

connoisseur *circle*



Die Nr. 1
im Luxusreisemarkt

Mediadaten 2011

Vertrieb Österreich Auflage 30.600, 4-x p. a.

Connoisseur Circle wird sowohl im gehobenen Einzelhandel als auch über unsere ausgezeichneten Kooperationspartner gezielt an Luxusreisende und Top-Verdiener vertrieben.

■ **Verbreitung**

- 1.000 HON-Circle Austrian Airlines und ausgewählte Senatoren (HON-Circle-Mitglied kann nur werden, wer in zwei aufeinander folgenden Kalenderjahren 600.000 Meilen sammelt)
- 2.500 Goldcard-Members des Österreichischen Verkehrsbüros / Ruefa
- 1.500 AirportLounges (Austrian, Lufthansa, Emirates u. a.)
- 3.000 Limousinenservice mit selektiven Partnern und Tourismusorganisationen (Top-Skigebiete)
- 13.000 Exklusiv-Verteiler an EntscheidungsträgerInnen und Connoisseur-Circle-Members in Österreich mit HH-Nettoeinkommen > als € 5.000,-
- 8.000 Einzelhandel Kiosk
- 1.600 Direktversand an 4- und 5-Sterne-Hoteliere und Top-Touristik



Kontakte

Connoisseur Circle Reiseservice GmbH

Hegelgasse 8/22
A-1010 Wien

Verlag und Produktion

Mariahilfer Straße 51,
5. Stiege
A-1060 Wien/Austria
T +43/1/890 69 77-24
M +43/676/518 86 60
F +43/1/890 69 77-10
www.ccircle.cc

Anzeigenproduktion und Druckunterlagen

Sigrid Raditschnig
Mariahilfer Straße 51,
5. Stiege
A-1060 Wien/Austria
M +43/664/132 98 13
saiga@aon.at

Buchung & Kontakt

Bau.Media.GmbH
Werbeagentur
Edda Lakner
A-3492 Etsdorf,
Untere Marktstraße 76
T +43/2735/ 771 88-11
M +43/664/300 55 11
F +43/2735/771 88-22
edda.lakner@baumedia.co.at

Anzeigenleitung

Klaus Kopal
M +43/664/412 00 85
klaus.kopal@baumedia.co.at



Termine

Erscheinungstermin

9. März 2011 (ITB)
20. Juni 2011
26. September 2011
28. November 2011

Anzeigenschluss

17. Februar 2011
1. Juni 2011
8. September 2011
10. November 2011

Vertrieb Deutschland, Schweiz Auflage 48.000, 4-x p. a.

Connoisseur Circle wird sowohl im gehobenen Einzelhandel als auch über unsere ausgezeichneten Kooperationspartner gezielt an Luxusreisende und Top-Verdiener in ganz Deutschland und der Schweiz vertrieben.

■ **Verbreitung Deutschland: 45.000 Exemplare**

- 5.000 HON-Circle, Senatoren u. a. Vielflieger (HON-Circle-Mitglied kann nur werden, wer in zwei aufeinander folgenden Kalenderjahren 600.000 Meilen sammelt)
- 14.000 Abonnenten via Fixabnahme und Verteilung durch über 350 airtours-Premium-Reisebüros (airtours.business.club) an Top-Kunden.
- 3.500 Airport Lounges (Austrian, Lufthansa, Emirates u. a.)
- 4.500 über Markenpartner, Limousinenservice und Tourismusorganisationen
- 2.000 Lufthansa City Center-Kunden über LCC Reisebüros
- 3.000 Direktversand an reiseaffine EntscheidungsträgerInnen in Deutschland mit HH-Nettoeinkommen > als € 5.000,- über den Verteiler Guides & more.
- 10.000 Einzelhandel Kiosk
- 3.000 Direktversand an 4- und 5-Sterne-Hoteliern und Top-Touristik

■ **Verbreitung Schweiz: 3.000 Exemplare**

- 1.500 Direktversand an Hoteliers, CC-Members
- 1.500 Einzelhandel Kiosk



Kontakte

Büros Deutschland

Knesebeckstrasse 11, 10623 Berlin
Magdalena Mayer
T +49/30/30 64 14-10
F +49/30/30 64 14-11
office@ccircle.cc
www.ccircle.cc

Buchung & Kontakt

**Zentrale:
Connoisseur Circle
Reiseservice GmbH**

Hegelgasse 8/22
A-1010 Wien/Austria

Repräsentanz für Berlin, Brandenburg, Mecklenburg- Vorpommern und Schleswig-Holstein

Florian Diesing
SD Media Services
Reuchlinstraße 10-11
10553 Berlin
T +49/30/36 28 64 34
F +49/30/36 28 64 37
anzeigen@sd-media.de

Redaktion & Verlag (Produktion)

Mariahilfer Straße 51, 5. Stiege
A-1060 Wien/Austria
T +43/1/890 69 77-24
F +43/1/890 69 77-10
www.ccircle.cc

Anzeigenproduktion und Druckunterlagen

Sigrid Raditschnig
M +43/664/132 98 13
saiga@aon.at



Termine

Erscheinungstermin

9. März 2011 (ITB)
20. Juni 2011
26. September 2011
28. November 2011

Anzeigenschluss

17. Februar 2011
1. Juni 2011
8. September 2011
10. November 2011

4 Jahre Connoisseur Circle

4 Jahre höchste Lust am Reisen: Top-News aus erster Hand und profitable Vorteilsangebote für unsere Members.

Jetzt 4 x jährlich in Deutschland, Österreich & der Schweiz!

Was zeichnet Connoisseur Circle aus?

■ Connoisseur Circle ist das einzige Magazin in deutscher Sprache, das ausschließlich Luxusreisende anspricht. Weltweit, unabhängig und objektiv stehen Luxushotels und exklusive Destinationen am Prüfstand.

■ Die Welt des Luxus und der Reisen ist ein perfektes Umfeld für Ihren Markenauftritt. Connoisseur Circle spricht mit einem werthaltigen Copypreis und exklusiven Vertriebspartnerschaften ausschließlich die Reise-Elite der deutschsprachigen Länder an.

■ Connoisseur Circle ist in den auserwählten Luxushotels weltweit ebenso zu Hause wie im exklusiven Member-Kreis und im Einzelhandel.

■ Unsere Website – www.ccircle.cc – und unser Newsletter-Service mit aktuellen Angeboten für Members runden die Marktführerschaft bei Luxusreisen ab.



Unsere Exklusiv-Partner-Pakete – Ihr Vorteil

Ausgewählten Kunden bieten wir eine exklusive Partnerschaft an. Nutzen Sie Connoisseur Circle für Ihren Kundenstamm als Mitgliederzeitschrift oder hochwertiges Giveaway. Oder legen Sie unser Heft in Ihren Outlets oder Suiten aus. Darüber hinaus bieten wir Ihnen zahlreiche weitere Möglichkeiten rund um den Connoisseur Circle. Von einer redaktionellen Integration Ihrer Produkte bis hin zu einem Exklusiv-Branding der von Ihnen versandten Ausgaben ist alles möglich. Gern stellen wir Ihr persönliches Package zusammen.

■ **Eine bestimmte Anzahl Hefte, startend bei 100.** Die Hefte können bei entsprechender Anzahl auch über mehrere Ausgaben gesplittet werden.

■ **Eine redaktionelle Integration** in Form eines Specials oder Advertorials unterschiedlichen Umfangs.

■ **Ein Kontingent Anzeigenseiten.**

■ **Eine Schaltung in unserem Newsletter,** die verweist auf:

■ **Ein exklusives Engagement in unserer Community.** Hier können Sie als Kunde unserer Leserschaft einzigartige Angebote, auch in tagesaktueller Form, unterbreiten.

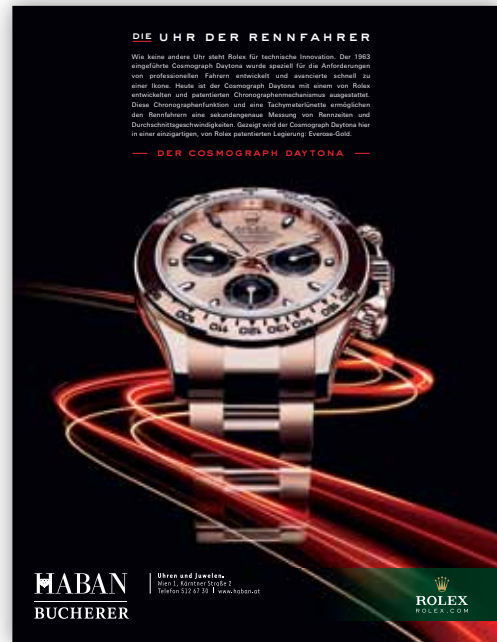
Ihre Anzeige in Connoisseur Circle



Tarif Ausgabe Österreich



1/1 Seite 4c: € 5.850,-
230 x 300 mm



Tarif Ausgabe Deutschland, Schweiz



1/1 Seite 4c: € 7.240,-
230 x 300 mm

Kombitarif für alle Länder
(D, A, CH):
25 % auf den Listenpreis

Für Platzierung auf U2, U3 oder U4 werden 20% Platzierungsaufschlag verrechnet.



Tarif Ausgabe Österreich 2/1 Seite 4c: € 11.700,-

Tarif Ausgabe Deutschland, Schweiz 2/1 Seite 4c: € 14.480,-
230 x 300 mm

Kombitarif für alle Länder (D, A, CH): 25 % auf den Listenpreis

Ihre Promotionmöglichkeiten

PROMOTION



Der Sommer kann kommen: Mit frischer Haut und tollen Farbakzenten auf Augen und Lippen wirken Sie – ganz so wie die Jahreszeit – einfach unwiderstehlich.

SOMMERLEUCHTEN

SOFORTIGE HAUTNEUERUNG MIT DEM IDEALST DUAL-ACTION RESURFACING TREATMENT

Estée Lauders modernste Hauterneuerungs-Behandlung erzeugt mit nur einer Anwendung ein außergewöhnliches Erscheinungsbild von geschmeidiger, geglätteter Haut, die quasi per se erscheint. Mit der einzigartigen Thermal-Technologie gelangen durch angenehme Wärme die Wirkstoffe tief in die Poren und helfen Unreinheiten auflösen. Sanft wird die Haut von der toten auflösenden Hautschicht befreit, während konzentrierte Mengen von Glucosaminen und Salicylsäure in den tieferen Ebenen der Hautoberfläche die Zellerneuerung normalisieren. Feine, raue, schuppige Haut und das Erscheinungsbild von großen Poren werden praktisch eliminiert und ein glatter, strahlender Teint kommt zum Vorschein.

TOLLER LOOK MIT DEM SIGNATURE SILKY POWDER BLUSH

Das junge Mitglied der Estée Lauder Signature-Farb-Familie, der Signature Blush, ist klar und leicht und lässt Ihr Gesicht in frischer Farbe erblühen. Der neue Signature Silky Powder Blush heißt auf bereit und definiert und sorgt dabei für ein natürliches, strahlendes Finish, das Ihr inneres Leuchten außen sichtbar macht. Dieser seidige, leichte Powder Blush erzeugt einen zart erhellenden Effekt, der Sie gesund und energiegeladener wirken lässt. Mit den verschiedenen abgestuften Farbtönen gelingt es Ihnen leicht, die richtige Schattierung passend zu Ihrer jeweiligen Stimmung zu finden. Die Microline Color Technology™ erzeugt die Illusion, dass die Farbe ganz natürlich unter der Hautoberfläche entstanden ist. Man muss dadurch weniger von dem Produkt auftragen, um einen natürlichen bis hin zum dramatischen Look zu erhalten. Die Farbe lässt sich aufbauen und hält länger.

UPPIGE LIPPEN MIT DEM PURE COLOR GLOSS STICK

Ab jetzt können Sie intensiven Glanz, konstante Pflege und beständiges blühendes Lächeln in einem einzigen superschickem Lipgloss-Stick erhalten. Estée Lauder's neuer Pure Color Gloss Stick macht es möglich – ein unverwundbarer, fester Lipgloss, der auf ultracremigen, unendlich verführerischen Art die Lippen pflegt, sie sanft aufpoliert und ihnen zusätzlichen Glanz verleiht. Zu den Lippen verschönernden Eigenschaften der cremigen Grundlage kommt noch ein markenspezifischer Inhaltsstoff, Maxi-Lip, der die Lippen aufpoliert und sie bei fortgesetzter Anwendung fülliger wirken lässt und zusätzlich mit Feuchtigkeit versorgt. Während für die typischen Gloss-Formeln zweidimensionale flache Partikel verwendet werden, sorgen hier achteckig geformte Partikel für ein Maximum an Lichtreflexion, was die Lippen voller wirken lässt.

Alle diese Produkte und beste Beratung erhalten Sie bei Sephora & Co. GmbH, www.sephora.com

Klassisches Advertorial:
1/1 Seite 4c Promotionpreis:
€ 4.800,-



connoisseur circle
DIE HOHE KUNST DES REISENS

HERBST 2010
13 €

DESTINATION & HOTEL TEST
kritisch & unabhängig

**MARRAKESCH
KITZBUHEL**

MIT GROSSEM
INDISCHER
OZEAN
SPECIAL

ÜBERREICHT MIT BESTER EMPFEHLUNG:
FINDET HIDEAWAY RESORTS

ARUNSA
www.a-rosa.de

Individuelles Titelblatt – Covermutation:
€ 1000,- für Herstellung
€ 250,- je 100 Exemplare



Südafrika pur im Marrakech Nationalpark

grenzenlos. Ein Besuch im Krugerpark, ein Gourmether in der Kap-Weinregion oder Meeresfrüchte zu Sandel. Sie können Ihre Genussreise erweitern.

SÜDAFRIKA IST AUSWAHL!

Die weltberühmte Biodiversität der erstklassigen Safari-Lodges, Forts und Camps machen die Entscheidung nicht einfach. Welche Wahl die für Sie richtige ist, erfahren Sie beim Spezialisten. Unsere Reisepartner finden Sie auf der Seite www.airtours.de



ALLES IST MÖGLICH

Tiere der Kapstadt sind nicht bezahnen. Das Gassegehen der Fußball-Weltmeisterschaft 2010 erfüllt fast alle Reiseverwünsche.

SÜDAFRIKA
Alles ist möglich
www.airtours.de

Die Kompa-Klasse unter den „Big Five“-Lodges mit Jungtieren.

5-seitige Flappe: Preis auf Anfrage



KERZNER

WASSERWUNDERWELT

Mit Atlantis, The Palm und One&Only Royal Mirage bietet die Kerzner-Gruppe in Dubai gleich zwei Traumresorts an. Beide mit unterschiedlicher Ausprägung, aber demselben Anspruch: Das Beste ist gerade gut genug.

Meeresblick mit anders: die Skyline von Dubai, gesehen von Atlantis, The Palm.

Wir kennen die sieben Weltwunder der Neuzeit wie das Taj Mahal oder die Christus-Mauer. Sollten mit die sieben Weltwunder des 21. Jahrhunderts gewählt werden, dann ist The Palm ganz sicher weit oben auf der Liste zu finden. Die Rede ist von drei riesigen, künstlich erschaffenen Inseln, die zusammen 50 Quadratkilometer Fläche einnehmen und aus über 200 Millionen Kubikmeter

aufgeschüttetem Sand und Stein bestehen. Ein handwerkliches Wunderwerk, das einen perfekten Spagat zwischen Hochtechnologie und Naturerlebnis vollzieht.

ZURÜCK IN DIE ZUKUNFT MIT DEM MYTHOS ATLANTIS
Im Besonderen drückt sich dieser Spagat im Atlantis, The Palm aus. Ein internationales Erlebnisresort der Superlative, in dessen Mittelpunkt die Royal Towers stehen. Ein Hotelkomplex, flankiert von zwei Türmen, an die sich die beiden Flügel mit über 1.500 Zimmern und Suiten anschließen. Gelegentlich auf der ersten gebaut Insel - The



Mit den Fischen schwimmen können. Keine der Einzelassen im Atlantis, The Palm.

KÖNIGLICHES AMBIENTE IN ONE&ONLY ROYAL MIRAGE
Den mythischen Charme des alten Arabiens in einem zauberhaften Moment aufleben lassen – so lautet der selbstgewählte Anspruch des One&Only Royal Mirage. Das zweite Luxushotel der Kerzner Group in Dubai. Aus dem „Moment“ wurde ein Monument. Eines, das originalgetreu einem orientalischen Palast nachempfunden ist und das sich mit seiner authentischen arabischen Gastfreundschaft und dem anspruchsvollen Service als Oase der Ruhe im modernen, quirligen Dubai City entspannt. Zu finden ist das One&Only Royal Mirage in unmittelbarer Nähe der Dubai Monorail, einer aufgestandenen Schienenstraße im Oasis, mit der man quasi über das Wasser „schwembend“ zum nahe gelegenen Abenteuer-Wasserpark gelangt. So man möchte.

Denn das One&Only Royal Mirage bietet mit seinem Kilometer langen Privatstrand und der 40 Hektar großen Gartenanlage samt unzähliger Springbrunnen, Wellnesszonen und verwiegler Wege ein traumhaft romantisches Hideaway für alle jene, die im Urlaub voll auf Entspannung und Erholung aus sind.

Bunt und vielfältig wie die arabische Kultur ist auch die Unterwelt in diesem exklusiven Resort, das sich aus drei Hotelkomplexen zusammensetzt: dem „Arabian Court“, dem „Palace“ und dem ganz exklusiven „Residence & Spa“. In Ruinen von mindestens 4500 bis 3000 (Royal Suite) können die Gäste wahrhaft königlich residieren, denn jedes dieser Zimmer und Suiten ist analog der Architektur mit orientalischen Möbeln und Details ausgestattet. Wer es ganz besonders exklusiv liebt, für den stehen die Gartenwillen bereit. Jede einzelne verfügt nicht nur über persönlichen Strandzugang, sondern ist auch mit einem temperaturgesteuerten Privatpool versehen.

Bekannt und berühmt ist das One&Only Royal Mirage auch für seine Fitness- und Wellnessangeboten. Bei erstem Blick man auf die uralt indische Gesundheitsanwendung Ayurveda. Speziell erwehnen lassen kann man sich im Hammam, einem orientalischen Badehaus, das sämtliche

VERY SPECIAL



Der Zauber orientalischer Hotels spiegelt sich in allen Details des One&Only Royal Mirage wider.




Seine anspruch. Der Spa-Bereich schließlich verfügt mit zwei luxuriösen, internen Räumen, in denen alle bekannten Techniken angeboten werden. Tipp: Auf keinen Fall sollte man sich die freibühnen Shows im Al Koufa Amphitheater entgehen lassen. Einfach zauberhaft, einfach königlich. One&Only Royal Mirage www.kerzner.com

76 77

Advertorial im „Very Special Segment“ (Reise-Promotion):

1/1 Seite 4c Promotionpreis: € 3.500,-

2/1 Seite 4c Promotionpreis: € 6.000,-

SÜDAFRIKA IST WILD!
Entdeck das Natur und Tierwelt bekannt für ihre Artenvielfalt an Wildtieren und zahlt die Begegnung mit den „Big Five“ und anderen unerschwinglichen Tausendern. In der Region gehören die Wildbeobachtung zu den Höhepunkten. Regen und Pflanzenreichheit kommen hier im Fynbos auf ihre Kosten. 107 Vogelarten und 4.000 Pflanzenarten sind in diesem

SÜDAFRIKA IST BEWERT!
Waldern, Bienen oder Raben – Aktive finden herrliche Kulissen. Ob Hochweiden, Berge oder endlose Sandstrände, Lügge, anspruchsvolle Ökosysteme und indische Oasen bieten Wassersportern ein reiches Betätigungsfeld.

SÜDAFRIKA IST GENUES!
Festweine, Südafrikanische Curry – das kulinarische Gedruckenslebnis ist



Südafrika per im Marokko Nationalpark



Ein Anblick wie ein Gemälde, die Twelve Apostles Bay.



Die Königsfamilie unter den „Big Five“ - Löwin mit Jungen.

Immer wieder ein Erlebnis: Dophin und Wale. Was kann beeindruckender sein als ein Soudowner in der Savanne?

Gerne setzen wir mit Ihnen Ihre Ideen auch redaktionell um!

Datenanlieferung

Wenn Sie uns Ihr Anzeigenmotiv in Form von Daten zukommen lassen, sollten Sie folgende Vorgaben beachten, um optimale Veröffentlichungsergebnisse in Ihrem Sinne zu gewährleisten:

- **Alle in der Anzeige** eingebauten Bilder müssen mindestens 300 dpi Auflösung haben. Wenn Logos oder Illustrationen aus Fremdprogrammen eingebaut werden, ist unbedingt darauf zu achten, dass in diesen Fremdprogrammen alle Schriften in Pfade umgewandelt werden und ein korrekter Überdruckmodus eingestellt ist.
- **Der Farbmodus** aller Abbildungen muss CMYK sein.
- Ideal ist es, wenn Sie uns ein für die Druckvorstufe geeignetes PDF erstellen. Achten Sie auf die Kompatibilität zu Acrobat 5 (PDF 1.4).
- **Bei angeschnittenen Anzeigen** ist ein Beschnitt von 3 Millimetern zu berücksichtigen.
- **Abfallende Flächen** sind mit 3 Millimetern zu überfüllen.
- **Um die Datenmenge** so klein wie möglich zu halten, sollten eingebaute Abbildungen nicht mehr als 10 Millimeter beschnitten und nicht weniger als 60 Prozent verkleinert sein.
- **Ein farbiger Andruck**, besser ein verbindliches Farbproof der Anzeige, muss immer beigelegt werden.
- **ftp-Übermittlung auf Anfrage.**

Allgemeine Geschäftsbedingungen

1 „Anzeigen-Auftrag“ im Sinne der nachfolgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen ist ein Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbung Treibenden 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 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 wurde.

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 aufgrund von Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

5 Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an 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.

6 Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Promotion“ deutlich kenntlich gemacht.

7 Der Verlag behält sich vor, Auftragsaufträge – 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 ihr Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder ihre 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 Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck erwecken, ein Bestandteil der Zeitung oder Zeitschrift zu sein, oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

8 Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

9 Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. 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 oder grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unbe-

rührt. 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 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 schriftlich mitgeteilt werden.

11 Falls der Auftraggeber keine 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 laufende Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden gemäß der Preisliste gewährt.

12 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 2 Prozent über dem jeweils gültigen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank sowie die 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.

13 Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Auftrages 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 Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

15 Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die je nach Art der Anzeige übliche tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

16 Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

17 Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn die Einzelaufgaben der belegten Hefte im Durchschnitt die garantierte verkaufte Auflage unterschreiten. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn und so weit 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. überschreitet. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche 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. Weiter gehende Ansprüche sind ausgeschlossen.

18 Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages. So weit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.