

JOY

DAS TRENDMAGAZIN FÜR FRAUEN

ANZEIGENPREISLISTE NR. 18/GÜLTIG AB 1. JANUAR 2012



INHALT

2	<u>REDAKTIONELLES KONZEPT</u>	9	<u>AD SPECIALS/BEILAGEN</u>
3	<u>LESERPROFIL</u>	10	<u>AD SPECIALS/BEIHEFTER</u>
4	<u>ALLGEMEINE VERLAGSANGABEN</u>	11	<u>AD SPECIALS/BEIKLEBER</u>
5	<u>FORMATE UND ANZEIGENPREISE</u>	12	<u>AD SPECIALS/WARENPROBEN</u>
6	<u>TERMINE GESAMTAUSGABE 2012</u>	13	<u>PROMOTION</u>
7	<u>REPROECKDATEN</u>	14	<u>ONLINE/iPAD/FACEBOOK</u>
8	<u>AD SPECIALS/ABWICKLUNG</u>	15	<u>ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN</u>
		16	<u>IHRE ANSPRECHPARTNER</u>



www.joy.de



MARQUARD MEDIEN

www.mvg.de



JOY – das Trendmagazin für Frauen mit dem ultimativen Gute-Laune-Kick!

Der Name **JOY** ist Programm. Auf jeder Seite in **JOY** – beginnend mit dem Cover – schwingt Freude durch das Heft. **JOY** ist das Trendmagazin, das modernen und dynamischen Frauen einen schicken Themenmix mit raffinierten Beauty-Looks, den hippesten Fashion-Trends, originellsten People-Stories und den smartesten Strategien fürs Liebesleben bietet – und so den **JOY**-Leserinnen garantiert, dass sie wirklich zu den Trendsetterinnen gehören. Mit diesem einzigartigen Heftkonzept geht **JOY** sehr konkret auf die Bedürfnisse von Frauen ein und macht sie rundum glücklich.

Der großartige Erfolg von **JOY** in Deutschland ist die Grundlage für die Internationalisierung des Trendmagazins. **JOY** hat bereits mit 12 Ausgaben in 18 Ländern (Oktober 2011) ebenso erfolgreich den Siegeszug begonnen. **JOY** to the world!

Gerald Büchelmaier, Chefredakteur

JOY-Leserinnen sind Trend-Ikonen!

	Frauen	JOY	Jolie	Maxi	InStyle	Glamour
Frauen ab 14 Jahren in Tsd.	33.185	749	737	857	1.189	1.293
Struktur in %	100	100	100	100	100	100
Alter						
14 – 19 Jahre	4	13	15	7	9	11
20 – 29 Jahre	15	49	52	25	37	46
30 – 39 Jahre	13 } 47	17 } 80	13 } 78	17 } 64	21 } 77	15 } 77
40 – 49 Jahre	19	14	13	22	19	16
50 Jahre +	49	7	6	28	14	12
Schul- und Berufsausbildung						
Haupt- & Volksschule	43	26	24	36	23	23
höhere Schule ohne Abitur	36	38	41	39	41	41
Abitur mit/ohne Studium	21	36	35	25	36	36
Haushaltsnettoeinkommen						
Bis unter € 1.500	25	21	20	22	18	20
€ 1.500 bis unter € 2.500	31	25	24	28	26	23
€ 2.500 und mehr	44	54	55	50	56	56

Quelle: AWA 2011, Basis: Frauen D 14+ Jahre

Verlag	MARQUARD MEDIA AG Baarerstrasse 22 CH-6300 Zug	Anzeigenpreise	Anzeigen 1/1 Seite, 2c/3c/4c/sw € 25.800,- Eine vollständige Übersicht sämtlicher Anzeigenpreise sowie der Formate auf Seite 5.
Anzeigenverwaltung	MVG Medien Verlagsgesellschaft mbH & Co. Arabellastraße 33, 81925 München Postfach 81 06 80, 81906 München Telefon +49 (0) 89 92 34-0 Fax +49 (0) 89 92 34-183 (-668 Herstellung)	Rabatte	<u>Mengentarif</u> 3 Seiten = 5% 6 Seiten = 10% 9 Seiten = 12% 12 Seiten = 15% 18 Seiten = 18% 24 Seiten = 21%
Bankverbindung	HypoVereinsbank München Konto 4320 233 157, BLZ 700 202 70	Agenturvergütung	Wird gewährt bis zu maximal 15%.
Zahlungsbedingungen	Innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungseingang netto ohne Abzug; bei Vorauszahlung bis zum Erscheinungstermin 2% Skonto, sofern keine älteren Rechnungen offenstehen. Verzugszinsen lt. Ziffer 13 der allgemeinen Geschäftsbedingungen: 4,5% über dem jeweils gültigen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank. Alle Preise sind Nettopreise. Es wird die gesetzliche MwSt. aufgeschlagen.	Marquard Medien Kombinationsrabatte	Kombinationen möglich mit COSMOPOLITAN und SHAPE Auf jede parallele Zweierkombination erhalten Sie 2% Kombinationsrabatt. Auf jede parallele Dreierkombination erhalten Sie 4% Kombinationsrabatt.
Geschäftsbedingungen	Für Anzeigenaufträge gelten im Übrigen die auf der Innenseite des Umschlags abgedruckten allgemeinen Geschäftsbedingungen.	Anzeigenstrecken	Rabatte für Anzeigenstrecken auf Anfrage. Eine Anzeigenstrecke gilt ab 5 Seiten.
Erscheinungsweise Termine	monatlich, Freitag Detaillierte Erscheinungs-, Anzeigenschluss- und Rücktrittstermine auf Seite 6.	Kulturrabatt	20%
Garantierte verkaufte Auflage	gemäß Ziffer 15 AGB	Sonderplatzierungen	<ul style="list-style-type: none"> • 2. Umschlagseite + Seite 3 € 64.500,- • 4. Umschlagseite € 33.540,- • vor/neben Editorial/Inhalt € 30.960,- • bis Seite 31 € 29.670,- • 1. Anzeige im Fashion-Umfeld € 28.380,- • 1. Anzeige im Beauty-Umfeld € 28.380,-
Seitenlayout	Heftformat: 168 mm breit, 223 mm hoch Satzspiegel: 138 mm breit, 190 mm hoch Detaillierte Angaben auf Seite 5.	Keine Platzierungszusagen bei seitenanteiligen Anzeigen möglich. Konkurrenz- und Themenausschluss können wir nicht gewähren.	

FORMATE UND ANZEIGENPREISE



Seiten Seitenteile	Anzeigenformate Satzspiegel		Anzeigenformate angeschnitten ¹⁾		Anzeigenpreise 2c/3c/4c/sw in €
	Breite mm	Höhe mm	Breite mm	Höhe mm	
1/1 Seite	138	190	168	223	25.800,-
2/3 2-spaltig	92	190	112	223	20.640,-
1/2 hoch quer	69 138	190 95	84 168	223 111,5	15.480,-
1/3 hoch quer	46 138	190 63	56 168	223 74	10.320,-
Seiten	Bunddurchdruck Satzspiegel		Bunddurchdruck angeschnitten ²⁾		Anzeigenpreise €
2/1 Seiten	306	190	336	223	51.600,-

¹⁾ Zu diesen Maßen ist die Beschnittzugabe (je 4 mm oben, unten, rechts und links) hinzuzurechnen. Wichtige Text- und Motivteile müssen mindestens 5 mm vom Beschnitt entfernt sein.

²⁾ Text, der über Bund läuft, muss pro Seite je 4 mm aus der Mitte gerückt werden. Bei Bildmotiven über Bund empfehlen wir pro Seite 3 mm optischen Überfüller.

Für Anschnitt wird kein Zuschlag berechnet. Detaillierte Reproekdaten siehe Seite 7.

Sonderformate und Sonderwerbeformen auf Anfrage.

Bei JOY sind Teilbelegungen auf Anfrage möglich.

Bitte wenden Sie sich an unsere Disposition, Tanja Schneider, Tel. 0 89/ 92 34-207.

Für eine Teilbelegung in der Schweiz wenden Sie sich bitte an:

RAVERTA MARKETING, Ruth Mumenthaler

Bellerivestrasse 65, CH-8034 Zürich

Telefon +41 (0) 44 383 62 61, Fax +41 (0) 44 383 37 11

raverta@bluewin.ch

Nr.	EVT	KW	Anzeigenschluss/ Rücktrittstermine*	Druckunterlagen digitale Daten**	Anzeigenschluss Sonderinsertion	Anlieferung Beihefter, Beikleber, Beilagen, Warenproben
02/2012	06.01.2012	01	30.11.2011	05.12.2011	03.11.2011	20.12.2011
03/2012	10.02.2012	06	05.01.2012	10.01.2012	09.12.2011	24.01.2012
04/2012	09.03.2012	10	02.02.2012	07.02.2012	06.01.2012	21.02.2012
05/2012	13.04.2012	15	07.03.2012	12.03.2012	09.02.2012	26.03.2012
06/2012	11.05.2012	19	05.04.2012	10.04.2012	08.03.2012	23.04.2012
07/2012	08.06.2012	23	02.05.2012	07.05.2012	05.04.2012	22.05.2012
08/2012	06.07.2012	27	31.05.2012	05.06.2012	04.05.2012	19.06.2012
09/2012	10.08.2012	32	05.07.2012	10.07.2012	08.06.2012	24.07.2012
10/2012	07.09.2012	36	02.08.2012	07.08.2012	06.07.2012	21.08.2012
11/2012	05.10.2012	40	30.08.2012	04.09.2012	03.08.2012	17.09.2012
12/2012	09.11.2012	45	04.10.2012	09.10.2012	07.09.2012	23.10.2012
01/2013	07.12.2012	49	02.11.2012	06.11.2012	05.10.2012	20.11.2012

* Bitte beachten Sie, dass der Anzeigenschluss für Umschlagseiten 10 Tage vor dem regulären Anzeigenschluss ist.

** Bitte beachten Sie unsere Informationen für die Datenübernahme auf Seite 7.

Bei Auftragserteilung nach Anzeigenschluss und bei verspäteter Druckunterlagenabgabe kann keine Platzierungszusage gegeben werden.
Bei Anlieferung nach dem offiziellen Vorlagentermin kann der Verlag nicht die volle Qualitätsgarantie übernehmen.

Druck	Umschlag Inhalt	= Bogenoffset = Tiefdruck
Verarbeitung	Hotmelt-Klebebindung	
Papier	Umschlag Inhalt	= 170 g/m ² holzfrei Bilderdruck = 70 g/m ² LWC aufgebessert

Anlieferung Druckunterlagen

Digitale Druckunterlagen-Annahme über www.duon-portal.de
support@duon-portal.de
Tel.-Hotline: +49 (0) 40 37 41-17 50

Druckunterlagen (Proofs und Daten) auch an: m2p Medienfabrik GmbH
Wolfgang Hegendörfer
Lina-Ammon-Str. 22
D-90471 Nürnberg



Terminabsprachen

Bitte über den Verlag: Andreas Hofner
Telefon +49 (0) 89 92 34-152
Fax +49 (0) 89 92 34-668
andreas.hofner@mvg.de

Druck

Burda Druck GmbH, Büro Nürnberg
Mainstraße 20, D-90451 Nürnberg

Motivwiederholungen

Wiederholungsmeldungen bitte bis spätestens zu Druckunterlagenschluss per Fax oder E-Mail an den Verlag. Bekommen wir keine schriftliche Meldung, wird automatisch das zuletzt eingesetzte Motiv verwendet.

Digitale Druckvorlagen

Digital-Proof-Verfahren

Epson/Canon
Das Proof muss von den mitgelieferten Daten hergestellt sein.

Farbraumanpassungen: Für Tiefdruck/Inhalt

Prozess-Standard
Für Epson 4800/7800/980

Tiefdruck
PSR_LWC_PLUS_Ex800_GMGsemimatte250_V2.mx4
PSR_LWC_PLUS_Ex880_GMGsemimatte250_V2.mx4
PSR_LWC_PLUS_V2_PT.icc

Für Offset/Umschlag

ICC-Profil
ECI ISO Coated v2
Daten und Proof im Eurostandard

Empfohlene Datenformate Tiefdruck/Offset PDF/X3

Auflösung Bildbestandteile Linework CT: 120 l/cm LW: 360 l/cm

Datenträger CD-ROM (ISO 9660), DVD-ROM (ISO 9660)

E-Mail

Wolfgang.Hegendoerfer@media2print.de
Daten bis zu einer Größe von maximal 15 MB können per E-Mail gesendet werden.

Übertragung ftp

ftp.Media2Print.de
user: gast
Passwort: auf Anfrage
Bitte Übertragung vorab per E-Mail ankündigen:
Wolfgang.Hegendoerfer@media2print.de
Wenn Sie Fragen zur ftp-Übertragung haben, rufen Sie bitte im Verlag an: + 49 (0) 89 92 34-152.

Hinweise

Das angewandte Druckverfahren ist Tiefdruck. Der Workflow erfolgt durchgehend digital. Datenanlieferung bedeutet die fristgerechte Bereitstellung imprimierter, also druckfertiger Daten. Die Daten müssen bereits im Vorlagenstudio mit PSR-Tiefdruckprofil versehen werden. ICC-Profil: www.eci.org PDF/X3 www.eci.org
Der Verlag stellt Farbprofile zum Download unter www.mvg.de/joy/print/formate-preise.html zur Verfügung.

Anzeigendaten, welche von der angegebenen Profilierung und Farbraumanpassung abweichen, werden gegen einen entsprechenden Mehrpreis von der Druckvorstufe angepasst. Trotz allem sind diese Anzeigen von sämtlichen den Farbstand betreffenden Reklamationen ausgenommen.

Für AD SPECIALS ist in jedem Fall ein Probelauf erforderlich. Bitte kalkulieren Sie genügend Vorlaufzeit ein! Die Muster sollten vor dem Dispositionstermin vorliegen. Für die endgültige Verarbeitungszusage benötigen wir 4 Wochen vor Anzeigenschluss 10 Blindmuster im Verlag, Abteilung Herstellung, Andreas Hofner.

Nach Drucklegung lassen Sie uns bitte unbedingt 5 Originale zukommen (bis spätestens 4 Wochen vor EVT = Anliefertermin!).

**Anlieferung von
Beiheftern, Beilagen,
Anklebegut frei Haus**

Druckverarbeitung Nürnberg
Brunecker Straße 84–98
D-90461 Nürnberg
Sevim Kudat
Telefon +49 (0) 911 43 99 21-42
Fax +49 (0) 911 43 99 21-30

Anliefertermin **4 Wochen vor Erscheinen**
Ad Specials Bei früherer Anlieferung fallen Mehrkosten von € 10,- pro Woche und Palette an.

Zusatzentgelte für Fremdbeitragen, Beikleber aller Art, Warenproben, Datenträger usw. (Gegenstände*) in der Abo-Auflage.

Die Post erhebt Entgelte, die an die Dicke von Beilagen und Beiklebern gekoppelt sind.

– 2 mm	./.
3 mm – 5 mm	€ 54,-
6 mm – 10 mm	€ 79,-
11 mm – 30 mm	€ 104,-

* Maße von 0,5 mm und mehr werden auf 1 mm aufgerundet, Maße unter 0,5 mm werden abgerundet. Das Gewicht der Fremdbeitragen darf das Gewicht des Objekts nicht überschreiten.

ACHTUNG: Postgebühren gelten nur für die jeweilige Postauflage!

Für Postgebühren kann weder Provision noch Skonto gewährt werden.

Mehrkosten, verursacht durch technische Schwierigkeiten bei der Verarbeitung, werden in Rechnung gestellt.

Alle Preise zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Vorschriften Anlieferungsform

Beihefter, Beilagen und Anklebegut müssen in Art und Form eine einwandfreie, sofortige Verarbeitung gewährleisten, ohne dass eine zusätzliche manuelle Aufbereitung notwendig wird.

**Die unverschränkten, kantengeraden Lagen müssen 80 bis 100 mm hoch sein.
Keine Gummiringe oder lagenweise Verpackung!**

Durch zu frische Druckfarben zusammengeklebte, stark elektrostatisch aufgeladene oder feucht gewordene Exemplare können nicht verarbeitet werden. Das Gleiche gilt für umgeknickte Ecken bzw. Kanten und Quetschfalten. Beilagen und Beihefter müssen rechtwinkelig und formatgleich geschnitten sein. Sie dürfen am Schnitt keine Verblockung durch stumpfe Messer aufweisen.

Zollbestimmungen

Bitte verwenden Sie die international gültigen Zollpapiere. Bei Lieferung aus EU-Ländern bitte Ihre UID-Nr. mit dem Zusatz: Inngemeinschaftliche steuerfreie Sendung. UID-Nr. von u.e sebald: DE 811118442

Lieferbedingungen

- frei Haus
- verzollt inkl. aller Spesen und sonstiger Kosten (entfällt bei Sendungen aus EU-Ländern)
- UNVERSTEUERT!
(EUST geht zu Lasten des Empfängers)

Bei Lieferung aus Ländern, die keine EU-Mitglieder sind: bis zu € 4.091,- Warenwert EUR2-Formulare, darüber hinaus EUR1-Formulare.

Kennzeichnung

Der Verlag stellt Lieferscheine zum Download unter www.mvg.de/joy/print/formate-preise.html zur Verfügung. Die Begleitpapiere müssen Angaben über die Stückzahl, Transporteinheiten, Zeitschriftentitel und Heftnummer sowie den Kundennamen enthalten. Angaben bitte zusätzlich außen an den Paletten anbringen.

Formate	Mindestformat:	105 mm breit	148 mm hoch
	Maximales Format:	148 mm breit	200 mm hoch

Papiergewicht Bis 4 Seiten mind. 120 g/m².

		Auflage o. Abo	Abo-Auflage
Beilegekosten Angaben pro Tausend	bis 20 g Einzelgewicht =	€ 105,-	€ 125,-
	bis 25 g Einzelgewicht =	€ 110,-	€ 135,-
	bis 30 g Einzelgewicht =	€ 115,-	€ 145,-
	bis 35 g Einzelgewicht =	€ 120,-	€ 155,-
	bis 40 g Einzelgewicht =	€ 125,-	€ 165,-
	je weitere angefangene 5 g Einzelgewicht zuzüglich	€ 5,-	€ 10,-

Bei mehr als 6 unterschiedlichen Codierungen berechnen wir einen Zuschlag von € 10,- pro Tausend!

Alle Preise zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Die Auflagen unterliegen Schwankungen. Als Berechnungsgrundlage gelten die jeweils bei Auftragserteilung gültigen Druckauflagenzahlen.

Die Preise können sich erhöhen, wenn die Beschaffenheit der Beilage die Verarbeitung erschwert und Mehrkosten verursacht werden.

Zusatzentgelte für Fremdbeilagen, Beikleber aller Art, Warenproben, Datenträger usw. (Gegenstände) in der Abo-Auflage siehe Seite 8.

Umsatzstaffel	ab € 80.000,-	1%
	ab € 150.000,-	2%
	ab € 220.000,-	3%

Agenturvergütung Wird gewährt bis zu maximal 15%.

Platzierung Kann nicht verbindlich zugesichert werden.

Auflage Mindestauflage 50.000 pro Nielsen-Gebiet.
Bitte kalkulieren Sie zusätzlich 3% Verarbeitungszuschuss ein.

Falzarten Gefalzte Beilagen müssen im Kreuzbruch, Wickel- oder Mittelfalz verarbeitet sein und eine geschlossene Seite aufweisen.

Mehrseitige Beilagen mit Formaten größer als DIN A6 (105 mm x 148 mm) müssen den Falz an der langen Seite aufweisen.

Beschnitt Alle Beilagen müssen rechtwinkelig und formatgleich geschnitten sein.

Beilagen dürfen am Schnitt keine Verblockung durch stumpfe Messer aufweisen.

Dünne Beilagen müssen grundsätzlich mit Rücken- oder Falzleimung hergestellt werden.

Angeklebte Produkte (beispielsweise Postkarten) Postkarten sind in der Beilage möglichst innen anzukleben. Sie müssen dabei bündig im Falz zum Kopf oder Fuß der Beilage angeklebt werden. Außen müssen sie parallel zum Falz/Bund der Beilage kleben, mit maximal 5 mm Abstand dazu.

Für die endgültige Verarbeitungszusage benötigen wir 4 Wochen vor Anzeigenschluss 10 Blindmuster im Verlag, Abteilung Herstellung, Andreas Hofner. Nach Drucklegung lassen Sie uns bitte unbedingt 5 Originale zukommen (bis spätestens 4 Wochen vor EVT = Anliefertermin!).

Beihefterformen Möglich sind: Altarfalz (8-seitig), Gatefold (6-seitig), mit ausklappbarer Lasche (2-seitig), mit Scentstrip rechts außen, mit integrierten Postkarten, Warenproben, Duftmustern, Pop-up-Formen, Gutscheinen, Doppelpostkarten, CDs in Papierhülle u.v.a.

Beihefterumfang Ab 2 Seiten.

Beihefterformat Vor Beschnitt/bei Anlieferung:
Breite: 176 mm, inkl. 4 mm Fräsrand und
4 mm Randbeschnitt
Höhe: 229 mm, inkl. 3 mm Kopf- und Fußbeschnitt

Wichtige Motivateile und Text sollten – bei Berücksichtigung möglicher Beschnittendifferenzen – mindestens 5 mm von den Beschnittkanten entfernt stehen.

Papiergewicht minimal = 80 g/m², maximal = 150 g/m²
bis 4 Seiten mind. 120 g/m²
kleiner als Heftformat mind. 90 g/m²

Beiheftungskosten		Auflage o. Abo	Abo-Auflage
Angaben pro Tausend	2 und 4 Seiten	€ 115,-	€ 135,-
	6 und 8 Seiten	€ 125,-	€ 160,-
	10 und 12 Seiten	€ 135,-	€ 185,-
	14 und 16 Seiten	€ 145,-	€ 210,-

Alle Preise zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Höhere Umfänge auf Anfrage. Die Preise können sich erhöhen, wenn die Beschaffenheit der Beihefter die Verarbeitung erschwert und Mehrkosten verursacht werden.

Zusatzentgelte für Fremdbeilagen, Beikleber aller Art, Warenproben, Datenträger usw. (Gegenstände) für die Abo-Auflage siehe Seite 8.

Umsatzstaffel ab € 80.000,- 1%
ab € 150.000,- 2%
ab € 220.000,- 3%

Agenturvergütung Wird gewährt bis zu maximal 15%.

Platzierung Nach den technischen Gegebenheiten.
Bitte Absprache mit der Anzeigendisposition.

Auflage Die Auflagen unterliegen Schwankungen.
Als Berechnungsgrundlage gelten die jeweils bei Auftragserteilung gültigen Druckauflagenzahlen.
Bitte kalkulieren Sie zusätzlich 3% Verarbeitungszuschuss ein.
Mindestauflage: Inland. Bitte unbedingt vor Produktionsbeginn die exakte Anliefermenge abfragen.

Anlieferung Detaillierte Angaben auf Seite 8.

Anlieferungsform Gleichschenkelig gefalzt, Kopf geschlossen möglich.
Bei falschem Beschnitt bzw. Falz kann keine Verarbeitungsgarantie übernommen werden.
Bitte nicht weniger als 50 stückweise verschränkt verpacken.
Keine Gummiringe oder lagenweise Verpackung.
Bitte Seite 8 beachten!

Termine
(siehe auch S. 6)

Dispositions- und Rücktrittstermin:
4 Wochen vor Anzeigenschluss.
Anliefertermin: 4 Wochen vor Erscheinen.

Für die endgültige Verarbeitungszusage benötigen wir 4 Wochen vor Anzeigenschluss 10 Blindmuster im Verlag, Abteilung Herstellung, Andreas Hofner. Nach Drucklegung lassen Sie uns bitte unbedingt 5 Originale zukommen (bis spätestens 4 Wochen vor EVT = Anliefertermin!).

Beikleberformen Möglich sind: aufgeklebte Postkarten, Coupons, CDs, Kuverts, Heftchen, Duftkarten u.v.a. sowie Warenproben. Beikleber können nur auf ganzseitige Trägeranzeigen geklebt werden. Nur rechte Seiten möglich. Die Leimspur wird vertikal am linken Rand aufgetragen. Es muss gewährleistet sein, dass der Inhalt von Kuverts bei der Verarbeitung nicht herausrutschen kann! Die besonderen Bedingungen für Warenproben finden Sie auf Seite 12.

Beikleberformate Mindestformat: 60 mm x 80 mm, hoch und quer möglich. Maximales Format: 105 mm breit, 160 mm hoch.

Davon abweichende Formate und Sonderformen erfordern einen Probelauf mit ca. 150 Mustern. Bitte mit dem Verlag, Abteilung Herstellung, Andreas Hofner, Tel. +49 (0) 89 92 34-152, absprechen.

Papiergewicht Postkarten: 150 bis 170 g/m² – Coupons: 100 bis 170 g/m²
Umschläge + Heftchen: bis 15 g Einzelgewicht
(Mehrgewicht auf Anfrage) links oder unten geschlossen

Beiklebungskosten		Auflage o. Abo	Abo-Auflage
Angaben pro Tausend	Postkarten etc.	€ 86,-	€ 96,-
	Kuverts und CDs	€ 96,-	€ 108,-
	Booklets bis 24 Seiten (höhere Umfänge auf Anfrage)	€ 96,-	€ 108,-
	Warenproben	€ 115,-	€ 125,-

Alle Preise zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Die Preise können sich erhöhen, wenn die Beschaffenheit der Beikleber die Verarbeitung erschwert und Mehrkosten verursacht werden.

Zusatzentgelte für Fremdbeilagen, Beikleber aller Art, Warenproben, Datenträger usw. (Gegenstände) für die Abo-Auflage siehe Seite 8.

Umsatzstaffel ab € 80.000,- 1%
ab € 150.000,- 2%
ab € 220.000,- 3%

Agenturvergütung Wird gewährt bis zu maximal 15%.

Klebezone Abstand vom oberen und unteren Heftrand: jeweils 30 mm, innerhalb dieser Zone variabel. Abstand seitlich: 30 bis 100 mm vom Bund. Standtoleranzen bei der Klebung bis zu 10 mm möglich! Winkeltoleranzen von +/- 5° möglich!

Auflage Die Auflagen unterliegen Schwankungen. Als Berechnungsgrundlage gelten die jeweils bei Auftragserteilung gültigen Druckauflagenzahlen. Bitte kalkulieren Sie zusätzlich 3% Verarbeitungszuschuss ein. Mindestauflage: Inland. Bitte unbedingt vor Produktionsbeginn die exakte Anliefermenge abfragen.

Anlieferung Detaillierte Angaben auf Seite 8.
Anlieferungsform Möglichst in Kartons sortiert, Lagenhöhe mind. 80 bis 100 mm. Bitte Seite 8 beachten!

Termine (siehe auch S. 6) **Dispositions- und Rücktrittstermin:**
4 Wochen vor Anzeigenschluss.
Anliefertermin: 4 Wochen vor Erscheinen.

Für die endgültige Verarbeitungszusage benötigen wir 4 Wochen vor Anzeigenschluss 10 Blindmuster im Verlag, Abteilung Herstellung, Andreas Hofner. Nach Drucklegung lassen Sie uns bitte unbedingt 5 Originale zukommen (bis spätestens 4 Wochen vor EVT = Anliefertermin!).

Beikleberformen Als Warenproben können verschiedene Materialien verarbeitet werden (Papier, Kunststoff, Metall oder synthetische Stoffe). Warenproben können nur auf ganzseitige Trägeranzeigen geklebt werden. Nur rechte Seiten!

Beschaffenheit von Warenproben Das Material muss hitzebeständig bis zu 300° Celsius sein, da der Klebstoff bis zu dieser Temperatur erhitzt wird. Flüssige Warenproben müssen in fest verschweißten Folien angeliefert werden, die einem Druck von mindestens 1.500 kp/cm² unbeschädigt standhalten. Statisch aufgeladene oder aneinanderhaftende Exemplare können nicht verarbeitet werden. Sie dürfen den technischen Ablauf und den Versand der Auflage nicht gefährden. Bei unvorhergesehenen Verarbeitungsschwierigkeiten, die eine termingerechte Auslieferung der Auflage gefährden, behält sich der Verlag vor, die Verarbeitung abzubrechen.

Formate

mindestens	60 mm breit – 80 mm hoch
maximal	105 mm breit – 160 mm hoch
maximale Stärke	1,5 mm

Gewicht Bis zu 15 Gramm Einzelgewicht (Mehrgewicht auf Anfrage).

Beiklebungskosten		Auflage o. Abo	Abo-Auflage
Angaben pro Tausend	Warenproben	€ 115,-	€ 125,-

Alle Preise zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Die Preise können sich erhöhen, wenn die Beschaffenheit der Warenprobe die Verarbeitung erschwert und Mehrkosten verursacht werden. Alle Preise inklusive Entsorgungskosten, zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer auf den Rechnungsbetrag.

Zusatzentgelte für Fremdbeilagen, Beikleber aller Art, Warenproben, Datenträger usw. (Gegenstände) für die Abo-Auflage siehe Seite 8.

Umsatzstaffel	ab € 80.000,-	1%
	ab € 150.000,-	2%
	ab € 220.000,-	3%

Agenturvergütung Wird gewährt bis zu maximal 15%.

Klebezone Abstand vom oberen und unteren Heftrand: jeweils 30 mm, innerhalb dieser Zone variabel. Abstand seitlich: 30 bis 100 mm vom Bund. Standtoleranzen bei der Klebung bis zu 10 mm möglich! Winkeltoleranzen von +/- 5° möglich!

Auflage Die Auflagen unterliegen Schwankungen. Als Berechnungsgrundlage gelten die jeweils bei Auftragserteilung gültigen Druckauflagenzahlen. Bitte kalkulieren Sie zusätzlich 3% Verarbeitungszuschuss ein. Mindestauflage: Inland. Bitte unbedingt vor Produktionsbeginn die exakte Anliefermenge abfragen.

Anlieferung Detaillierte Angaben auf Seite 8.

Anlieferungsform Aufrecht in Gitterkartons sortiert, von oben greifbar. Bitte Seite 8 beachten!

Termine
(siehe auch S. 6)

Dispositions- und Rücktrittstermin:
4 Wochen vor Anzeigenschluss.
Anliefertermin: 4 Wochen vor Erscheinen.

Für die endgültige Verarbeitungszusage benötigen wir 4 Wochen vor Anzeigenschluss 10 Blindmuster im Verlag, Abteilung Herstellung, Andreas Hofner. Nach Drucklegung lassen Sie uns bitte unbedingt 5 Originale zukommen (bis spätestens 4 Wochen vor EVT = Anliefertermin!). Bei Verarbeitungsproblemen ist ein Probelauf mit mindestens 150 Mustern erforderlich. Diese müssen in Material, Form und Inhalt mit der späteren Anlieferung identisch sein.

PROMOTION

Anschrift MVG Medien Verlagsgesellschaft mbH & Co.
 Promotion-Abteilung
 Arabellastraße 33
 81925 München

Ansprechpartner Brigitte Nissing Barbara Rauscher
 Leiterin Promotion stellv. Leiterin Promotion
 Telefon +49 (0) 89 92 34-195 Telefon +49 (0) 89 92 34-166
 Fax +49 (0) 89 92 34-183 Fax +49 (0) 89 92 34-183
 brigitte.nissing@mvg.de barbara.rauscher@mvg.de

Format Ab 1/1 Seite.

Preise Auf Anfrage.

Die JOY-Promotion-Schaltkosten werden zum gültigen Anzeigenpreis und im Rahmen des Jahresabschlussrabatts berechnet.

Die Promotion-Produktionskosten werden nach Abschluss der Produktion nach tatsächlichem Aufwand (Konzept, Grafik, Text, Recherche, Fotoankauf, Fotoproduktion, Technik) in Rechnung gestellt. Produktionskosten sind nicht rabattfähig.

Kenzeichnung Promotion-Seiten werden mit „JOY-PROMOTION“ und „ANZEIGE“ in 10 pt. Versalien gekennzeichnet.

Abwicklung

JOY-Promotion-Anzeigen werden von unserem Promotion-Team im redaktionellen Stil von JOY gestaltet und produziert.
 Dies geschieht in enger Absprache mit dem Kunden bzw. der Agentur. Promotion-Anzeigen können als Einzel- oder Gemeinschafts-Promotion mit passenden Partnern konzipiert werden. Die Promotion-Schlusstermine liegen 5 Wochen vor dem offiziellen Anzeigenschluss.

Themenbezogene Promotion JOY Nr. 12/2012
 Weihnachts-Geschenk-Promotion
 Preise auf Anfrage.

Weitere Aktionen

Handel Um den Handel mit einzubeziehen, können Promotion-Anzeigen zusätzlich als Sonderdrucke „Gesehen in JOY“ oder als Aufsteller werblich eingesetzt werden.
 Preise auf Anfrage.

Crossmedial Promotion-Anzeigen können auf Wunsch mit einem Online-Auftritt auf www.joy.de kombiniert und ergänzt werden.
 Preise auf Anfrage.



ONLINE

Positionierung

Auch JOY ONLINE steht für Lebensfreude und bringt täglich den Gute-Laune-Kick. Beauty-Looks und Einblicke in die Welt der Stars und Sternchen erweitern das Angebot des Printmagazins – auch per Video. Junge Frauen finden hier Fashion-Trends und die etwas andere Astroberatung plus regelmäßige Tipps zu Sex und Liebe. Wissenstests, wöchentliche Gewinnspiele und Psychotests unterhalten die UserInnen interaktiv. In der großen Community haben sie zudem die Möglichkeit, miteinander in Kontakt zu treten und Meinungen auszutauschen. Durch regelmäßige Umfragen weiß die Online-Redaktion immer genau, was die UserInnen interessiert. Seit September 2010 ist die höchst innovative und interaktive iPad App von JOY verfügbar. Die Print-Inhalte werden eins zu eins übernommen und mit vielen interaktiven Features angereichert, so dass unsere UserInnen ein einmaliges multimediales Lese-Erlebnis unserer traumhaften Magazine haben. Selbstverständlich wird auch auf unserer Facebook-Profilseite über die aktuellen Themen gepostet.

Standardwerbemittel

- XXL-Banner (728 x 90)
- Skyscraper (160 x 600, 200 x 600)
- Halfpage-Ad (300 x 600)
- Content-Ad (300 x 250)
- Fireplace
- Layer-Ad
- Wallpaper
- Banderole-Ad
- Seiteneinfärbung

Individuelle Online-Integration

- Online-Promotion (Advertorial, Gewinnspiele, Voting, Pretest, Psychotest)
- Ressort- und Rubrikensponsoring
- Newsletterwerbung
- Integratives Branding

Preise

Auf Anfrage.

Ansprechpartner

Serdar Tuncer
 Online-Vermarktung
 Telefon +49 (0) 89 92 34-628
 Fax +49 (0) 89 92 34-618
 serdar.tuncer@mgv.de

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN FÜR ANZEIGEN, FREMDBEILAGEN UND ANDERE WERBEMITTEL IN WERBETÄGERN DER MWG MEDIEN VERLAGSGESELLSCHAFT mbH & Co.

1. Werbestrang

1.1 „Anruf“ im Sinn der nachfolgenden AGB ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (zusammen „Werbemittel“) in bestimmten Werbungsbelegen oder sonstigen Werbungen („Anrufer“) in einer Druckzeitung, in digitalen Medien (z.B. Apps) und/oder in Online-Angeboten (z.B. Webseiten, „Webanrufer“), die von der MWG Medien Verlagsgesellschaft mbH & Co. oder einem mit der S. 1 bis S.14 des vorliegenden im- oder ausländischen Unternehmen („Verleger“) zum Zweck der Veröffentlichung vermarktet werden. „Abschluss“ im Sinne der nachfolgenden AGB ist der Auftrag über die Schaltung der Anzeigen, die Bestätigung der von dem Verlag angebotenen Platzbestellung, die einlesen rechtsverbindlichen Aufträge sowie durch schriftliche oder elektronische Bestätigung des Abschlusses zustande kommen. „Abruf“ ist die Aufforderung des Auftraggebers an den Verlag, auf der Grundlage eines Abschlusses ein konkretes Werbemittel zu veröffentlichen. 1.2 Für den Auftrag gelten folgende AGB sowie die Preisliste des Verlags, die ein wesentliches Vertragsbestandteil bildet. Die Gültigkeit erlangt allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers, soweit sie mit den in der AGB nachfolgenden Bestimmungen übereinstimmen.

2. Werbemittel

2.1 Werbemittel im Sinne dieser AGB können beispielsweise aus einem oder mehreren der folgenden Elemente bestehen: (i) aus einem Bild und/oder Text, (ii) aus Tätigkeiten und/oder Bewegtbildern (z.B. Banner, Skriptoren, Pop-Up), (iii) aus einer sonstigen Fläche, die bei Anknüpfen die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich der Anzeigen und/oder Dritten liegen (z.B. Links), (iv) Beilagen. Soweit ein Werbemittel aufgrund seiner Gestaltung nicht offensichtlich als Werbung zu erkennen ist, ist der Verlag berechtigt, das Werbemittel als solches zu identifizieren, insbesondere durch das Wort „Anrufer“, und/oder das Werbemittel von redaktionellen Inhalten räumlich abzutrennen, um den Werbecharakter zu verdeutlichen.

3. Vertragsabschluss

3.1 Der Auftrag kommt zustande durch die Buchung des Werbemittels durch den Auftraggeber (Angebot) und Bestätigung der Buchung durch den Verlag in Textform (Annahme). Aufträge können schriftlich, per Mail, Fax oder Internet aufgegeben werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsfehler. Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag zustande. Aufträge bis zum 17. März (inkl. Freitag) sind auch ohne Unterschrift rechtsverbindlich. Buchung und Bestätigung können auch über das Online-Buchungssystem erfolgen (Infos zu OGS unter www.abz-port.de).

3.2 Bilateraler Auftrag sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Masters der Belegung, Bildern, die durch Fotomaß oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines bestimmten Werkschritts erwecken oder fremden Inhalt enthalten, werden nicht angenommen.

3.3 Nach Anzeigenschluss bzw. bei Digital- und Online-Media 5 Werktage vor Aufzeichnung sind Stornierungen oder Änderungen nicht mehr möglich.

3.4 Aufträge für Werbemittel, die elektronenmäßig ausbreitet zu bestimmen Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen eines Werbeträgers veröffentlicht werden sollen, sind rechtzeitig beim Verlag entgegen, das dem Auftraggeber noch Anzeigenschluss möglich sein werden, wenn der Auftrag die auf dem Auftraggeber angezeigten, Platzierungsanforderungen nicht durch ausdrückliche Bestätigung des verlagsinternen, räumlichen Werbemittel werden in der jeweiligen Rubrik gehalten, ohne dass dies aus den zusätzlichen Vereinbarung folgt. Sofern der Auftraggeber keine ausdrückliche Platzierungsanforderung macht, kann der Verlag die Platzierung des Werbemittels frei bestimmen.

3.5 Die Werbemittel sind in Werbungen und/oder in anderen Werbungen, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungsbelegten und die Preisliste des Verlags zu halten. Mithilfeverpflichtung nur zu nachgeschwene Anzeigen. Der Verlag behält sich die Rückforderung gelieferter Mittelungen an nicht nachgeschwene Agenturen vor. Die gewährte Mithilfeverpflichtung ist für die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weggefallen. Bei Aufträgen durch Agenturen werden in denen Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Agenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Agentur zustande. Sind ein Werbungsbelegter Auftraggeber werden, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung der Werbungsbelegten vereinbart werden und der Verlag ist berechtigt, von der Agentur die Vorkasse zu verlangen.

3.6 Aufträge können nur schriftlich gekündigt werden. Die Kündigung eines Auftrags ist bis zum Anzeigenschluss möglich. Danach hat der Auftraggeber den Auftrag zu bezahlen. Ansonsten kann der Verlag die Kosten der bis zur Kündigung angefallenen Werbungen schriftlich verlangen.

4. Aufträge

4.1 Alle für die Werbemittel erforderlichen Inhalte, Informationen, Daten, Dateien und sonstige Materialien („Vorgaben“) werden dem Verlag von dem Auftraggeber vollständig, richtig, wahrheits- und vertraglich vereinbarten entsprechend rechtzeitig zur Verfügung gestellt.

4.2 Die Vorgaben müssen dem Verlag zu dem jeweiligen Anzeigenschluss, die Vorgaben für Online-Materialien spätestens 5 Werktagen vor Schaltungstermin vorliegen.

4.3 Druckunterlagen sind im Auftraggeber in PSDF-E-Format (Postscript-Reproduktion unter www.mwg.de/PSDF-EO-Profile) als CD und/oder PDF zu liefern. Digital übermittelte Druckunterlagen (z.B. Fotodruck) sind im Auftraggeber in einem geeigneten Format mit Metadaten jeweils separat zu versenden. Ohne Fotodruck können Farbabweichungen entstehen. Unwünschte Druckzustände, die sich aus einer Abweichung des Auftraggebers von den technischen Angaben zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen ergeben, begründen keinen Preisermittlungsanspruch. Bei Druckfehlern, die zusätzliche Sichtenkosten verursachen, werden diese in Rechnung gestellt. Dies gilt auch für Mehrdrucke, die aufgrund erforderlicher Profiling- oder Farbmanagement- (PMS/EO-Druck) (Druckprozess) entstehen. Ansprüche des Werbungsbelegten wegen ungenügender Nachdruck sind ausgeschlossen, wenn die übergebenen Druckunterlagen nicht den PSDF-EO-Profile entsprechen. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern sind dieselben erst beim Druckvorgang festzustellen, so hat der Werbungsbelegte bei unbegrenztem Abdruck keine Ansprüche. Bei Übersetzung der im Terminplan festgelegten Daten für die Übersetzung der Druckunterlagen kann kein Gewähr für eine einwandfreie Druckweitergabe übernommen werden.

4.4 Bei der Anlieferung von druckfähigen Vorlagen sind Druckfehler, entgeltliche, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlag entsprechende Vorlagen für die Werbemittel anzufordern. Der Auftraggeber hat vor jeder digitalen Übertragung von Daten dafür Sorge zu tragen, dass diese frei von Computerviren sind. Entdeckt der Verlag auf einer ihm übermittelten Datei Computerviren, wird diese Datei gelöscht, ohne dass der Auftraggeber hier Ansprüche geltend machen könnte. Der Verlag behält sich sein Schadensersatz vom Auftraggeber in Anspruch zu nehmen, wenn durch den Auftraggeber ein erhebliches Computervirus übertragen wird.

4.5 Vereinbart ist für die bei den belagten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit des Werbemittels im Rahmen der durch die Vorlage gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlags zur Erstellung und Übermittlung von Vorlagen einhält.

4.6 Für erkennbar ungenügende Belagungen werden die Kosten der Vorlage, die aufgrund der Belagung, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbungen, wenn der Auftraggeber nicht rechtzeitig vor Veröffentlichung der nachfolgenden Werbungen auf den Fehler hinweist.

4.7 Kosten der Vorlage für vom Auftraggeber gewachsene oder vertretende Agenturen der Vorlagen hat der Auftraggeber zu tragen.

4.8 Die Anlieferung von Belagungen ist ausschließlich über den Auftraggeber zu erfolgen. Die Belagungen sind in Originalen und Risiko des Kunden frei Druckerei. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Lieferungen auf Qualität oder Vollständigkeit zu prüfen. Der Verlag haftet für Fehlbestände nach Abschluss der Belage für vor schriftlichen Aufträgen eigener Mitarbeiter oder der Druckerei. Für Transport-schäden oder -verluste ist der Verlag nicht verantwortlich.

4.9 Wenn ein Auftrag nicht oder nicht vollständig, weil der Auftraggeber seine Mitwirkungspflichten verletzt hat, insbesondere der Auftraggeber nicht rechtzeitig und/oder mangelhaft oder falsch gekennzeichnet liefert, hat der Verlag dennoch Anspruch auf die vereinbarte Vergütung.

4.10 Vorlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückgegeben und nicht länger als 1 Jahr nach der letzten Schaltung vom Verlag aufbewahrt. Die Pflicht der Aufbewahrung aller sonstigen Unterlagen erlischt 3 Monate nach der letzten Schaltung des Werbemittels.

5. Abwicklungsrüst

Werbemittel sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb 1 Jahres nach Abschluss abzurufen. In den Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abrufen weiterer Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres sein Erreichen des ersten Werbemittels abzurufen, sofern das erste Werbemittel innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht ist.

6. Auftragsüberweisung

Bei Abschluss ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 5 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Werbemittelnahme hinaus weitere Werbemittel abzurufen.

7. Nachbestellung

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 gewählten und dem tatsächlich Abnahme entsprechenden Nachdruck dem Verlag zu ersetzen. Entsteht ein Nachdruck, der die Nichterfüllung auf andere Weise (wie im Rückorder) des Verlags beruht.

8. Abrechnungsregeln

Der Verlag behält sich vor, Aufträge – auch rechtverbindlich bestätigte Aufträge sowie einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form zum einreichen, sachlich gerechtfertigten Grundrätzen des Verlags nicht zu spenden, insbesondere wenn deren Inhalt gegen Gesetz oder behördliche Bestimmungen verstößt, um Deutschen Werte bzw. Pressen oder anderen Beschwerdewerten besonders wichtig sind oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die die Geschäftsstellen, Annehmlichkeiten oder Vertreten aufweisen. Insbesondere kann der Verlag ein bereits geschaltetes und veröffentlichtes Werbemittel unterbrechen oder zurückrufen, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert, auf die durch einen Link verwiesen wird und hierdurch die Voraussetzungen des Satz 1 erfüllt sind. Der Verlagsanspruch ist nicht durch die Abrechnung des Auftrags, die die Abrechnung des Auftrags nicht zum Ende des Verlaufs des Vertrags im betreffenden Inhalt möglich.

9. Anzeigenschluss und Erscheinungstermine

Die in der Preisliste ausgewiesenen Anzeigenschluss und Erscheinungstermine sind für den Verlag unwirksam. Dem Verlag steht es frei, Anzeigenschluss und Erscheinungstermine kurzfristig, dem Geschäftsmodell entsprechend, zu ändern.

10. Rechtevergrößerung und -einräumung

(1) Der Auftraggeber garantiert, dass die ihm zur Verfügung gestellten Vorlagen, insbesondere sein Werbemittel und die Webseiten, auf die das jeweilige Werbemittel verweist, so ausgestaltet sind, dass sie nicht gegen gesetzliche Bestimmungen insbesondere hinsichtlich Urheberrecht, Markenrecht und medienrechtliche Vorschriften entgegenstehen. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit und die Übermittlung der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugehörigen Werbemittel. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Auftrag die Rechte Dritter beeinträchtigt. Der Auftraggeber stellt den Verlag im Rahmen des Auftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Vergrößerung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner sind Informationen über die Rechte Dritter, die dem Auftraggeber bekannt sind, dem Verlag mitzuteilen. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Rechte Dritter zu klären und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Wird der Verlag um Abdruck einer Gegenstandsliste oder Berichtigung zu einem Werbemittel verpflichtet, hat der Auftraggeber diese Veröffentlichung nach der gegebenen Preisliste zu bezahlen.

10.2 Der Auftraggeber garantiert, dass es alle zur Schaltung, Veröffentlichung und Verbreitung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber räumt dem Verlag die für die zweckgünstige Nutzung des Werbemittels in den jeweiligen Werbungsbelegen erforderlichen Urheberrechts-, Leistungs- und sonstigen Rechte ein, insbesondere die jeweils erforderlichen Rechte für Veröffentlichung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Bearbeitung, zum öffentlichen Zugänglichmachen, Entstellen in einer Datenbank, zur Entnahme aus einer Datenbank und zum Bereithalten zum Abruf, und zwar zeitlich, inhaltlich und räumlich in der Weise, die Durchdringung des Auftrags notwendig liefert. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen für Dritte unbegrenzt eingeräumt und berechtigen zur Schaltung mittels aller zur Verfügung stehenden Verfahren, insbesondere von Werbemitteln.

11. Gewährleistung

11.1 Für Aufträge, die in der Digital- oder Online-Medien veröffentlicht werden, gewährleistet der Verlag im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine die jeweils üblichen technischen Standards entsprechende Qualitätsweggabe des Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es sich elektronischen Bereich nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein Fehler vollkommen freies Programm zu erstellen. Die Gewährleistung gilt nicht für unsachliche Fehler. Ein Fehler in der Darstellung liegt nicht vor, wenn er hervorgerufen wird durch (i) Verwendung einer nicht geeigneten Hardware/Software, (ii) Verwendung einer nicht geeigneten Hardware/Software, (iii) Störung der Kommunikation zwischen dem Auftraggeber und dem Verlag, (iv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (v) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (vi) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (vii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (viii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (ix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (x) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xi) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xiv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xvi) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xx) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xxi) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xxii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xxiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xxiv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xxv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xxvi) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xxvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xxviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xxix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xxx) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xxxi) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xxxii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xxxiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xxxiv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xxxv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xxxvi) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xxxvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xxxviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xxxix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xl) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvi) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliiii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xliv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlv) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlviii) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xlvix) unvollständiges oder unkorrektes Abrufen des Werbemittels, (xli) un

Wir sind für Sie da

MVG Medien Verlagsgesellschaft mbH & Co.

Arabellastraße 33, 81925 München
Postfach 81 06 80, 81906 München

Geschäftsführerin

Waltraut von Mengden

Telefon +49(0)89 92 34-221
Fax +49(0)89 92 34-174

Marketingdirektor

Anzeigenverkauf

Stefan Raab

Telefon +49(0)89 92 34-185
Fax +49(0)89 92 34-183
stefan.raab@mvg.de

Anzeigenmarketing

Lisa Tippelt

Telefon +49(0)89 92 34-619
Fax +49(0)89 92 34-183
lisa.tippelt@mvg.de

Anzeigenmarketing

Natalie Lemmert

Telefon +49(0)89 92 34-309
Fax +49(0)89 92 34-183
natalie.lemmert@mvg.de

Promotion

Brigitte Nissing (Ltg.)

Telefon +49(0)89 92 34-195
Fax +49(0)89 92 34-183
brigitte.nissing@mvg.de

Barbara Rauscher (stv. Ltg.)

Telefon +49(0)89 92 34-166
Fax +49(0)89 92 34-183
barbara.rauscher@mvg.de

Disposition

Marlene Gunesch (Ltg.)

Telefon +49(0)89 92 34-163
Fax +49(0)89 92 34-183
marlene.gunesch@mvg.de

Tanja Schneider (stv. Ltg.)

Telefon +49(0)89 92 34-207
Fax +49(0)89 92 34-183
tanja.schneider@mvg.de

Online-Vermarktung

Serdar Tuncer

Telefon +49(0)89 92 34-628
Fax +49(0)89 92 34-618
serdar.tuncer@mvg.de

Ihr Ansprechpartner in Ihrem Gebiet

Nielsen 1+5

Nicole Simons

Verlags-Mediaservice GmbH
Fontenay 1b
20354 Hamburg
Telefon +49(0)40 22 72 25-0
Fax +49(0)40 22 72 25-10
info@simons-vs.de

Nielsen 3a

Brigitte Pröbstel

Brigitte Pröbstel Mediaservice
Oberer Laubenheimer Weg 54
55131 Mainz
Telefon +49(0)61 31 61 74-21/22
Fax +49(0)61 31 61 74-24
b.p.mediaservice@t-online.de

Nielsen 4 + Österreich

Andrea Tappert

Mediaservice
Wilhelm-Keim-Straße 3
82031 Grünwald
Telefon +49(0)89 69 37 97-60
Fax +49(0)89 69 37 97-61
andrea.tappert@t-online.de

Nielsen 2

Friederike Bahlinger

Bahlinger Mediaservice GmbH
Roßstraße 96
40476 Düsseldorf
Telefon +49(0)211 30 20 69-40
Fax +49(0)211 30 20 69-69
info@bahlinger-medien.de

Nielsen 3b

Stefan Raab

MVG Medien Verlagsgesellschaft
mbH & Co.
Arabellastraße 33
81925 München
Telefon +49(0)89 92 34-185
Fax +49(0)89 92 34-183
stefan.raab@mvg.de

Schweiz

Ruth Mumenthaler

Raverta Marketing
Postfach 910
Bellerivestrasse 65
CH-8034 Zürich
Telefon +41(0)44 383 62 61
Fax +41(0)44 383 37 11
raverta@bluewin.ch



MARQUARD MEDIEN

www.mvg.de