

Der Genussverlag

www.genussverlag.de

MEDIADATEN
2012

finetobacco

GENUSSJOURNAL
für die feine Lebensart
Online als E-Magazin

Anzeigenpreisliste Nr. 5 gültig ab 01.01.2012

MEDIADATEN 2012

finetobacco

Objekt

Druckauflage

Erscheinungsweise

FINE TOBACCO

8.000 Exemplare

4 x pro Jahr

Für alle aufgeführten Zeitschriften, Onlineangebote, Events und Sonderleistungen, wenden Sie sich bei Buchungen und/oder Angebotsanfragen direkt an:

MMM Medien Marketing Meinsen

Inhaber: Bodo Meinsen

Chiemseering 11

85551 Kirchheim bei München

Tel: 089-90529072

Fax: 089-90529073

email: info@genussverlag.com

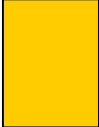
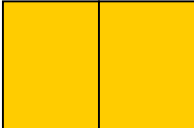
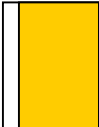
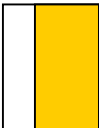
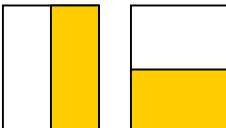

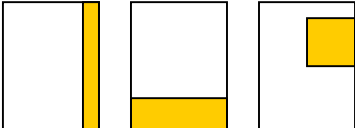
www.genussverlag.com

**Alle angegebenen Anschnittformate sind Netto-Formate zzgl. 3 mm Beschnittzugabe an allen Außenseiten.
Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt.**

Preise 2012

Heftformat: 225x298 (BxH in mm)

finetobacco

Formate		Anschnittformate (Breite x Höhe in mm)	Satzspiegelformat (Breite x Höhe in mm)	Preise in € (farbig und s/w)
	1/1	225 x 298	192 x 273	2.600,00
	2/1	450 x 298	418 x 273	4.1600,00
	3/4 hoch	158 x 298	142 x 273	1.976,00
	2/3 hoch	140 x 298	124 x 273	1.768,00
	1/2 hoch 1/2 quer	110 x 298 225 x 149	94 x 273 192 x 134	1.352,00
	1/3 hoch 1/3 quer	76 x 298 225 x 100	60 x 273 192 x 85	1.020,00
	1/4 hoch 1/4 quer 1/4 2-spaltig	60 x 298 225 x 74,5 110 x 149	44 x 273 192 x 59,5 94 x 134	728,00

Beilagen: bis 25 gr. 95,00 € / 0/00
bis 50 gr. 115,00 € / 0/00
(zzgl. Postgebühren)

Nachlässe:	Malstaffel:	ab	2 Anzeigen	3%
		ab	4 Anzeigen	5%
		ab	6 Anzeigen	10%
		ab	8 Anzeigen	15%
	Mengenstaffel:	ab	2 Seiten	5%
		ab	4 Seiten	10%
		ab	6 Seiten	15%
		ab	12 Seiten	20%

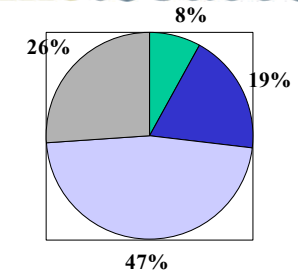
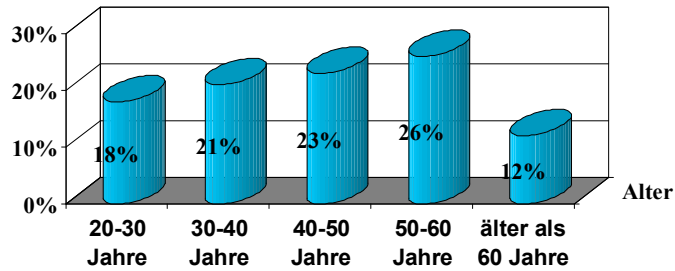
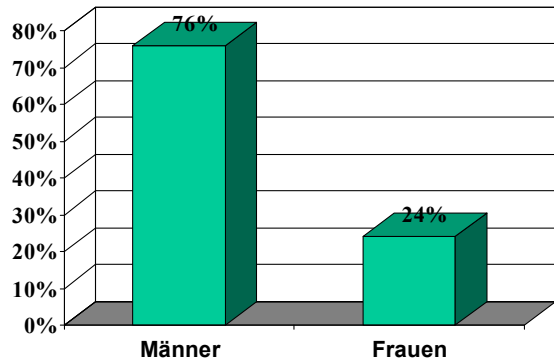
Termine 2012



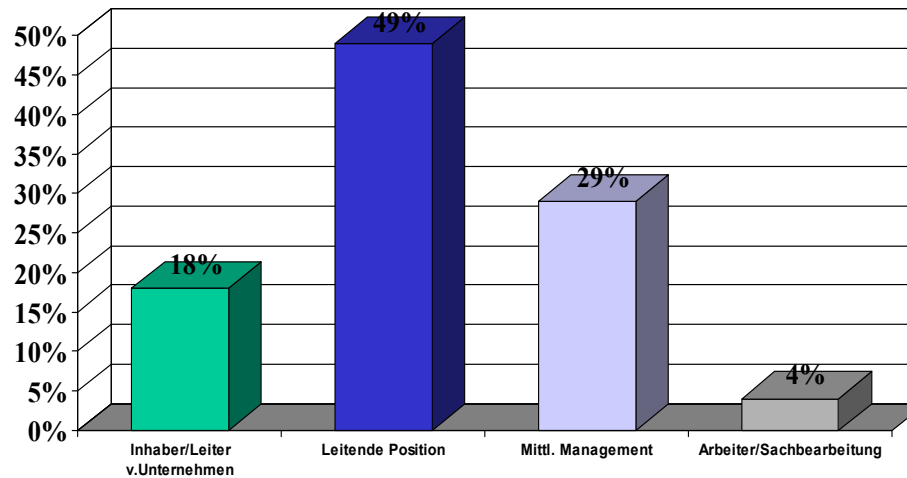
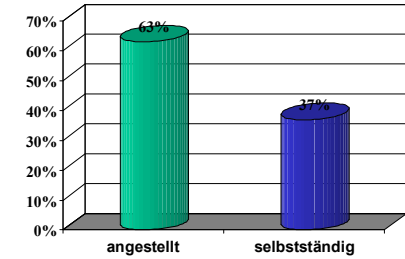
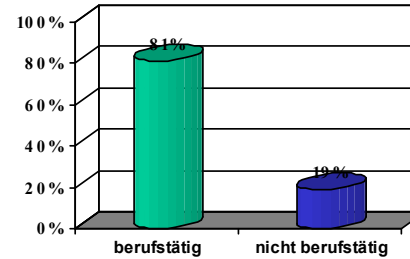
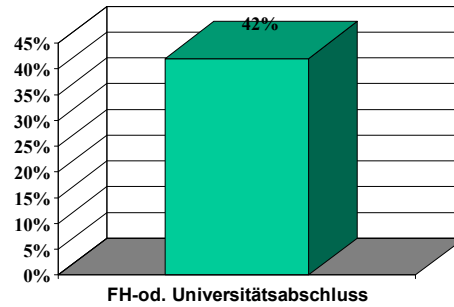
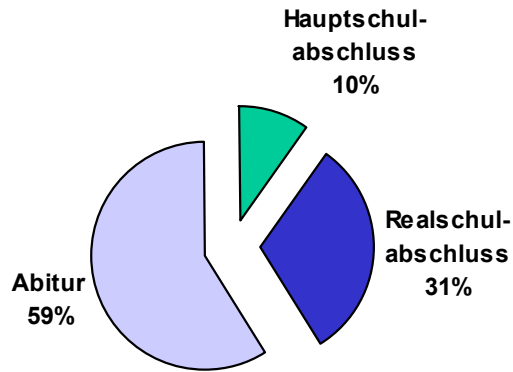
Objekt	Ausgabe	Anzeigen-Schluss	DU-Schluss	EVT
FINE TOBACCO	1/2012	17.02.2012	24.02.2012	16.03.2012
FINE TOBACCO	2/2012	18.05.2012	25.05.2012	15.06.2012
FINE TOBACCO	3/2012	10.08.2012	17.08.2012	07.09.2012
FINE TOBACCO	4/2012	16.11.2012	23.11.2012	14.12.2012

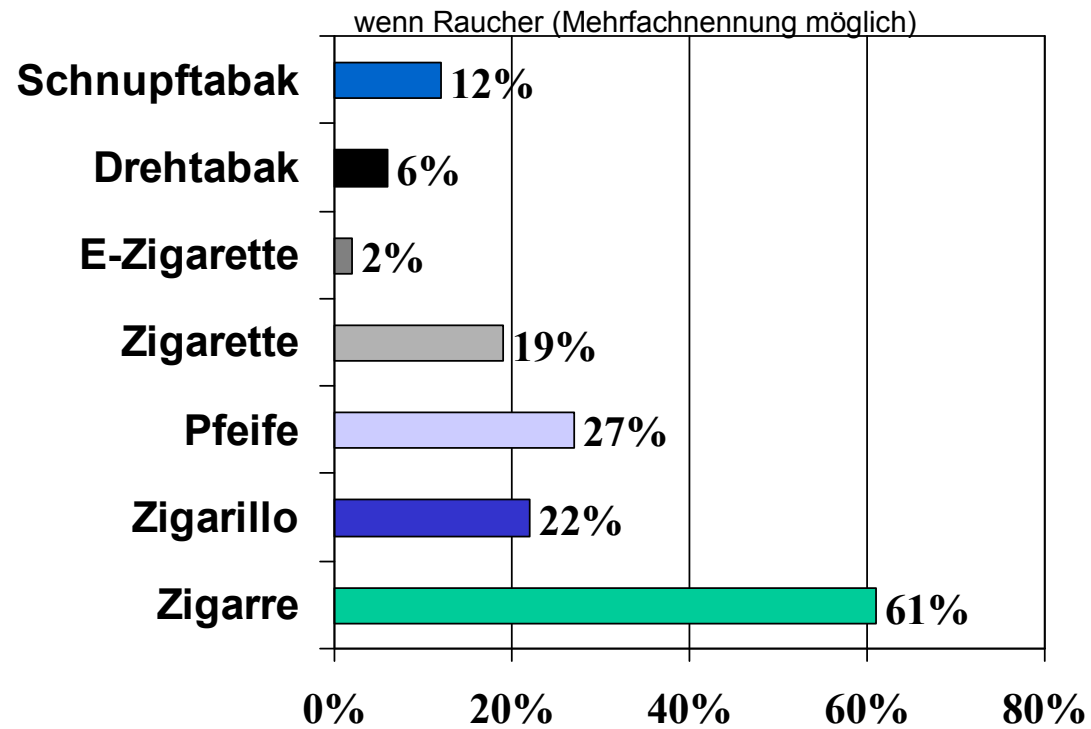
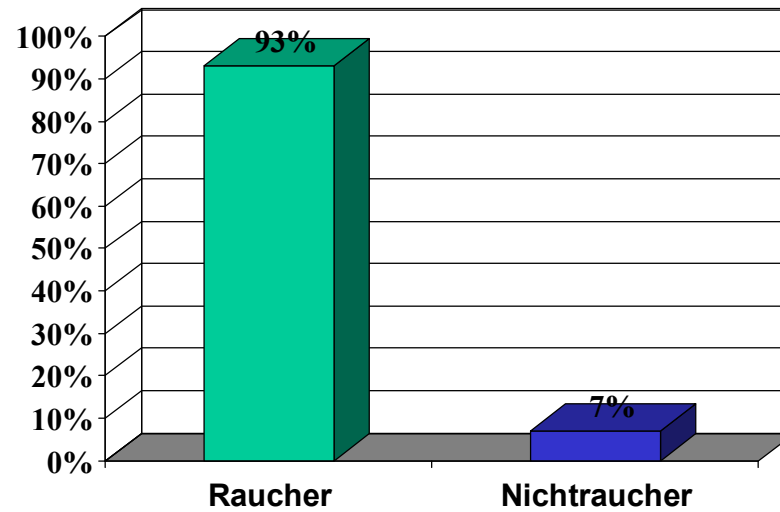
Abonnentenbefragung 2011

finetobacco



■ bis 2000 € ■ 2000-3000 €
■ 3000-4000 € ■ 4000 € und mehr



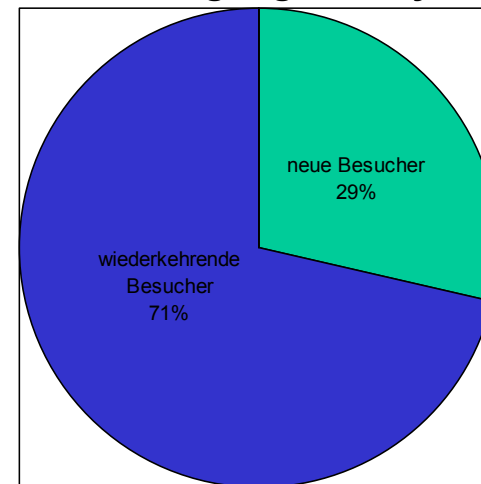
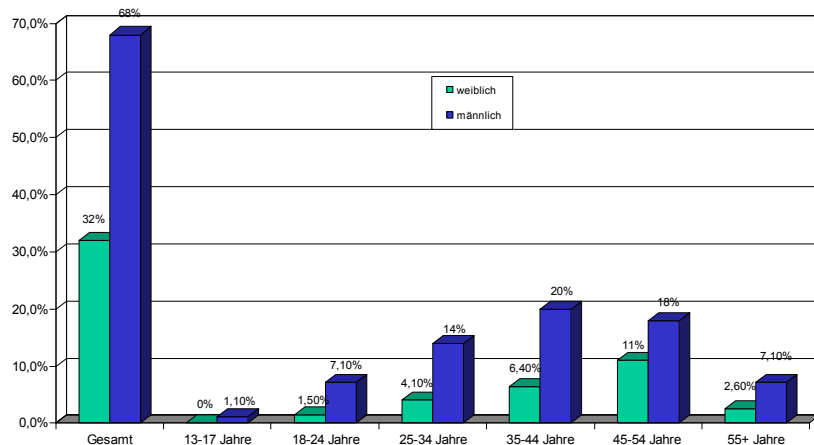


GENUSSJOURNAL ONLINE

für die feine Lebensart

E-Magazine für Genießer

- erscheint monatlich neu
- absolut interaktiv (Text, Bild, Audio, Video)
- weiteste Verbreitung über Online-Netzwerke
Regelmäßige Dokumentation der Page-Impressions
(Min. 1.500.000 ab Start Nov. '11)
- mit „Heft im Heft“
- Redaktionsthemen:
 - Lust auf Genuss
 - Reisen/ Hotellerie/ Restaurants
 - Küche & Keller
 - Spirituosen
 - Tabak-Genuss & Accessoires
- Zielgruppe (am Beispiel der Statistikauswertung von facebook und google-analytics)



GENUSSJOURNAL ONLINE
für die feine Lebensart
E-Magazine für Genießer

- **Advertorials/Werbung/Produktionskostenzuschüsse
(nicht buchbar für Tabak-Produkte)**

½ Seite Artikel + 1 Hinterlegung

= € 350,00/ Monat + Archivpräsenz

1/1 Seite Artikel + Multimedia

= € 600,00 / Monat + Archivpräsenz

1/1 Seite Artikel + Multimedia + Gewinnspiel o.ä./ Full Service

= € 1.000,00 / Monat + Archivpräsenz

Gerne informieren wir Sie individuell über die enormen Möglichkeiten!

Hot-Line: ++49 – (0) 89 – 90 52 90 72 oder: info@genussverlag.com

Der Genussverlag

Sonderleistungen 2012

- **In allen Objekten sind Advertorials möglich**
Text-und Bildvorlagen durch Auftraggeber angeliefert, Redaktion, Layout und Produktion durch MMM, Freigabe durch Auftraggeber
Preise analog Anzeigenpreise
- **Titel-Sponsoring**
Bei Produkteignung und Kostenübernahme der Fotoproduktion sind teilweise Titel belegbar.
Preise auf Anfrage
- **Objekt-Exklusiv-Sonderausgaben**
Absolutes Novum: Ihre Präsentation im Rahmen einer umfangreichen Sonderausgabe unserer Titel, - für spezielle Vorhaben wird zudem der eingeführte und gelistete Titel „Doin´Fine“ zur Verfügung gestellt (Doin´Fine Spezial).
Verbreitung über MMM-eigene Vertriebswege (z.B. über 2.000 Vertriebsstellen in FEH und Hotellerie/Gastronomie) und auf Wunsch auch über den gehobenen Zeitschriftenhandel (Grosso plus BB). Weitere Sondervertriebsmöglichkeiten nach Absprache.
Preise auf Anfrage
- **Durchführung von gezielten Events, Messen und Shows**
MMM bietet Firmen und Kooperationen/ Initiativen die Möglichkeit, sich exklusiv oder im Verbund an gezielten Events-und/oder Messeauftritten zu beteiligen. Aktionsgebiet: D,A,CH.
Preise auf Anfrage
- **High End Production und Platzierung von TV-Beiträgen**
MMM bietet zu sehr attraktiven Konditionen professionelle Produktion und Präsentation von Werbe-und Image-TV-Beiträgen.
Preise auf Anfrage

Gerne unterbreiten wir individuelle Angebote und präsentieren unsere Vorschläge nach Briefing Ihren Entscheidungsgremien.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel für Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlaß dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. 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.
7. 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.
8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich rechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder 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 und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den 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.
11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
13. 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 Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen 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 offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
 16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstöcke, Matrern und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
 17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluß über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder wenn eine Auflage nicht genannt ist - die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50 000 Exemplaren 20 v. H., bei einer Auflage bis zu 100 000 Exemplaren 15 v. H., bei einer Auflage bis zu 500 000 Exemplaren 10 v. H., bei einer Auflage über 500 000 Exemplaren 5 v. H. beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen 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.
 18. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. „Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 (Gewicht ... g) überschreiten, sowie Waren, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, daß der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.“
 19. Matrern werden nur auf besonderer Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
 20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragschluß seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.
 21. (Sondervorschrift bei Auflagenminderungen von Titeln mit weniger als zweimal wöchentlichem Erscheinen, die heftbezogene Auflagedaten veröffentlichen)
Abweichend von Nummer 17 berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagedaten veröffentlichen, nur dann zu einer Preisminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage („Garantieauflage“) von bis zu 500 000 Exemplaren 10 v. H. und bei einer Auflage (Garantieauflage“) von über 500 000 Exemplaren 5 v. H. überschreitet. Die der Garantie zugrundeliegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IVW. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr aus dem Auflagedurchschnitt der vier Quartale vor dem Insertionsjahr, soweit nicht vom Verlag eine absolute Auflagenzahl als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisminderung ist ein rabattfähiger Abschluß auf Basis der Mengenstaffel und für mindestens drei Ausgaben.
Grundlage für die Berechnung der Preisminderung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde. Die mögliche Auflagenminderung errechnet sich als Saldo der Auflagenüber- und Auflagenunterschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Insertionsjahres. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalgutschrift oder wenn dies nicht mehr möglich ist als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2556,00 € beträgt.
- Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen werden zur Anwendung im Anzeigen- und Fremdbeilagengeschäft unverbindlich empfohlen. Es bleibt den Vertragsparteien unbenommen, abweichende Vereinbarungen zu treffen.