines Probelaufs abhängig. Dafür müssen vom Auftraggeber 1000 Original-Muster kostenlos zur Verfügung gestellt werden.

Gültig für alle Sonderinsertionen

Die Beschaffenheit der Sonderinsertionen muss eine reibungslose maschinelle Verarbeitung gewährleisten. Bei auftretenden Verarbeitungsschwierigkeiten hat die Fertigstellung der Auflage Vorrang gegenüber der Verarbeitung der Sonderinsertionen. Bei Sonderinsertionen behält sich der Verlag ein Schieberecht vor.

Anlieferung für alle Sonderinsertionen:

Die Anlieferadresse wird bei Buchung mit der Auftragsbestätigung mitgeteilt.

Beikleber

Preise: (je angefangene Tausend, ohne Nachlässe)

Postkarten oder andere rechteckige, ungefaltete Drucksachen, leere Briefumschläge

25,- EUR

Booklet bis 20 g:

35,- EUR

Belegungsmöglichkeiten:

Belegung von Nielsen-Gebieten oder Teilaufgaben mit Beiklebern möglich. Der Teilbelegungsaufschlag beträgt 10% auf den Grundpreis pro Selektion. Da aus technischen Gründen i.d. R. pro Ausgabe nur ein Beikleber möglich ist, behält sich der Verlag das Recht vor, Beikleber für Teilgebiete zugunsten von Beiklebern für die Gesamtauflage bzw. größere Belegungseinheiten zu verschieben.

Auftrags- und Rücktrittstermin: 4 Wochen vor Erstverkaufstag.

Anlieferung: auf Anfrage.

Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen.

Beikleberformate:

Mindestformat: 105 x 148 mm; Höchstformat: 140 x 202 mm; Maximale Dicke: 1 mm

Technische Bedingungen:

Papiergewicht für ungefaltete Drucksachen in der Regel 135 g/m², für gefaltete Drucksachen nach Absprache.

Bei evtl. auftretenden Verarbeitungsschwierigkeiten hat die Fertigstellung der Auflage Vorrang gegenüber der Verarbeitung von Beiklebern.

Haftung: Der Verlag wird von allen Ansprüchen Dritter, die sich aus der Beiklebung ergeben, freigestellt. Ebenso sind Schäden, die dem Verlag aus der Nichtbeachtung der technischen Bedingungen entstehen, zu ersetzen.

Die endgültige Annahme jedes Auftrages ist von der Vorlage eines verbindlichen Beikleber-Musters, evtl. auch von der Durchführung eines Probelaufs abhängig. Dafür müssen vom Auftraggeber 100 Original-Muster kostenlos zur Verfügung gestellt werden.

Gültig für alle Sonderinsertionen

Die Beschaffenheit der Sonderinsertionen muss eine reibungslose maschinelle Verarbeitung gewährleisten. Bei auftretenden Verarbeitungsschwierigkeiten hat die Fertigstellung der Auflage Vorrang gegenüber der Verarbeitung der Sonderinsertionen. Bei Sonderinsertionen behält sich der Verlag ein Schieberecht vor.

Anlieferung für alle Sonderinsertionen:

Die Anlieferadresse wird bei Buchung mit der Auftragsbestätigung mitgeteilt. Unsachgemäße Anlieferung verursacht Mehrkosten, die berechnet werden müssen.



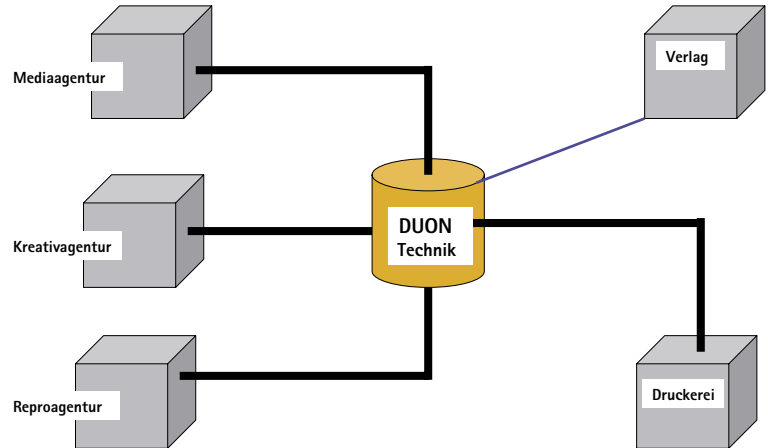
Die in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Verlage angegebenen Ansprüche auf Gewährleistung sind wirksam bei der Einhaltung der im DUON-Portal angegebenen, zertifizierten technischen Anforderungen und Standards. Dies gilt auch bei einer prooflosen Datenanlieferung.

Technische Angaben:

Die aktuellen und verbindlichen technischen Angaben finden Sie unter:
www.duon-portal.de

Anlieferung Druckunterlagen :

Alle Druckunterlagen sind elektronisch über das Druckunterlagenportal www.duon-portal.de anzuliefern.
Support erhalten Sie unter:
support@duon-portal.de
oder direkt unter Tel.: 040 / 374117 - 50



Anzeigenbuchungen Print und Online können auch über das Online-Booking-System (OBS) übermittelt werden.
www.obs-portal.de

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und andere Werbemittel in Zeitungen und Zeitschriften

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Zeitung oder Zeitschrift zum Zweck der Verbreitung.

2. 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 (Info zu OBS finden Sie unter www.wobs-portal.de).

3. Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Abschluss werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Abruf innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird.

4. Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewählten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.

5. Ist der errechnete Nachlass über das Text-Millimetermetrische Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

6. Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Drucksrucht veröffentlicht werden können, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber nach dem Abruf der Anzeigen gebietet werden kann, wenn der Auftrag aus Verweigerung der Auszuführung ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzuhängen, wenn
 - deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
 - deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
 - deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist.

9. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten.
 - Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Modells und dessen Billigung bindend. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Werbungsbildung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbandsaufschlages. Die Ablehnung der Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

9. Der Anzeigenkunde ist ausschließlich verantwortlich für die Inhalte seiner Anzeigen. Dies gilt insbesondere für strafrechtliche und zivilrechtliche Verstöße, die ihre Ursache in dem Inhalt oder Gestaltung der Anzeigen haben. Werden in Anzeigen Internetadressen oder Internetsinks angegeben, ist der Auftraggeber für die darüber erreichbaren Inhalte ausschließlich verantwortlich. Diese Verantwortlichkeit des Auftraggebers erstreckt sich insbesondere darauf, dass die in Anzeigen angegebenen Internetadressen oder Internetsinks weder direkt noch indirekt zu Seiten führen, die rechtsverletzende, strafbare, pornographische oder sonstige anstößige Inhalte aufweisen. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die in der Anzeige verwendeten Internetadressen und Internetsinks für die Dauer des Anzeigenauftrages und der Wahrnehmbarkeit durch den geeigneten Leser zu überwachen, im Falle eines festgestellten Verstoßes den betreffenden Inhalt und/oder Link unverzüglich sperren und dem Verlag darüber Mitteilung machen.

10. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet ordnungsgemäß, insbesondere dem Format oder dem technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckunterlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.

11. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Druckveröffentlichung.

12. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn
 - diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder
 - diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre.

Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder die Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen, ist die Ersatzanzeige/ Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrages ausgeschlossen.

Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden. Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung im kaufmännischen Verkehr beschränkt. Bei Anzeigen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg mit dem Vermerk „Anzeige“ vorzulegen. Alle geltend gemachten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

13. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

14. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
 15. Die Rechnung der Preisänderung der Probeabzüge ist Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

16. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten und die Anwaltskosten für die Zahlungserzwingung zu laufen. Aufträge bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen im Hinblick auf ein ursprüngliches vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlussstermin und von dem Ausgleich offener Rechnungsbeiträge abhängig zu machen.

17. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegexemplare 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.
 18a. Aus einer Auflagenminderung kann – vorbehaltlich der Regelung Ziffer 18b – nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisänderung hergeleitet werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche bescheinigenden Insertionsjahres die Garantieaufgabe unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisänderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie bei einer
 - Garantieaufgabe bis zu 50 000 Exemplaren mindestens 20 v. H.,
 - Garantieaufgabe bis zu 100 000 Exemplaren mindestens 15 v. H.,
 - Garantieaufgabe bis zu 500 000 Exemplaren mindestens 10 v. H.,
 - Garantieaufgabe über 500 000 Exemplaren mindestens 5 v. H., beträgt.

Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 25 bleibt unberücksichtigt. Als Garantieaufgabe sind die Preisänderung durch andere Weise als durch die durchschnittliche Auflage oder eine Auflage nicht genannt ist, die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vorausgegangenen Kalenderjahres.

18b. Sind Anzeigen bei Abschluss Preisänderungsansprüche 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.

18b. [Sondervorschrift bei Auflagenminderungen für Titel, die haftbezogene Auflagen daten veröffentlichten]. Abweichend von Nummer 18a berechtigt eine Auflagenminderung bei Titel, die haftbezogene Auflagen daten veröffentlichten, nur dann zu einer Preisänderung, wenn und soweit die Ziffern 18a bis 18c erfüllt sind. Es ist zu berücksichtigen, dass die Auflagenminderung nur dann zu einer Preisänderung berechtigt, wenn die Auflagenminderung die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens beschränkt. Bei Anzeigen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg mit dem Vermerk „Anzeige“ vorzulegen. Alle geltend gemachten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

19. Die 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 Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

20. 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 Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

21. Die Werbungsmitler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten.
 22. Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind gegenüber Unternehmen wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht ist spätestens innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausübt werden.
 23. 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 ein Konzern besteht. Konzern ist ein Konzern im Sinne des § 15 Abs. 1 Nr. 1 AktG. Ein Konzern 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 Konzernberichts vorliegen. Nachweis der Konzernzugehörigkeit ist rückwirkend anerkannt werden. Konzernbrattee bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag.

Konzernbrattee werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernbrattee.
 24. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der gelieferten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverfolgung des Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Aufträge in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen orts unbegrenzt übertragen.
 25. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitsmarkt, rechtswidrigen Verfügungen, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Druck erschienenen Auflage abgedruckt wurde oder die Auflage mit 80% der im Druck erschienenen Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbeitrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesehene Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

WAZ Zeitschriften Marketing

GmbH & Co. KG

Münchener Straße 101 / 09

85737 Ismaning

Telefon: (089) 27 270 – 7942

Geschäftsführung

Daniela Sakowski

Telefon: (089) 27 270 – 7911

E-Mail: daniela.sakowski@waz-zeitschriften.de

Anzeigenleitung nurTV, TV Sudoku und Pocket-Programmzeitschriften

Martin Riedel

Telefon: (089) 27 270 – 7145

E-Mail: martin.riedel@waz-zeitschriften.de

Anzeigendisposition nurTV, TV Sudoku, nur digital

Matthias Böhler

Telefon: (089) 27 270 – 7948

E-Mail: matthias.boehler@waz-zeitschriften.de

Anzeigendisposition TV 4x7, TV 4Wochen

Nicole Linke

Telefon: (089) 27 270 – 7162

E-Mail: nicole.linke@waz-zeitschriften.de