

## Inhalt

- 2 Allgemeine Verlagsangaben;  
Ansprechpartner im Verlag
- 3 Titelprofil
- 4 Themen und Terminplan
- 5 Anzeigenpreise
- 6 Formate
- 7 Technische Daten
- 8 Atrium Specials
- 10 Rabatte für Atrium  
und Atrium Specials
- 11 Beihefter, Beilagen, Beikleber
- 13 AWA 2009
- 15 AGB
- 16 Kontakte

# Atrium

Wohnen  
Garten  
Architektur  
Design

**Preisliste 2010** Gültig ab 1. Januar 2010



6x jährlich

Februar, April,  
Juni, August,  
Oktober, Dezember

Einzelpreis: € 7.-  
Deutschland

Druckauflage: 63 500 Exemplare  
Verbreitete Auflage: 47 586 Exemplare  
Verkaufte Auflage: 42 995 Exemplare



II/09

Verlag, Herausgeber,  
Redaktion:

Archithema Verlag AG  
Rieterstr. 35  
8002 Zürich  
Schweiz  
T +41 44 204 18 18  
F +41 44 204 18 80  
[www.archithema.com](http://www.archithema.com)

Verleger:

Emil M. Bisig  
[emil.bisig@archithema.com](mailto:emil.bisig@archithema.com)

Stv. Verlagsleitung:

Felicitas Grunder  
[felicitas.grunder@archithema.com](mailto:felicitas.grunder@archithema.com)

Chefredaktion:

Hans-Georg Hildebrandt  
[hg.hildebrandt@archithema.com](mailto:hg.hildebrandt@archithema.com)

Anzeigenleiterin:

Sabine Hauptmann  
T +41 44 204 18 88  
F +41 44 204 18 80  
[sabine.hauptmann@archithema.com](mailto:sabine.hauptmann@archithema.com)

Anzeigendisposition:

Stefan Keller  
T +41 44 204 18 84  
F +41 44 204 18 80  
[stefan.keller@archithema.com](mailto:stefan.keller@archithema.com)

Atrium Wohnen  
Garten  
Architektur  
Design

# Das ist Atrium:

Stilprägend, avantgardistisch, pur:

Wenn Sie ein trendbewusstes Publikum erreichen wollen, ist Atrium der Titel Ihrer Wahl.

Denn Atrium spürt aktuelle Tendenzen in Architektur wie Design auf und bildet sie ab.

Und verkörpert so den Geschmack einer urban ausgerichteten Leserschaft auf der Höhe ihrer Zeit.

Atrium ist in seinem 22. Jahr das etablierte Blatt für alle, die sich für einen gehobenen Lebensstil mit dem individualistischen Aroma der Avantgarde inspirieren wollen.

In einem neuen, modernen Design gehalten, setzt Atrium Maßstäbe in Aktualität, Bildsprache und Text.

Eine klare Rubrizierung holt die Leserinnen und Leser dort ab, wo ihre Interessen wohnen.

Die beste Architektur der Welt, die neusten Trends der deutschen Designszene, spannende Porträts der Akteure ergänzt mit Specials für Kaufberatung in den Bereichen Bad, Küche, Schlafzimmer, Multimedia – Atrium deckt die Bedürfnisse seiner Leserinnen und Leser ideal ab.

In Atrium ist der Stil von heute zuhause!

# Termin- und Themenplan

Ausgabe	Termine	Schwerpunktthema
02/2010	ET 11.02.2010	Neue Küchen und Küchengeräte
	AZ 06.01.2010	
	DU 07.01.2010	
03/2010	ET 15.04.2010	Bodenbeläge im Trend
	AZ 05.03.2010	Für den Sommer: Gartenmöbel
	DU 08.03.2010	Möbelmesse Köln
04/2010	ET 17.06.2010	Rund ums Badezimmer
	AZ 07.05.2010	Möbelmesse Mailand
	DU 10.05.2010	
05/2010	ET 12.08.2010	Die Welt der Küchen
	AZ 07.07.2010	Schlafen und Polstermöbel
	DU 08.07.2010	
06/2010	ET 14.10.2010	Home-Entertainment
	AZ 08.09.2010	Großes Licht-Spezial
	DU 09.09.2010	
01/2011	ET 02.12.2010	Gedeckter Tisch
	AZ 27.10.2010	Bäder
	DU 28.10.2010	Uhren

ET = Erscheinungstermin

AZ = Anzeigenschluss

DU = Druckunterlagenschluss

**Atrium bringt sechs Mal jährlich eine starke Mischung aus**

**→ spannenden Porträts → faszinierender Architektur → neuem Design → schönen Garten-Stories**

# Anzeigenpreise

Preise

Formate in Seitenteilen	schwarz/weiß in €	4-farbig in €
2/1	14 560.-	20 800.-
1/1	7 280.-	10 400.-
1/2 hoch/quer	3 640.-	5 200.-
1/3 hoch/quer	2 500.-	3 470.-
1/4 hoch/2-spaltig/quer	1 820.-	2 600.-
2. Umschlagseite:		11 400.-
3. Umschlagseite:		11 200.-
4. Umschlagseite:		12 400.-

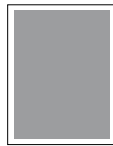
**2. und 4. Umschlagseite können nur 4-farbig belegt werden.**

Formate: siehe Seite 5. Abweichende Anzeigenformate auf Anfrage!

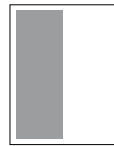
## Satzspiegel-Formate in mm (Breite x Höhe)



**2/1 Seite**  
430 x 265



**1/1 Seite**  
200 x 265



**1/2 hoch**  
98 x 265



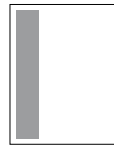
**1/2 quer**  
200 x 128



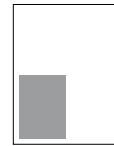
**1/3 hoch**  
64 x 265



**1/3 quer**  
200 x 85



**1/4 1-sp.**  
47 x 265

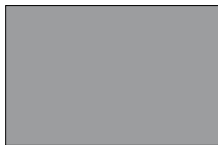


**1/4 2-sp.**  
98 x 131



**1/4 4-sp.**  
200 x 63

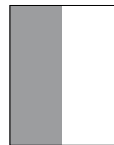
## Anschnitt-Formate in mm (Breite x Höhe/Heftformat + 3 mm Beschnitt)



**2/1 Seite**  
460 x 297



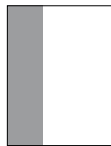
**1/1 Seite**  
230 x 297



**1/2 hoch**  
109 x 297



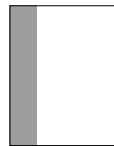
**1/2 quer**  
230 x 144



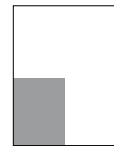
**1/3 hoch**  
76 x 297



**1/3 quer**  
230 x 97



**1/4 1-sp.**  
60 x 297



**1/4 2-sp.**  
109 x 144



**1/4 4-sp.**  
230 x 76

	<b>Druckverfahren</b>	
<b>Umschlag</b>	Bogen-Offset Papier: 200 g/m <sup>2</sup> , holzfrei, weiß, glänzend gestrichen, UV-lackiert	
<b>Inhalt</b>	Rollen-Offset 60er-Raster Tonwertzunahme: 18% im 40%igen Rasterfeld 12% im 80%igen Rasterfeld Farben: nach Euroskala Geringe Tonwertabweichungen sind im Toleranzbereich des Rollenoffsetdrucks begründet. Papier: 90 g/m <sup>2</sup> , holzfrei, weiß, glänzend gestrichen	
<b>Post</b>	CD-ROM mit beigelegtem Proof/Farbausdruck (Euroscala) an: Dr. Cantz'sche Druckerei GmbH, Zeppelinstr. 29, 73760 Ostfildern	<b>Text/Layout</b> Druckfähiges PDF, InDesign, QuarkXPress (Mac) Bitte sämtliche verwendeten Schriften mitliefern Farben: CMYK-Farbraum
<b>ISDN</b>	ISDN-Nr.: +49(0)711 44 00 578 (Bitte telefonisch ankündigen: +49(0)711 44 05 119)	<b>Bilddaten</b> Photoshop (Mac) CMYK-Bilder (UCR 320%), Auflösung 305 dpi, als EPS-JPEG (max. Qualität) oder TIFF Graustufen-Bilder, Auflösung 305 dpi, als TIFF Bitmap-Bilder, Auflösung min. 600 dpi, als TIFF
<b>Mail</b>	High-End-PDF an archithema@cantz.de <b>Bitte faxen Sie vorab eine Vorlage an den Verlag: +41 44 204 18 80</b>	<b>Logos/Grafiken</b> Illustrator/Freehand (Mac), als EPS Schriften: in Pfade umwandeln Farben: CMYK-Farbraum

# Atrium Specials

Garten

61 000 Expl.	ET	18.03.2010	Alles rund um den Garten; Gartengestaltung, Wintergärten, Zäune, Gartengeräte, Beleuchtung, Bodenbeläge/Natursteine, Schwimmbäder/-teiche
	AZ	10.02.2010	
	DU	11.02.2010	

Küchen

54 000 Expl.	ET	20.05.2010	Rund um die Küche; Tipps zur Küchenplanung; Neuheiten; Küchengeräte; alle Küchenmöbel; Accessoires und kleine Helfer
	AZ	13.04.2010	
	DU	14.04.2010	

Bäder

54 000 Expl.	ET	16.09.2010	Neuheiten aus dem Badbereich; Grundrissplanung, Wellness, Sauna, Schwimmbad Große Produkteübersicht Armaturen, Badmöbel, Keramik, Duschen, Wannen
	AZ	11.08.2010	
	DU	12.08.2010	

Wärme

49 000 Expl.	ET	25.11.2010	Neuheiten und Trends aus dem Wärmebereich; Großer Fachteil: Alles über die verschiedenen Heizsysteme (Öl, Gas, Wärmepumpen, Holz- und Sonnenenergie) Umfassende Marktübersicht (Heizungen, Kamine, Holzöfen)
	AZ	19.10.2010	
	DU	20.10.2010	

ET = Erscheinungstermin

AZ = Anzeigenschluss

DU = Druckunterlagenschluss



Formate in Seitenteilen	schwarz/weiß in €	4-farbig in €
2/1	10 750.-	16 100.-
1/1	5 400.-	8 050.-
1/2 hoch/quer	2 700.-	4 025.-
1/3 hoch/quer	1 785.-	2 700.-
1/4 hoch/2-spaltig/quer	1 350.-	2 012.-
2. Umschlagseite:		8 800.-
3. Umschlagseite:		8 400.-
4. Umschlagseite:		9 250.-

**2. und 4. Umschlagseite können nur 4-farbig belegt werden.**

Formate: siehe Seite 5. Abweichende Anzeigenformate auf Anfrage!

# Rabatte für Atrium und Atrium Specials

(Bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten)

<b>Mengenstaffel</b>		<b>Malstaffel</b>	
2 Seiten	5,0%	2 Anzeigen	3,0%
3 Seiten	7,5%	3 Anzeigen	5,0%
4 Seiten	10,0%	4 Anzeigen	7,5%
5 Seiten	12,5%	6 Anzeigen	10,0%
6 Seiten	15,0%		
8 Seiten	17,5%		

## Zahlungsbedingungen

Zahlbar innerhalb 30 Tagen nach Rechnungsdatum  
 rein netto; 2% Skonto bei Zahlung innerhalb  
 von 10 Tagen ab Rechnungsdatum

## Bankverbindung

Dresdner Bank AG, Singen  
 BLZ: 692 800 35, Kto.-Nr.: 8 406 091 00  
 IBAN: DE83692800350840609100  
 SWIFT-Code: DRES DE FF 692

# Promotions, Beihefter, Beilagen, Beikleber (nicht rabattfähig)

## Promotion

Der Hersteller liefert dazu redaktionelle Hintergrundinformationen sowie Bildmaterial. Die Redaktion setzt diese Unterlagen in Absprache mit dem Kunden in eine Promotion um.

Promotion-Preis:

1 Doppelseite zum Preis einer 1/1-4c Seite € 10 400.-

Text- und Lithokosten-Pauschale € 1 500.-

## Beikleber

Beikleber werden auf eine 1/1 Trägeranzeige (s/w oder farbig) aufgeklebt, sodass sie vom Interessenten mühelos abgelöst werden können.

Beikleberpreise (je angefangene tausend Exemplare)

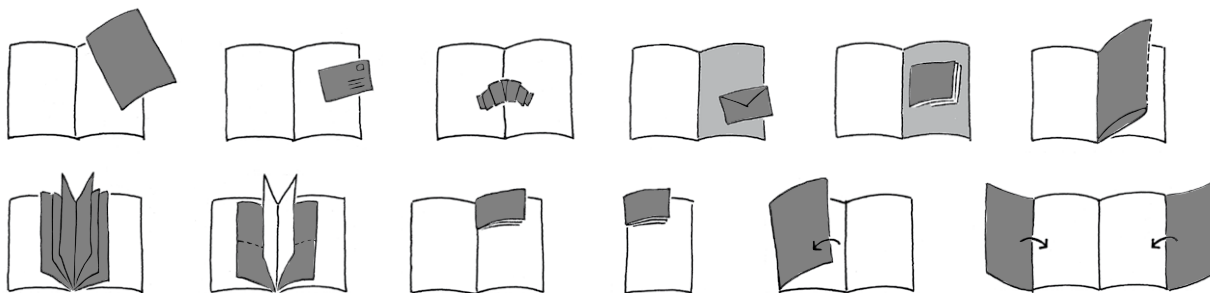
Beikleberpreise bis 25 g € 45.- \*

Alle anderen Beikleberpreise auf Anfrage

Keine Teilbelegung möglich.

\* zzgl. Postgebühren in der Abo-Auflage (je angefangene tausend Exemplare)

Sonder-  
werbeformen  
(auf Anfrage)



## Beihefter

Beihefter sind fest in die Zeitschrift eingelebte Drucksachen/Prospekte. Sie können verarbeitungsfertig vom Auftraggeber zur Verfügung gestellt oder in unserer Druckerei als unabhängiger Druckauftrag produziert werden.

**Beihefterpreise** (min. 60 g/m<sup>2</sup> – max. 150 g/m<sup>2</sup>) Preise für Gesamtauflage, inkl. Porto (je angefangene tausend Exemplare):

4-seitig € 92.–                      12-seitig € 138.–

8-seitig € 117.–                      16-seitig € 148.–

**Umfang**                      Mehrseitige Beihefter müssen am Bund geschlossen angeliefert werden.  
Ab 8-seitigem Beihefter am Kopf und Bund geschlossen.

**Beihefterformat**            mindestens 115 x 140 mm, maximal 230 x 297 mm (Format gleich mit dem Träger)

**Beschnittzugabe**    Kopf:                      6 mm  
Bund:                      3 mm  
Fuß:                        3 mm  
Vorderbeschnitt: 3 mm

**Beilagenformate**    Mindestformat 105 x 148 mm (DIN A6)            Höchstformat 210 x 287 mm

**Beilagenpreise**            (je angefangene tausend Exemplare)

Gesamtauflage Streukosten:            bis 25 g € 95.–\*                      Je weitere 5 g zzgl. € 5.–

Nur Aboauflage Streukosten:            bis 25 g € 105.–                      Je weitere 5 g zzgl. € 5.–

**Teilbeilagen**                      auf Anfrage

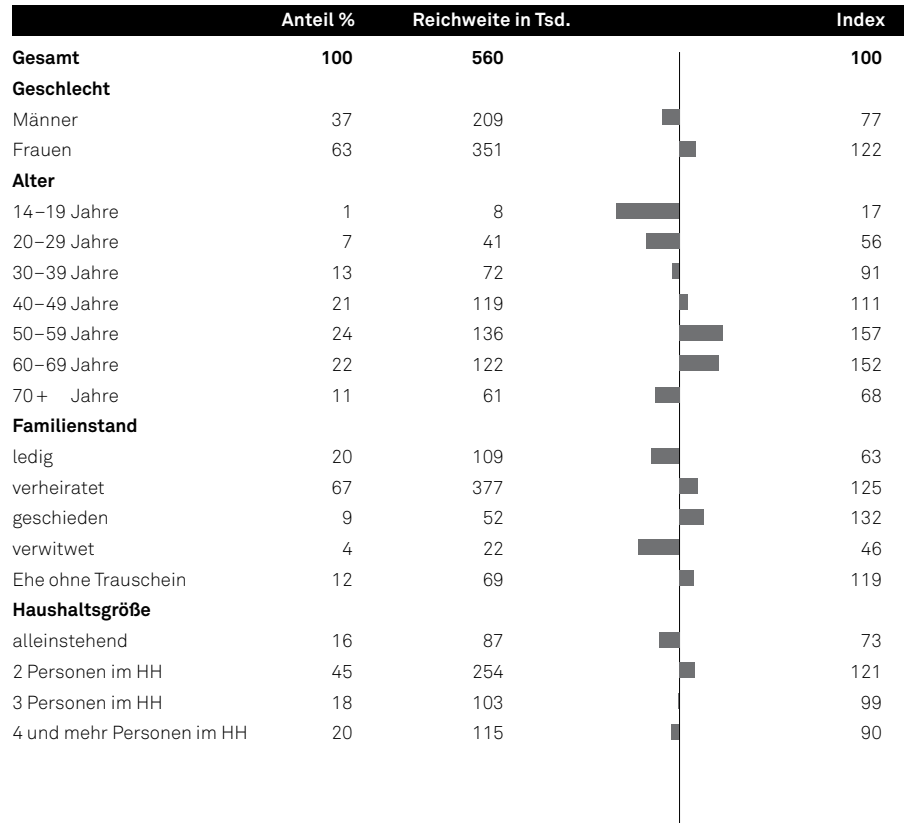
**Anlieferung**                      Beihefter, Beilagen und Beikleber müssen einwandfrei verpackt und maschinell verarbeitungsfähig, sowie mit Hefttitel/-ausgabe gekennzeichnet werden. Lieferung frei Haus an: Vogel Druck und Medienservice GmbH & Co. KG, Leibnizstrasse 5, 97204 Höchberg

\* zzgl. Postgebühren in der Abo-Auflage, (je angefangene tausend Exemplare), Preise auf Anfrage

## Beilagen

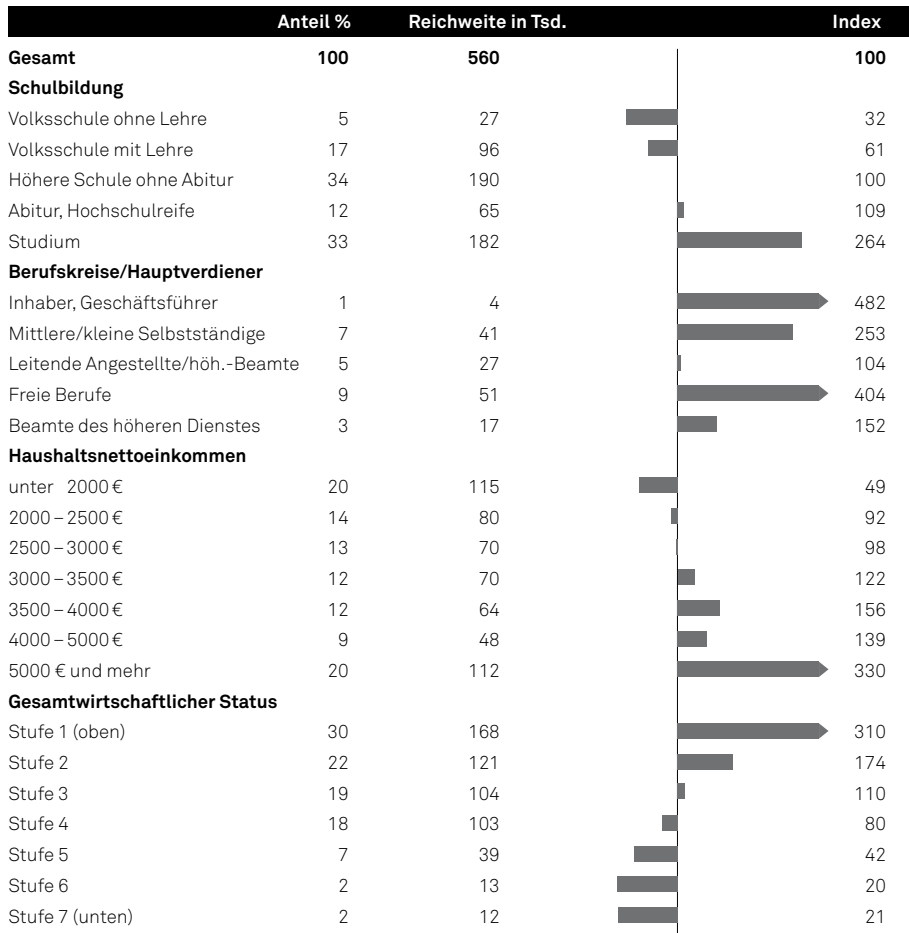
# AWA 2009 Leserschaft

Soziodemografische Werte (Auszug aus der Allensbacher Werbeträger-Analyse, 6er-Frequenz)



Highlights der Leserschaft (Index Anteil %) 0 100 200 300

› Fortsetzung auf Seite 14



Highlights der Leserschaft (Index Anteil %)



# Allgemeine Geschäftsbedingungen des Verlages

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

2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist die erste Anzeige zur Veröffentlichung innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abzurufen. Die weiteren Anzeigen sind innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzurufen.

3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höhere Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

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

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

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

Darüber hinaus kann der Verlag Beilagenaufträge aus technischen und vertrieblischen Gründen bis zur Vorlage

eines Musters der Beilage und ihrer Billigung ablehnen. Das Obige gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden.

Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

8. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen (Digitale Datenübermittlung siehe techn. Merkblatt) oder der Beilage ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an.

Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

9. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Nachfrist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber Rücktrittsrecht. Der Verlag haftet nicht für Fahrlässigkeit. Dieser Haftungsausschluss gilt nicht im Fall des Fehlens zugesicherter Eigenschaften. Gegenüber Nichtkaufleuten haftet der Verlag jedoch bei Verzug oder Unmöglichkeit für vorhersehbare Schäden auch bei einfacher Fahrlässigkeit, jedoch nur bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts.

Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten für grobe Fahrlässigkeit ein Ersatz auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

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

11. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlungen werden nach der Preisliste gewährt.

12. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie Einzugskosten 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.

13. Der Verlag liefert nach 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.

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

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

## Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

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

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

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

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

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

f) Bei Druckvorlagen, die zusätzliche Kosten verursa-

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

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

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

j) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des Anzeigentextes/Bildmotes. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesem aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Der Verlag ist berechtigt, Werbung für Arznei- und Heilmittel von einer schriftlichen Zusicherung des Verantwortlichen über die rechtliche Zulässigkeit abhängig zu machen und/oder auf Kosten des Auftraggebers die Werbevorlage von einer sachverständigen Stelle auf die rechtliche Zulässigkeit überprüfen zu lassen.

k) 6 Arbeitstage vor 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 Werbungtreibende hat bei ungenügendem Abdruck dann keine Ansprüche. Evtl. entstehende Mehrkosten müssen weiterberechnet werden.

**Anzeigen können aus geschäftspolitischen Gründen abgelehnt werden.**

# Unsere Repräsentanten

## Nielsen 1+2+5+6+7

MSM Medien-Service Meins

Thorsten Meins

Stadtbahnstrasse 114

22391 Hamburg

T 040 69 79 59 15

F 040 61 13 61 83

medienservice-meins@gmx.de

www.msmeins.de

## Nielsen 3a

MD Medien Dienste GmbH

Rainer Karpenfeld

Baumweg 19

60316 Frankfurt am Main

T 069 94 33 31 22

F 069 4 99 03 86

karpenfeld@mdmedien.de

## Nielsen 3b+4

Media Informations Service

Claus Dittmayer

Kagerbauerstrasse 11

82049 Pullach

T 089 7 44 14 70

F 089 7 93 42 41

dittmayer@mediacd.de

## Italien

Archithema Verlag AG

Karin Masi

Via Varese 16

I-20121 Milano

T+F +39 02 6 59 69 97

karin.masi@archithema.com

