

GAULTMILLAU

Kritisch und kompetent
seit über 25 Jahren!



Deutschland 2011 Der Reiseführer für Genießer

29. Ausgabe

WeinGuide Deutschland

18. Ausgabe



Verlag
Christian Verlag GmbH
Infanteriestr. 11a
80797 München
Telefon (089) 13 06 99-0
Telefax (089) 13 06 99-600
E-Mail: gault-millau@christian-verlag.de
www.gaultmillau.de

Anzeigen-Preisliste Nr. 20
Gültig ab 1. 1. 2010

Anzeigenmarketing
Medienmarketing Mindel
Feldstr. 1a
82166 Gräfelfing b. München
Telefon (089) 85 466 332
Telefax (089) 89 800 838
E-Mail:
anzeigen@medienmarketing-mindel.de

Verlag
Christian Verlag GmbH
Infanteriestr. 11a
80797 München
Telefon (089) 13 06 99-0
Telefax (089) 13 06 99-600
E-Mail: gault-millau@christian-verlag.de
www.gaultmillau.de

GAULTMILLAU

Deutschland

Der Reiseführer für Genießer

Anzeigenmarketing
Medienmarketing Mindel
Feldstr. 1a
82166 Gräfelfing b. München
Telefon (089) 85 466 332
Telefax (089) 89 800 838
E-Mail:
anzeigen@medienmarketing-mindel.de

Anzeigen-Preisliste Nr. 20 vom 1. 1. 2010

Anzeigen- und Druckvorlagenschluss: siehe Terminplan
Rücktrittsrecht für Anzeigen: bis 6 Wochen vor Anzeigenschluss.
Kein Rücktrittsrecht für Umschlagseiten, Lesezeichen und Patronate.

Druckunterlagen:

Digitale Druckunterlagen in Form von Druck-PDF, druckoptimiert, geschlossene EPS-Dateien mit eingebetteten Schriften (in Kurven bzw. Pfad umwandeln/Vektografie) und Bildern, nicht komprimiert, als PDF, EPS oder TIFF, Auflösung mind. 300 dpi, abgespeichert im 4-Farb-Modus CMYK. Das Format angelegt in Originalmaßen plus Beschnittzugaben und Beschnittmarken. Zusätzlich ein farbverbindliches Proof mit Prüfkeil nach neuestem Medienstandard. Ohne farbverbindliches Proof übernimmt der Verlag keine Haftung für das Druckergebnis. JPEG-, RGB-Dateien o.ä. führen zu Belichtungsfehlern, die vom Verlag nicht vertreten werden. Bei Daten- u. Prooferstellung Druck nach ISO-Standard 12647-2 berücksichtigen.

Datenträger:

CD-ROM, DVD, je mit 1:1 Proof

Digitale Datenübertragung:

Bitte senden Sie parallel zur Datenübertragung einen Ausdruck der Datei per Fax an: 089-130699-100 und geben Sie darauf die Bezeichnung der Datei sowie Namen und Telefon für Rückfragen an.

Per Internet-Upload:

ftp://ftp.verlagshaus.info (Paßwort bitte beim Verlag, Judith Fischl, erfragen, Tel.089/130699-520)

Korrekturen, Änderungen, Satz- u. Lithokosten werden zu Selbstkosten in Rechnung gestellt.

Farben: ISO-Standard. Farbtöne, die nicht über die Farben der verwendeten Farbskala erzielt werden können, werden gesondert berechnet. Geringe Tonabweichungen sind im Toleranzbereich des Offsetdrucks begründet.

Papier: Umschlag 300 g/qm ChromoSulfatkarton, Inhalt 80 g/qm Offset-weiß

Bindung: Klebebindung

Erscheinungsweise: 1 mal jährlich, jeweils Mitte November des Vorjahres

Auflage: 50.000 Exemplare Druckauflage

Formate: Buchformat 135 x 210 mm
Satzspiegel 117 x 185 mm

Verlagsanschrift:

Christian Verlag GmbH
Infanteriestr.11 a
80797 München
Telefon 089-130699-0
Telefax 089-130699-600
E-mail: gault-millau@christian-verlag.de
Internet: www.gaultmillau.de

Anzeigenmarketing:

Medienmarketing Mindel
Feldstr. 1a
82166 Gräfelfing b. München
Telefon (089) 85 466 332
Telefax (089) 89 800 838
E-Mail: anzeigen@medienmarketing-mindel.de

Zahlungsbedingungen:

Zahlbar innerhalb 30 Tagen nach Rechnungsdatum rein netto. Bei Vorauszahlung bis zum Erscheinungstag 2% Skonto (sofern keine älteren Rechnungen offen stehen).

Bankverbindung:

Deutsche Bank
Konto-Nr. 755 5055
BLZ 70070010

Nachlässe:

Mengenstaffel: 2 Seiten 10%
3 Seiten 15%
4 Seiten 20%

Beilagen:

€ 125,- pro o/oo bis 25 g. Jede weiteren 5 g € 8,-.
Höchstgewicht 50 g. Keine Nachlässe. Einkleber, Beihefter und "see and write"-Karten und -Umschläge auf Anfrage.

Lieferadresse für Beilagen, Beihefter und Einkleber:

Lieferung frei Haus.
Anschrift bei Auftragsbestätigung

Anliefertermin:

4 Wochen vor Erscheinungstermin bei der Druckerei vorliegend.

Anzeigenformate und -Preise

Formate in Seitenteilen	Satzspiegelformat		Preise in €	Angeschnittene Anzeigen*	mittlere Beschnittzugabe + 5 mm	
	Breite mm	Höhe mm	mehrfarbig/ schwarzweiß	mm	Breite mm	Höhe
1/1	117	185	7.700,-		135	210
1/2 quer / 1/2 hoch	117/56	90/185	4.230,-		135/65	100/210
1/4 quer/ 1/4 1spaltig	117/56	45/90	2.120,-			
Formate mit Bunddurchdruck						
2/1	250	185	15.400,-		270	210
1 1/2	190	185	11.930,-		200	210
2 x 1/2 quer	250	90	8.460,-		270	100
2. Umschlagseite	117	185	8.800,-		135	210
2. US als Doppelseite (kein Rücktrittsrecht)	250	185	16.500,-		270	210
4. Umschlagseite (kein Rücktrittsrecht)	–	–	10.050,-		135	212
					Beschnittzugabe 15 mm oben, unten und links	

*) Bei Anschnitt-Formaten müssen anschnittgefährdete Bild- und Textelemente oben, unten und außen einen Sicherheitsabstand von 5 mm und im Bund von 8mm haben.

Die gesetzl. MwSt. wird auf den Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen.
Kein Rücktrittsrecht bei Umschlagseiten, Lesezeichen und Sonderwerbeformen.

Sonderwerbeformen

Doppelseitiges Patronat: bietet Ihnen für die Präsentation Ihrer Produkte ein Testimonial der ganz besonderen Art mit einer gekürzten Persönlichkeit der deutschen Spitzen-Gastronomie und Grandhotellerie.

Patronatspreis € 10.300,-

Weitere Sonderformate auf Anfrage!

Lesezeichen (pro Ausgabe sind maximal 2 Lesezeichen möglich) € 15.800,-
exklusive Druckkosten

Möglichkeiten der Onlinewerbung auf der Homepage des GAULT MILLAU

**Fullbanner, PopUp, PopUnder, Layer Ad, Rectangle,
Skycraper, Navigationsbutton**

Für nähere Informationen wenden Sie sich bitte an:
Medienmarketing Mindel

GAULTMILLAU

Deutschland

Der Reiseführer für Genießer

Das redaktionelle Konzept

GAULT MILLAU Deutschland nimmt unter allen Restaurant- und Hotel-Guides eine Sonderstellung ein. Er bewertet nicht nur mit Symbolen und einem Punktesystem die Küchenleistungen, sondern beschreibt mit spritzig, witzigen, amüsanten und pointierten Textkommentaren Atmosphäre und Charakteristik des getesteten Hauses. So verbinden sich kompetente Sachinformation mit genüsslichem Lesevergnügen. GAULT MILLAU Deutschland – der meistzitierte Restaurant-Guide.

Verlag
Christian Verlag GmbH
Infanteriestr. 11a
80797 München
Telefon (089) 13 06 99-0
Telefax (089) 13 06 99-600
E-Mail: gault-millau@christian-verlag.de
www.gaultmillau.de

Erscheinungstermin

Ausgabe 2011:	Mitte November 2010
Anzeigenschluss:	06.09.2010
Druckunterlagenschluss:	15.09.2010
Auflage:	50.000 Exemplare
Erscheinungsweise:	einmal jährlich

Die Zielgruppen

Die Kernzielgruppe definiert sich durch die Affinität der Leser und Freunde des GAULT MILLAU zu gutem und stilvollem Essen und Trinken, ihren soziodemografischen Daten und einem anspruchsvollen, qualitätsbewussten Konsumverhalten. Eine weitere Zielgruppe ist die deutsche Spitzen-Gastronomie und -Hotellerie. Anzeigenkunden aus dem Food- und Beverage-Segment können im GAULT MILLAU ihre Premium-Produkte gegenüber diesem wichtigen Partner in hohem Maße positionieren.



Anzeigenmarketing
Medienmarketing Mindel
Feldstr. 1a
82166 Gräfelfing b. München
Telefon (089) 85 466 332
Telefax (089) 89 800 838
E-Mail: anzeigen@medienmarketing-mindel.de

GAULTMILLAU

Deutschland

Der Reiseführer für Genießer



Zielgruppe/Leserbefragung

Sozio-Demografie

- Alter: 49,6% sind zwischen 36 und 55 Jahre alt
- Geschlecht: 81,6% sind männlich
- Beruf: 79,9% sind selbständig/freiberuflich/leitende Angestellte/
leitende Beamte
- Haushaltsnettoeinkommen:
 - 62,4% haben ein monatl. HHNE von € 4.000,- und mehr
 - 37,2% haben ein monatl. HHNE von € 6.000,- und mehr
- Bildung:
 - 65,2% verfügen über Fachhochschul-/Universitätsabschluss
- Familienstand:
 - 87,6% sind verheiratet/leben in fester Lebensgemeinschaft

Medien-/Leseverhalten

- 79,6% lesen häufig die Genießer-Kolumnen in Tageszeitungen
- 82,0% besitzen viele Kochbücher
- 74,0% benutzen Internet häufig als Informationsquelle

Verhalten/Einstellungen

- 69,2% fahren ein Auto der Oberklasse wie Audi, BMW, Jaguar, Mercedes, Porsche
- 30,0% sammeln Kunst
- 18,8% spielen Golf
- 12,0% machen gerne Kreuzfahrten

- 42,0% bezeichnen sich als guter Hobbykoch und kochen mehrmals im Monat
- 23,6% können kochen und kochen gelegentlich im Familienkreis
- 77,8% essen mehr als dreimal im Monat im Restaurant (41,6% mehr als fünfmal)
- 62,8% geben mehr als € 300,- pro Monat im Restaurant aus (34,8% mehr als € 500,-)
- 78,8% bevorzugen Hotels der Kategorie Luxus/Erstklassig (23,7% Luxus)
- 66,0%* bevorzugen als Aperitif Champagner/Sekt
- 46,8%* bevorzugen als Digestif Kaffee
- 45,6%* Obstbrände
- 14,0%* Cognac/Whisky

Nutzung und Bewertung

- 93,2%* nutzen den GAULT MILLAU für private Zwecke
- 33,6%* für berufliche Zwecke
- 71,6% finden den GAULT MILLAU im Vergleich viel besser/besser als andere Restaurantführer
- 95,6% stimmen mit der Bewertung/Beschreibung des GAULT MILLAU fast immer/meistens überein
- 77,6% benutzen den GAULT MILLAU mehrmals die Woche/im Monat
- 72,4% der GAULT MILLAU wird von mindestens einer weiteren Person genutzt

* Mehrfachnennungen

GAULTMILLAU

WeinGuide Deutschland



Erscheinungstermin

Ausgabe 2011: November 2010
 Anzeigenschluss: 06.09.2010
 Druckunterlagenschluss: 15.09.2010
 Auflage: 25.000 Exemplare
 Erscheinungsweise: einmal jährlich

Das redaktionelle Konzept

GAULT MILLAU WeinGuide Deutschland bewertet und kommentiert rund 800 deutsche Weinerzeuger mit mehr als 7.000 Weinen. Die Gliederung erfolgt alphabetisch nach Regionen und hier wiederum nach Weingütern. Mit seiner Vielzahl an Informationen hat sich der GAULT MILLAU WeinGuide als anerkannter Reiseführer zu den deutschen Weinen, den Winzern und den Weinregionen etabliert.

Die Zielgruppen

GAULT MILLAU WeinGuide Deutschland versteht sich als das wichtigste Standardwerk für alle, die sich mit dem Thema »Deutscher Wein« befassen. Connaisseure finden hier umfassende Informationen, Beratung und Anregung bei der Wahl ihrer Weine. Für die deutsche Spitzengastronomie und Hotellerie ist der GAULT MILLAU WeinGuide eine wichtige Orientierungshilfe.

Anzeigenformate und -Preise:

Formate in Seitenteilen	Preise in € mehrfarbig / schwarzweiß
1/1	4.100,-
1/2	2.260,-
1/4	1.130,-
Formate mit Bunddurchdruck	
2/1	8.200,-
1 1/2	6.360,-
2 x 1/2	4.520,-
2.Umschlagseite	4.700,-
als Doppelseite	8.800,-
4.Umschlagseite	5.300,-

Kein Rücktrittsrecht bei Umschlagseiten, Lesezeichen und Sonderwerbformen.

Bei gleichzeitiger Belegung von GAULT MILLAU Deutschland und GAULT MILLAU WeinGuide Deutschland
 10% Folgerabatt auf die Anzeige im WeinGuide.

Sonderinsertionsformen: Lesezeichen: € 8.000,- exklusive Druck, Beilagen: siehe GAULT MILLAU Restaurantführer,
 Beihefter: auf Anfrage

Formate, Rabatte, technische Daten, Ausstattung und Rücktrittsrecht sind identisch mit GAULT MILLAU Restaurantführer.

GAULTMILLAU

WeinGuide Deutschland



Zielgruppe/Leserbefragung

Sozio-Demografie

- Alter:
47,1% sind zwischen 36 und 55 Jahre alt
- Geschlecht:
91,4% sind männlich
- Beruf:
70,8% sind selbständig/freiberuflich/leitende Angestellte/Beamte
- Haushaltsnettoeinkommen:
47,1% haben ein monatl. HHNE von € 4.000,- und mehr
33,8% haben ein monatl. HHNE von € 6.000,- und mehr
- Bildung:
66,7% verfügen über Fachhochschul-/Universitätsabschluss
- Familienstand:
89,1% sind verheiratet/leben in fester Lebensgemeinschaft

Medien-/Leseverhalten

- 74,8% lesen häufig die Genießer-Kolumnen in Tageszeitungen
75,2% besitzen viele Kochbücher
68,1% benutzen Internet häufig als Informationsquelle

Verhalten/Einstellungen

- 46,8% fahren ein Auto der Oberklasse wie Audi, BMW, Jaguar, Mercedes, Porsche
27,6% sammeln Kunst
82,9%* lagern ihre Weine im Weinkeller/Weinkühlschrank
96,7%* bevorzugen zum Essen Wein
47,6%* bevorzugen als Aperitif Champagner/Sekt
46,2%* bevorzugen Obstbrände als Digestif

Nutzung und Bewertung

- 89,5%* nutzen den GAULT MILLAU WeinGuide für private Zwecke
19,0%* für berufliche Zwecke
68,6% finden den GAULT MILLAU WeinGuide im Vergleich viel besser/besser als andere Weinführer
84,3% stimmen mit den Bewertungen/Beschreibungen fast immer/meistens überein
83,4% benutzen den GAULT MILLAU WeinGuide mehrmals die Woche/im Monat
76,7% der GAULT MILLAU WeinGuide wird von mindestens einer weiteren Person genutzt

* Mehrfachnennungen

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN für Anzeigen und Fremdbeilagen in 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 die erste Anzeige zur Veröffentlichung innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abzurufen. Die weiteren Anzeigen sind innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzurufen.

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.

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. Die Aufnahme von Anzeigen und Fremdbeilagen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift erfolgt dann, wenn der Auftraggeber erklärt hat, daß die Anzeige oder Fremdbeilage in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift erscheinen soll und dies vom Verlag ausdrücklich bestätigt worden ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne daß dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

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

7. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzellige Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form abzulehnen, wenn der Verlag aufgrund pflichtgemäßen Ermessens einen Verstoß der betreffenden Anzeige gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten feststellt oder die Veröffentlichung erkennbar für den Verlag unzumutbar ist. Beilagenaufträge werden nicht durchgeführt, wenn die Beilagen durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten.

Darüber hinaus kann der Verlag Beilagenaufträge aus technischen und vertrieblichen Gründen bis zur Vorlage eines Modells der Beilage und ihrer Billigung ablehnen.

Das Obige gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden.

Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

8. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der 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 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 Nachfrist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Rücktrittsrecht. Der Verlag haftet nicht für einfache Fahrlässigkeit. Dieser Haftungsausschluß gilt nicht im Fall des Fehlens zugesicherter Eigenschaften. Gegenüber Nichtkaufleuten haftet der Verlag jedoch bei Verzug oder Unmöglichkeit für vorrührebbare Schäden auch bei einfacher Fahrlässigkeit, jedoch nur bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts.

Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten für grobe Fahrlässigkeit ein Ersatz auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts 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 Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

11. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung anlaufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlungen werden nach der Preisliste gewährt. 12. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie 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 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 offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

13. Der Verlag liefert nach der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrags 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.

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

15. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Gerichtsstand ist, soweit das Gesetz zwingend nichts anderes vorsieht, der Sitz des Verlages.

ZUSÄTZLICHE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN DES VERLAGES

a) Die allgemeinen und unsere zusätzlichen Geschäftsbedingungen, die Auftragsbestätigung und die jeweils gültige Preisliste sind für jeden Auftrag maßgebend. Der erteilte Auftragsauftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.

b) Bei fernmündlich abgegebenen Anzeigen bzw. bei fernmündlich veranlaßten Änderungen und Abstellungen übernimmt der Verlag keine Haftung.

c) Placierungsvorschriften werden nur durch ausdrückliche Bestätigung des Verlages anerkannt.

c) Sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist, treten neue Tarife bei Preis Anpassungen auch für laufende Aufträge sofort in Kraft.

e) Bei höherer Gewalt, Arbeitskämpfe, Beschlagnahme oder Betriebsstörungen hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80 % der garantierten verkauften Auflage erfüllt sind. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht. Alle weiteren Ansprüche auf Erfüllung oder Schadenersatz sind ausgeschlossen.

f) Bei Druckvorlagen, die zusätzliche Satzkosten verursachen, werden diese in Rechnung gestellt. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungstreibende bei ungenügender Beachtung der Mängel keine Ansprüche. Bei Überschreitung der im Terminplan festgelegten Daten für die Übersendung der Druckunterlagen kann keine Gewähr für eine einwandfreie Druckwiedergabe übernommen werden. Die Pflicht der Aufbewahrung von Druckunterlagen erlischt 3 Monate nach dem Erscheinen der Anzeige, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist. Fehlende oder fehlerhaft gedruckte Kontrollangaben ergeben keinen Anspruch für den Auftraggeber.

g) Für die Anwendung eines Konzernrabattes auf Tochtergesellschaften ist der schriftliche Nachweis einer Kapitalbeteiligung von mehr als 50 % erforderlich. h) Die Werbungsmitler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

i) Bei Kunden/Werbeagenturen, die zum ersten Mal mit dem Verlag in Geschäftsverbindung treten, kann Vorauskasse bis zum Anzeigenschlußtermin verlangt werden.

j) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des Anzeigentextes/Bildmotivs. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesem 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. Der Verlag ist berechtigt, Werbung für Arznei- und Heilmittel von einer schriftlichen Zusage der Verantwortlichen über die rechtliche Zulässigkeit abhängig zu machen und/oder auf Kosten des Auftraggebers die Werbevorfalle von einer sachverständigen Stelle auf die rechtliche Zulässigkeit überprüfen zu lassen.