



AZUR – DAS KREUZFAHRTMAGAZIN

Preisliste 2010

gültig ab 1. Januar 2010

- 1 Titelportrait
- 2 Verlagsangaben
- 3 Marktanalyse
- 5 Themen und Termine
- 6 Anzeigenformate, -preise und -rabatte
- 7 Technische Angaben
- 8 Beihefter
- 9 Beilagen/Beikleber
- 10 www.azur.de
- 15 Allgemeine Geschäftsbedingungen

AZUR – Das Kreuzfahrtmagazin

Die Welt auf maritime Art kennenlernen – Kreuzfahrten begeistern jedes Jahr über eine Million Deutsche, die ihren Urlaub auf hoher See und auf den großen Flüssen dieser Erde erleben.

AZUR ist kein Reisemagazin im üblichen Sinne.
AZUR ist wie Kreuzfahrten – einfach Lifestyle pur!

AZUR verbindet die Faszination Kreuzfahrt mit der glamourösen Welt der Stars. Traumhafte Reiseziele aus der Sicht von Prominenten, Landgänge mit exklusiven Shopping-Tipps, kulinarische Highlights oder Wellness & Fitness an Bord – AZUR ist für Menschen gemacht, die genießen können.

Diese einzigartige Kombination aus Leben und Meer ergänzt ein in der Branche einmaliger Serviceteil, der für ausgesuchte Fahrtgebiete alle Schiffe, alle Routen, alle Termine und alle Preise übersichtlich listet.

Im weiter boomenden deutschen Kreuzfahrtenmarkt (1,7 Mrd. € Umsatz + 18,9 % Passagierzuwachs*) setzt AZUR die journalistischen Akzente, die eine immer anspruchsvollere Klientel von Passagieren erwarten darf.

AZUR – klüger kreuzen!



* Quelle: DRV-Studie Kreuzfahrtenmarkt 2008

Verlag: DMG Deutsche Mediengestaltung GmbH,
Schedestraße 7, 20251 Hamburg

Postadresse: AZUR – Das Kreuzfahrtmagazin
Große Elbstraße 131, 22767 Hamburg

Internet: www.azur.de

Herausgeber: Josef Depenbrock

Chefredaktion: Oliver Scholl

Geschäftsführung: Josef Depenbrock

Anzeigenverkauf: Tel. 040 – 432 66 550,
Fax 040 – 432 66 549
anzeigen@azur.de

Bankverbindung: Commerzbank AG Hamburg,
BLZ 200 400 00, Konto-Nr. 6251425

Zahlungsbedingungen:

Der Rechnungsbetrag ist fällig, ohne jeden Abzug,
bis 14 Tage nach EVT.

Bei Zahlungseingang bis EVT wird ein Skontoabzug
in Höhe von 2 % gewährt.

Agenturprovision: 15 %

Jahrgang: 4. Jahrgang

Erscheinungsweise: 4-mal jährlich

Druckauflage: 40.000 Exemplare

Heftumfang: mind. 132 Seiten

Über 1,3 Million deutsche Kreuzfahrtgäste auf Meeren und Flüssen

Der Boom auf dem Kreuzfahrtenmarkt hält an. Im letzten Jahr konnten allein die Veranstalter von Hochseekreuzfahrten in Deutschland ihr **Umsatzplus um 17,8 Prozent** zum Vorjahr auf **1,7 Milliarden Euro** steigern. Dem zugrunde liegt eine kontinuierliche Entwicklung, die seit fast zehn Jahren anhält. Die Order von weltweit über 20 neuen Kreuzfahrtschiffen bis 2012 belegt das **rasante Wachstum** der Branche.

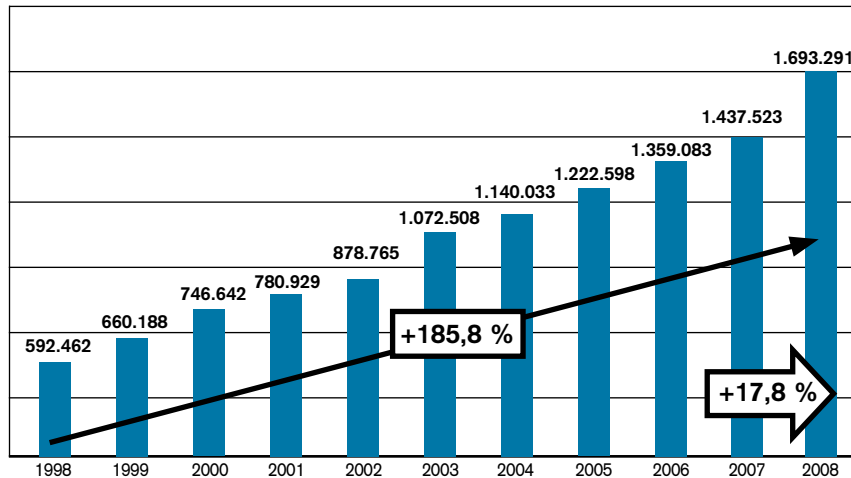
Dazu wird in Deutschland die Zahl der Passagiere auch 2010 wieder die **Million** überschreiten – Tendenz weiter steigend (Gästезahl 2008: 1,3 Mio.).

AZUR spricht Leser an, die derzeit den durchschnittlichen **Reisepreis von 1868 Euro** pro Person in eine neuntägige Kreuzfahrtreise investieren. Dabei liegt das Verhältnis von männlichen und weiblichen Passagieren durch das paargebundene Buchungsverhalten bei nahezu 50 Prozent.

Mit durchschnittlich 49 Jahren wird die besonders unabhängige, kaufkräftige Zielgruppe der „Best-Ager“ angesprochen, für die anspruchsvoller Urlaub Lebensqualität bedeutet.

Zehn-Jahres-Entwicklung des Hochsee-Umsatzes 1997 – 2008

Angaben in Tausend Euro

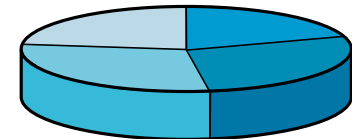


* Quelle: DRV-Studie Kreuzfahrtenmarkt 2008

Passagierzahlen (Hochsee) nach Kategorien 2008

de Luxe: 21,1 %
(2008: 22,6 %)

Budget: 21,9 %
(2008: 20,5 %)



Premium: 29,4 %
(20068: 29,7 %)

Standard: 27,6 %
(2008: 27,2 %)

Basis: 906.620 Passagiere
(2008: 762.753 Passagiere)

Budget = 75 bis 125 Euro*
 Standard = 126 bis 175 Euro*
 Premium = 176 bis 250 Euro*
 de Luxe = über 250 Euro*

* jeweils Tagesrate

	Ausgabe	EVT	AS/DU	Themenschwerpunkte
FRÜHJAHR	02/10*	11.3.10	19.2./24.2.10	Mittelmeer-Extra: Top 50-Schiffe. Plus die besten Reedereien mit Routen + Preisen. Schwerpunkt: Familien-Kreuzfahrten
SOMMER	03/10*	10.6.10	16.5./21.5.10	Übersee: Top 50-Schiffe, Reiseveranstalter als Kreuzfahrtspezialisten im Vergleich. Schwerpunkt: Abenteuer-Kreuzfahrten
HERBST	04/10*	9.9.10	18.8./24.8.10	Karibik-Spezial: Top 50-Schiffe, Großer Airline-Test der Kreuzfahrtzubringer. Schwerpunkt: Ab in die Sonne – Winterkreuzfahrten
WINTER	01/11*	9.12.10	17.11./23.11.10	Nordeuropa: Top 50-Schiffe, Nordlandexperten im Überblick, die schönsten Routen. Schwerpunkt: Weltreisen

* AZUR erscheint 4-mal jährlich mit den Ausgaben N° 1 bis N° 4

Themenänderungen vorbehalten.

1/1 Seite, 4c/sw

Anschn. 212 mm b x 270 mm h
Satzsp. 175 mm b x 240 mm h
€ 7.800,-

**2/1 Seite, 4c/sw**

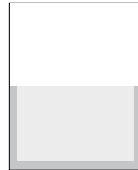
Anschn. 424 mm b x 270 mm h
Satzsp. 392 mm b x 240 mm h
€ 15.600,-

**1/2 Seite hoch, 4c/sw**

Anschn. 106 mm b x 270 mm h
Satzsp. 87,5 mm b x 240 mm h
€ 3.900,-

**1/2 Seite quer, 4c/sw**

Anschn. 212 mm b x 135 mm h
Satzsp. 175 mm b x 120 mm h
€ 3.900,-

**Mengenstaffel**

2 Seiten	5%
4 Seiten	7%
6 Seiten	10%

Malstaffel*

4x	5%
6x	7%
8x	10%

* Nur bei Buchungen mit gleichem Format

SONDERPLATZIERUNGEN

2. und 4. Umschlagseite € 9.300,-

3. Umschlagseite ohne Aufschlag

Nachlässe bei Abnahme innerhalb
von 12 Monaten

Anschnittgefährdete Elemente mind.
8 mm vom Beschnitt nach innen legen
und 10 mm aus dem Bund. Bei ange-
schnittenen Formaten + 5 mm Beschnitt-
zugabe an den Außenseiten.

Alle Anzeigen werden unabhängig von ih-
rer Farbigkeit nach Format abgerechnet.

Kein Preisaufschlag für Anzeigen im
Anschnitt.

Kleinere Formate: Preis auf Anfrage.

Alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.

Heftformat: 212 mm breit x 270 mm hoch

Satzspiegel: 175 mm breit x 240 mm hoch

Anschnitt/Druck bis in den Bund: Wegen unterschiedlicher Heftstärken müssen bei der Anlage der Repro-Vorlagen anschnittgefährdete Elemente an den Seiten mindestens 8 mm vom Beschnitt nach innen gelegt werden und 6 mm aus dem Bund pro Seite. Bei angeschnittenen Formaten + 5 mm Beschnittzugabe an den Außenseiten.

Druck: Rollenoffset-Druck

Raster: 70er Raster

Druckunterlagen: Wir bitten Sie, uns Druckunterlagen grundsätzlich nur digital für Macintosh anzuliefern. Bitte beachten Sie, dass sämtliche für das Dokument benötigten Schriften und Bilddaten enthalten sind.

Die Herstellung von Druckunterlagen nach Vorlagen ist gegen Berechnung möglich.

Standardformat: Standardformat für die Anlieferung digitaler Daten ist das PDF X-3:2002 (Acrobat 8.0). Bitte übersenden Sie uns parallel Farbausdrucke oder Proofs.

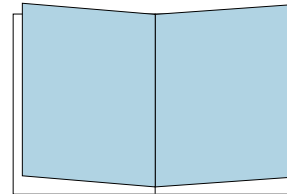
Sonstige Formate: Illustrator 8 bis 12,
Photoshop 5 bis 9, InDesign 4

Datenträger: CD-ROM/DVD

FTP-Empfang: Zugangsdaten auf Anfrage
Ansprechpartner im Verlag: Gaby Krabbe
Tel. 040 – 432 66 550, Fax 040 – 432 66 549
krabbe@azur.de

BEIHEFTER

Umfang	Preis inkl. Druck durch AZUR bei Anlieferung druckfertiger Daten, 4c	Preis bei Anlieferung des kompl. Beihefters an unsere Druckerei
	€	€
4 Seiten	14.500,-	9.500,-
8 Seiten	21.500,-	12.500,-
12 Seiten	24.500,-	14.500,-



Format: 212 mm breit x 270 mm hoch + 5 mm Beschnitt. Andere Formate auf Anfrage.

Liefertermin: Druckfähige Daten eine Woche vor Anzeigenschluss. Liefertermin des kompletten Beihefters zum Anzeigenschluss an die Druckerei.

Produktion: Komplette Gestaltung und Herstellung durch den Verlag möglich, Preise auf Anfrage. Andere Umfänge und Sonderausstattungen ebenfalls auf Anfrage.

Rabatte: Beihefter und Beileger sind nicht rabatt-, aber provisionsfähig.

Buchungsschluss: Für Beilagen, Beihefter und Beikleber eine Woche vor Anzeigenschluss.

Druckauflage: Für Beihefter, Beilagen und Beikleber 40.000 Exemplare.

Wichtig! Vor Auftragsannahme und -bestätigung von Beilagen und Beiheftern ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters, beim Verlag mit Größen- und Gewichtsangaben erforderlich.

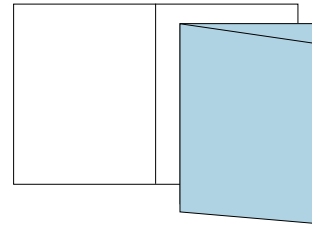
Der Verlag verteilt die Beilagen und Beihefter mit geschäftsüblicher Sorgfalt.

BEILAGEN

Gewicht	Preis pro 1000 Gesamtauflage
bis 25 g	€ 80,-
bis 50 g	€ 95,-

Höhere Gewichte auf Anfrage.

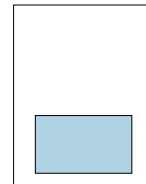
Formate: Mindestformat: 105 mm breit x 148 mm hoch
Höchstformat: 204 mm breit x 266 mm hoch

**BEIKLEBER**

(nur in Verbindung mit 1/1 Seite Trägeranzeige)

€ 11.500,-

Formate: Postkarte/148 mm breit x 105 mm hoch.
Andere Formate auf Anfrage.

**Lieferanschrift für Beilagen, Beihefter und Beikleber auf Anfrage.**

Anlieferung: Die genauen Verpackungsrichtlinien erfragen Sie bitte im Anzeigenverkauf.

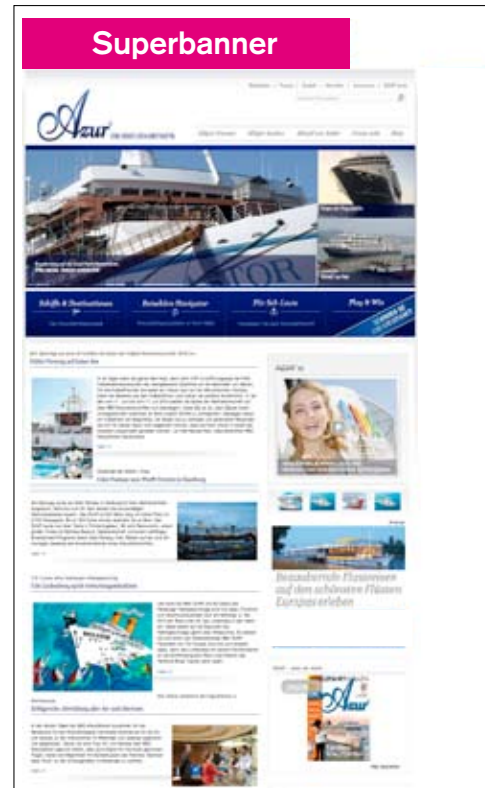
Die einzelnen Pakete und Lieferscheine müssen deutlich mit Mengenangaben und dem Vermerk „Beihefter in AZUR, Heft-Nr. ... vom...“ versehen sein.

Die Anlieferung erfolgt frei Lieferanschrift.

AZUR° im Internet

AZUR° - Die Kreuzfahrtseite ist das wichtigste Informations-Portal für Kreuzfahrten in Deutschland. Täglich neu, immer aktuell sind hier die wichtigsten News aus der ganzen Welt der großen Cruise Liner und eleganten Flussschiffe zu finden. Nachrichten, Web-Videos, Kurz-Reportagen zu Schiffsneubauten, Veränderungen im Markt oder Entwicklungen in der Branche werden durch die größte, deutschsprachige Schiffsdatenbank und den schnellen AZUR°-Reisebüro-Navigator ergänzt. AZUR° - Die Kreuzfahrtseite ist ein ideales Werbemedium für End- und Businesskunden, perfekte abgestimmt auf das Printprodukt. Natürlich mit AZUR!-Links zu Facebook-, YouTube- und Twitter.

www.azur.de



SUPERBANNER

Format (Breite x Höhe):
468 x 60 Pixel
und
728 x 90 Pixel

Dateigröße:
max. 20 kb

Preis pro Woche:
Startseite: € 250,-
Unterseiten: € 150,-

Dateiformate:
jpg, gif, html, swif

Double-Superbanner



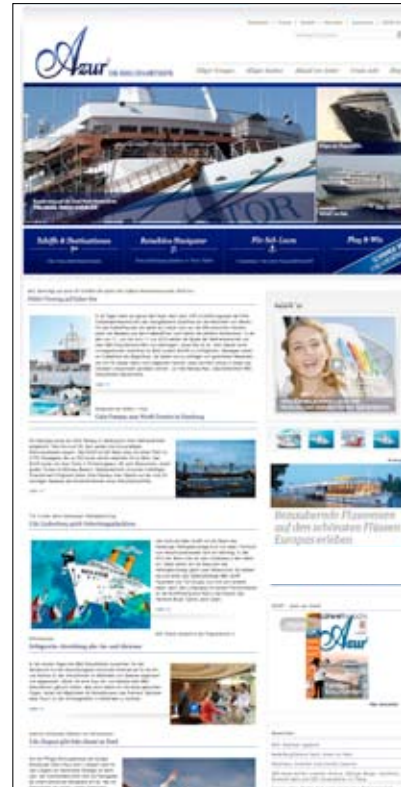
DOUBLE-SUPERBANNER

Format (Breite x Höhe):
728 x 180 Pixel

Dateigröße:
max. 40 kb

Preis pro Woche:
Startseite: € 400,-
Unterseiten: € 275,-

Dateiformate:
jpg, gif, html, swif



Skyscraper

SKYSCRAPER

Format (Breite x Höhe):
120 x 600 Pixel
und
160 x 600 Pixel

Dateigröße:
max. 30 kb

Preis pro Woche:
Startseite: € 300,-
Unterseiten: € 175,-

Dateiformate:
jpg, gif, html, swif

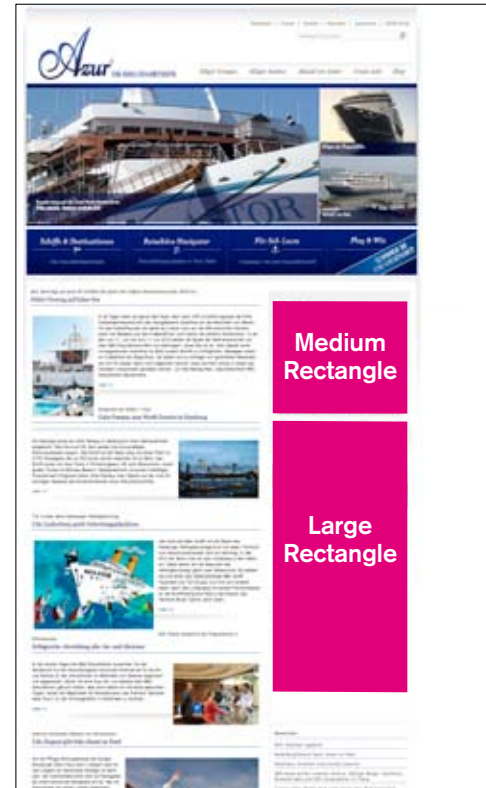
**WALLPAPER**

Format:
individuell

Dateigröße:
max. 60 kb

Preis pro Woche:
Startseite: € 750,-
Unterseiten: € 500,-

Dateiformate:
jpg, gif, html, swif

**MEDIUM RECTANGLE**

Format (Breite x Höhe):
300 x 250 Pixel

Dateigröße:
max. 25 kb

Preis pro Woche:
Startseite: € 400,-
Unterseiten: € 275,-

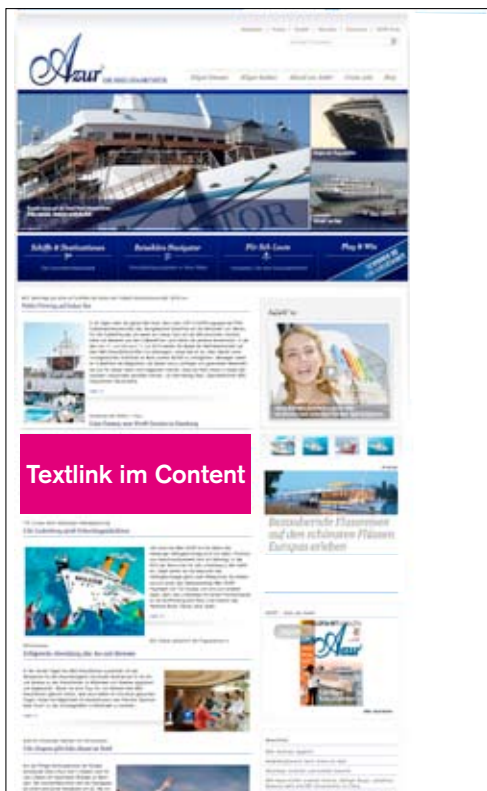
LARGE RECTANGLE

Format (Breite x Höhe):
300 x 500 Pixel

Dateigröße:
max. 50 kb

Preis pro Woche:
Startseite: € 750,-
Unterseiten: € 500,-

Dateiformate:
jpg, gif, html, swif



Textlink im Content

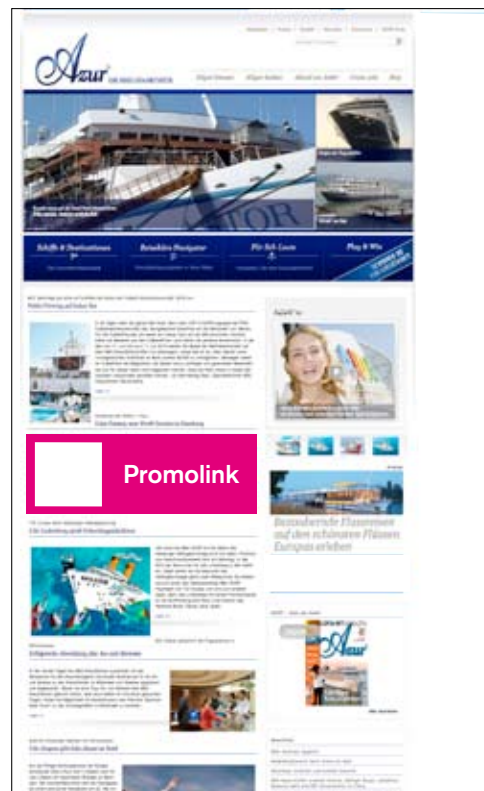
TEXTLINK IM CONTENT

4 Zeilen à 50 Zeichen

Preis pro Woche:

Startseite: € 250,-

Unterseiten: € 150,-



Promolink

PROMOLINK

2 Zeilen à 75 Zeichen
+ Logo nicht animiert
115 x 40

Dateigröße:

max. 15 kb

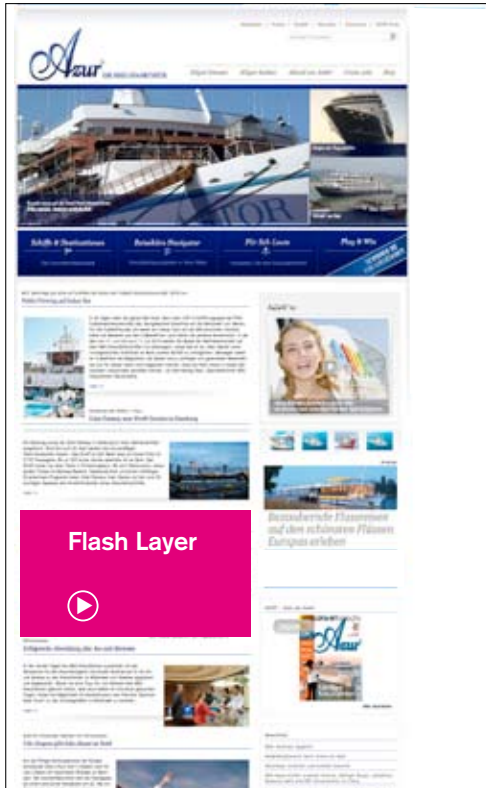
Preis pro Woche:

Startseite: € 250,-

Unterseiten: € 150,-

Dateiformate:

jpg, gif, html, swif



FLASH-LAYER

Format (Breite x Höhe):
400 x 400 Pixel

Dateigröße:
max. 50 kb

Preis pro Woche:
Startseite: € 950,-

Dateiformate:
jpg, gif, html, swif

POP-UNDER

Beim Pop-Under wird die Werbebotschaft in einem eigenen Browser-Fenster präsentiert. Dieses öffnet sich automatisch beim Aufruf einer Website und legt sich hinter die Seite. Erst beim Schließen der aufgerufenen Contentseite wird das Pop-Under wieder sichtbar.

Format (Breite x Höhe): 800 x 600 Pixel

Dateigröße: max. 50 kb

Preis pro Woche: Startseite: € 950,-

INTERSTITIAL

Das Interstitial ist eine Art „Werbeunterbrechung“ im Netz. Wechselt ein User beispielweise von einer Seite zur nächsten, schaltet sich die Botschaft des Werbetreibenden dazwischen. Das Interstitial verschwindet nach 10 Sekunden und gibt Inhalte der Seite frei.

Format (Breite x Höhe): 800 x 600 Pixel

Dateigröße: max. 50 kb

Preis pro Woche: Startseite: € 1000,-

MICROSITE

Eine Microsite ist eine eigene Website mit weiterführenden Inhalten auf dem Werbeträger, auf die der User gelangt, sobald er auf ein Werbemittel geklickt hat. Microsites sind vor allem geeignet für Promotion-Aktionen, Gewinnspiel und andere Below-the-Line-Maßnahmen, bei denen kein direkter Link auf die Homepage des Werbetreibenden erfolgen soll.

Format: individuell, Dateigröße: individuell, Preis: auf Anfrage

Dateiformate: jpg, gif, html, swif

Für alle Anzeigen- und Beilagenaufträge gelten mit ihrer Erteilung die Konditionen der Preisliste, der allgemeinen Geschäftsbedingungen und der zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages. Für den Verlag sind davon abweichende Bedingungen des Auftraggebers unverbindlich, wenn dieser nicht binnen einer Woche nach der Auftragsbestätigung durch den Verlag schriftlich widerspricht.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

Ziffer 1: „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

Ziffer 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.

Ziffer 3: Bei Abschluss 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.

Ziffer 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 tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

Ziffer 5: Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeter dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

Ziffer 6: Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

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

Ziffer 8: Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze 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 Modells der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen.

Ziffer 9: 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. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen 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.

Ziffer 10: 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. 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 hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige 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. 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 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 auf den vorhersehbaren 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.

Ziffer 11: 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.

Ziffer 12: Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zu Grunde gelegt.

Ziffer 13: Die Preise ergeben sich aus der jeweils gültigen Preisliste. Sie bestimmen sich nach dem vom Auftraggeber gewählten Format, das einem der in der Preisliste angegebenen Formate entsprechen muss. Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge, nicht jedoch vor Ablauf von drei Monaten nach Bekanntgabe.

Ziffer 14: 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 an laufender Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

Ziffer 15: Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages 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 offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

Ziffer 16: Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. 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.

Ziffer 17: Kosten für die Anfertigung bestellter Gestaltungen, Scans, Bildbearbeitung, Erstellung von PDF-Dateien sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

Ziffer 18: Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisermäßigung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisermäßigung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren: 20 v.H., bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren: 15 v.H., bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren: 10 v.H., bei einer Auflage über 500.000 Exemplaren: 5 v.H. beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisermäßigungsansprüche 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.

Ziffer 19: Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmannes an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 überschreiten, sowie Waren, Bücher, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

Ziffer 20: Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach der erstmaligen Veröffentlichung der Anzeige.

Ziffer 21: Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen wird als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart, wobei die sachliche Zuständigkeit des für den Sitz des Verlages zuständigen Amtsgerichtes ohne Rücksicht auf den Streitwert vereinbart wird. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden können, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder

gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich der bundesdeutschen Zivilprozessordnung verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart. Es gilt deutsches Recht.

Zusätzliche Bedingungen des Verlages:

a) Die allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beihefter oder technische Sonderausführungen. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.

b) Die Werbungsmitler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preislisten des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

c) 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 zugelieferten Werbemittel. Durch die Erteilung des Anzeigenauftrags verpflichtet sich der Inserent, insbesondere die Kosten einer Veröffentlichung einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächlichen Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs. 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 hält den Verlag auch von allen Ansprüchen aus Verstößen gegen das Urheberrecht frei. Ist der Auftraggeber, insbesondere wegen wettbewerbsrechtlicher Unzulässigkeit einer Anzeige abgemahnt worden oder hat er bereits eine Unterlassungsverpflichtungserklärung bzgl. bestimmter Anzeigen (-inhalte) abgegeben, ist der Auftraggeber verpflichtet, den Verlag unverzüglich schriftlich darüber zu informieren. Unterlässt der Auftraggeber diese Obliegenheitspflicht, kann der Verlag schon aus diesem Grund jede Mithaftung für den dem Auftraggeber durch eine wiederholte Veröffentlichung der beanstandeten Anzeigen (-inhalte) entstehenden Schaden verweigern. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung 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 Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.

d) Bei Betriebsstörungen, wie etwa dem unverschuldeten Ausfall der Druckmaschinen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen - sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, deren sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient - hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen. Bei einer verzögerten Auslieferung erwachsen dem Auftraggeber gleichfalls keine Ersatzansprüche. Im übrigen ist der Verlag in den genannten Fällen bei höherer Gewalt wie auch vom Verlag unverschuldeten Arbeitskampfmaßnahmen von der Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistungen von Schadensersatz entbunden. Für nicht rechtzeitig oder überhaupt nicht veröffentlichter Anzeigen bzw. Beilagen wird ebenfalls kein Schadensersatz geleistet.

- e) Sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist, treten neue Tarife bei Preisanpassungen auch für laufende Aufträge sofort in Kraft; wird die Anzeigenpreisliste geändert, so treten die neuen Bedingungen auch bei laufenden Anzeigenaufträgen sofort in Kraft.
- f) Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungstreibenden 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 Insertionsjahres 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.
- g) 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, insbesondere Ansprüche auf Zahlung von Schadensersatz, Vertragsstrafe, Ordnungsgeld sowie Erstattung von Anwalts- und Gerichtskosten, 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 Zusicherung des Vertriebsleiters oder sonst dafür Verantwortlichen über die rechtliche Zulässigkeit abhängig zu machen und/oder auf Kosten des Auftraggebers die Werbevorgabe von einer sachverständigen Stelle auf die rechtliche Zulässigkeit überprüfen zu lassen.
- h) Nach Anzeigenschluss sind Sistierungen, Änderungen von Größen, Formaten und der Wechsel von Farben nicht mehr möglich. Bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen oder fernmündlich erteilten Korrekturen haftet der Verlag nicht für die Richtigkeit der Wiedergabe. Eine Haftung wird auch nicht übernommen, wenn sich Mängel an der Vorlage erst bei der Reproduktion oder beim Druck zeigen. Der Werbungstreibende hat bei ungenügendem Abdruck dann keine Ansprüche. Evtl. entstehende Mehrkosten müssen weiter berechnet werden.
- i) Der Verlag übernimmt keine Gewähr, wenn durch eine verspätete Anlieferung der Druckunterlagen vereinbarte Platzierungen nicht eingehalten werden können und eine Minderung der Druckqualität eintritt.
- j) Für Druckunterlagen jeglicher Art erlischt nach 8 Wochen die Aufbewahrungspflicht, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist.
- k) Bei Anlieferung fertiger Filmsätze gelten für die technische Abwicklung besondere Bedingungen. Hierüber informiert der Verlag auf Anfrage.
- l) Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen in Supplements und Sonderveröffentlichungen Sonderpreise festzulegen.
- m) Sind etwaige Mängel der Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist.
- n) Bei Wortanzeigen und bei privaten Gelegenheitsanzeigen besteht kein Anspruch auf Belegausschnitt.
- o) Im Rahmen der Geschäftsbedingungen bekannt gewordenen Daten werden mit Hilfe der EDV bearbeitet und gespeichert. Die Daten werden zu keinem anderen als zu den Vertragszwecken verwendet.
- p) Abbestellungen müssen schriftlich erfolgen. Bei Abbestellung einer Anzeige kann der Verlag die entstandenen Satzkosten berechnen.
- q) Die telefonische Abnahme von Anzeigentexten geschieht nur auf Wunsch und Gefahr des Bestellers. Für Fehler durch schlecht geschriebene Manuskripte oder telefonisch veranlasste Änderungen kann nicht gehaftet werden, ebenso wenig berechtigten Wiedergabebefehle bei zu spät (nach Anzeigenschluss) eingereichten (Korrektur-) Manuskripten den Auftraggeber zu Rechnungskürzungen. Dies gilt nicht bei grobfahrlässigem Verhalten der Verlagsmitarbeiter.
- r) Beilagenaufträge und Separatverteilungen können vom Verlag nur dann sachgerecht durchgeführt werden, wenn das Verteilgut ordnungsgemäß verpackt, abgezählt und mit den Stückzahlen pro Gebinde beschriftet, unbeschädigt und genau gefalzt ist, sowie rechtzeitig an die betreffende Geschäftsadresse angeliefert wird. Bei Abnahme von angelieferten Prospekten kann für deren Stückzahl im Voraus keine Garantie übernommen werden, weil ein sofortiges Auszählen unmöglich ist. Lieferscheine werden deshalb unter Vorbehalt unterschrieben. Fracht- und Zustellkosten, etc. gehen bei allen Aufträgen grundsätzlich zu Lasten des Auftraggebers. Der Verlag behält sich vor, in die gleiche Ausgabe weitere Beilagen - auch branchengleiche- einzulegen. Der Verlag hat bei technischen Schwierigkeiten das Recht, den Beilagenauftrag auf verschiedene Termine aufzuteilen. Der Verlag verteilt die Beilagen mit der geschäftlichen Sorgfalt, wobei bis zu 3 % Fehlzustellungen oder Verlust als verkehrsüblich gelten.
- s) Der Verlag behält sich das Recht vor, die Berichtigung (Gutschriften, Nachberechnungen) fehlerhafter Auftragsabrechnungen innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung vorzunehmen.
- t) Unerwünschte Druckresultate, die sich auf eine Abweichung des Kunden von diesen technischen Angaben zur Erstellung und Übermittlung zurückführen lassen, führen zu keinem Preiserminderungsanspruch. Der Kunde hat digital übermittelte Druckunterlagen frei von so genannten Computerviren und sonstigen Schadensquellen zu liefern. Digital übermittelte Druckvorlagen für Farbanzeigen können nur mit einem auf Papier gelieferten Farb-Proof zuverlässig verarbeitet werden. Ohne Farb-Proof sind Farbabweichungen unvermeidbar, die keinen Preiserminderungsanspruch auslösen.

www.azur.de