

2012



76.250 Druckauflage
(2. Quartal 2011)

Mediadaten Nr. 16 | gültig für 2012



*Technik
kinderleicht
erklärt...*



**Gemeinsam
unterwegs
sein...**



*...mit Freude
entdecken*

2	Verband	8	Beihefter
3	Radwelt	9	Beikleber
4	Leser	10	Sonderformate
5	Formate	11	Konditionen . Rabatte
6	Preise	12	Daten
7	Beilagen	13	Allgemeine Geschäftsbedingungen

Ihr Partner für Medien

Wir, **die Zweiplus Medienagentur**, sind die Marketingagentur des ADFC und betreuen neben dem Mitgliedermagazin Radwelt viele weitere ADFC-Publikationen – sowohl Print- als auch Online-Medien. Wir haben uns auf Verbände und Organisationen spezialisiert. Seit 1992 arbeiten wir in den Bereichen Freizeit, Mobilität, Politik, Soziales, Umwelt und Natur. Unsere Kunden profitieren von unserer Kompetenz im Marketing, beim Gestalten und Produzieren zahlreicher Magazine sowie beim Vertrieb von Medienprodukten. Wir sind in den jeweiligen Branchen unserer Kunden bestens vernetzt und identifizieren uns mit deren ethischen Grundsätzen.

Wir setzen höchste Maßstäbe an

- zuverlässige Qualität
- faires Miteinander
- nachhaltiges Arbeiten und Wirken sowie
- hundertprozentige Unabhängigkeit der Redaktionen, mit denen wir zusammenarbeiten.

Maßstäbe, die selbstverständlich auch für die von uns vertretenen Verbände und Medien gelten.

Gerne informieren wir Sie über unsere Dienstleistungen rund um die Themen Zeitschriften, Anzeigenmarketing und Vertrieb. Unsere Kontaktdaten finden Sie auf der Rückseite dieser Broschüre.

Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e. V.

Der ADFC und seine Leistungen

Seit 1979 engagiert sich der ADFC für das Radfahren in Deutschland

- Die ADFC-Radtourenleiter legen jährlich mit ca. 205.000 Teilnehmern insgesamt über 11 Millionen Tourenkilometer zurück.¹
- Als verkehrspolitische Vertretung aller Radfahrer, der Fahrradindustrie und des Fahrrad-Tourismus sorgt der ADFC für eine konsequente Förderung des Fahrradverkehrs.
- Als Verbraucherschutzorganisation prüft und vergleicht der ADFC Produkte und setzt Qualitätsstandards. Rund 67 Prozent aller Deutschen, die den ADFC als Ratgeber nutzen, sind mit ihrem Rad sehr zufrieden. Der Bundesdurchschnitt liegt bei 52 Prozent.²

Der ADFC ist eine starke und aktive Gemeinschaft

- mit über 133.000 Mitgliedern in Deutschland
- vor Ort in 450 Gliederungen aktiv
- informiert bundesweit in 80 Geschäftsstellen
- wird von 39 Firmen unterstützt

- erreicht fast 50 Millionen Deutsche per Pressearbeit
- verlegt mit über 2,5 Millionen verkauften Exemplaren die erfolgreichste Radtourenkarte der Welt.

Viele Aktivitäten des ADFC haben Vorreiterrolle

- „Radreisen 2011“ – der mit dem ADFC erstellte Katalog stellt 111 Reiseziele von 64 Veranstaltern vor.
- „Mit dem Rad zur Arbeit“ motiviert jährlich rund 170.000 Teilnehmer, in ihrem Betrieb für das Radfahren zu werben.
- „Deutschland per Rad entdecken“ – der vom ADFC in Kooperation mit der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) herausgegebene Katalog präsentiert 150 Radrouten in Deutschland.
- ADFC-Netzwerk „Bett+Bike“ mit über 5.000 fahrradfreundlichen Gastbetrieben – in Deutschland das erfolgreichste zielgruppenbezogene Angebot im Tourismus.

¹ Quelle: ADFC-Radreiseanalyse, 2011

² Quelle: Sinus-Institut, 2009

Radwelt – das ADFC-Magazin

Von weit mehr als 133.000 Club-Mitgliedern gelesen

Druckauflage

76.250 Exemplare (2. Quartal 2011)



Abonnierte Auflage

69.806 Exemplare (2. Quartal 2011)

Verbreitete Auflage

76.034 Exemplare (2. Quartal 2011)

Erscheinungsort

Bremen

Erscheinungsweise

6 x im Jahr

Verbreitungsgebiet

Bundesrepublik Deutschland

Mitglieder

133.000 Menschen (Stand August 2011)

Radwelt ist das Mitgliedermagazin des ADFC und richtet sich an eine stetig wachsende Lesergemeinschaft in Deutschland: Menschen, für die das Radfahren ein Teil ihres Lebensstils ist – in der Freizeit und im Alltag.

Radwelt berichtet über die verkehrspolitische Arbeit des ADFC, vor allem aber kommuniziert das Magazin ein Lebensgefühl: Radfahren macht Spaß.



Die Hauptthemen der Radwelt

- **Bewegen:** mit politischen und verkehrstechnischen Themen, Inhalten aus dem ADFC-Leben und Aktivitäten, mit Hintergründen zu Gesetzen und einer Rechtsberatung
- **Technik:** mit Fahrberichten, Hintergrundinformationen und Produktvorstellungen
- **Reisen:** mit Reise Geschichten, Tourentipps und Ausflugszielen.

kurz + knapp

- 133.000 radbegeisterte Mitglieder – **ohne Streuverluste**
- zusätzliche Verbreitung durch Auslage auf Messen, ADFC-Events, im Fachhandel und an öffentlichen Stellen
- **auflagenstärkstes** Trekkingrad-Magazin in Deutschland
- **einzige IVW-geprüfte** Trekking- und Tourenradzeitschrift im deutschsprachigen Raum
- erscheint alle zwei Monate.

Leseverhalten und Konsumverhalten

Die Radwelt-Leser sind zu 73 Prozent Männer und 27 Prozent Frauen, im durchschnittlichen Alter von 50+.

Leserbindung und Identifikation

- Besonders enge Leser-Blatt-Bindung – die Nähe zum ADFC ist groß. ADFC-Mitglieder sind aktiv, nutzen die Angebote ihres Clubs und geben ihr Wissen rund ums Rad gerne weiter.
- Radwelt wird intensiv gelesen: durchschnittlich 1,67 Stunden.
- Jede Ausgabe lesen durchschnittlich 2,5 Personen.
- **Beraterfunktion** 93% der Leser holen sich nützliche Tipps aus der Radwelt und geben sie an ihr Umfeld weiter.

Leserinteressen

Alles rund ums Rad, Radtourismus, Technik und Bekleidung – das sind Themen, die Radwelt-Leser am meisten interessieren.

Beilagenwerbung 46% der Leser schauen diese aufmerksam an und 47% heben sie auf.

Konsumverhalten

Die Radwelt-Leser sind eine aktive, anspruchsvolle und konsumorientierte Zielgruppe:

- 72% sind bereit, für hochwertige Produkte auch mehr auszugeben.
- 70% sehen sich als kritische, aufgeklärte Verbraucher.
- ADFC-Mitglieder sind ständig auf der Suche nach neuen Destinationen. 54% entscheiden sich das ganze Jahr über bzw. spontan für das nächste Radreiseziel.

Quelle: Radwelt-Leserumfragen 2009 und 2011.
Die kompletten Umfrageergebnisse können Sie bei uns anfordern.

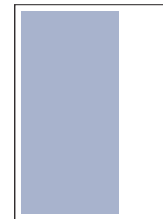


**Formatgrößen
in mm, Breite x Höhe**

1 Satzspiegel
2 Anschnittformat



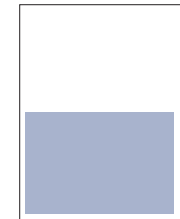
1/1 Seite
1 185 x 260
2 210 x 280



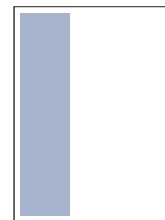
2/3 Seite hoch
1 120 x 260
2 135 x 280



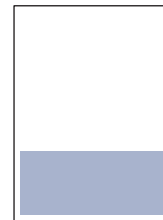
1/2 Seite hoch
1 90 x 260
2 105 x 280



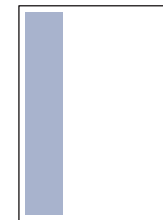
1/2 Seite quer
1 185 x 125
2 210 x 135



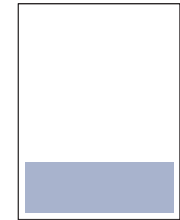
1/3 Seite hoch
1 60 x 260
2 70 x 280



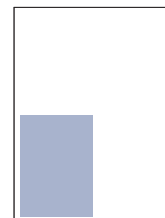
1/3 Seite quer
1 185 x 70
2 210 x 80



1/4 Seite hoch
1 45 x 260
2 55 x 280



1/4 Seite quer
1 185 x 65
2 210 x 75



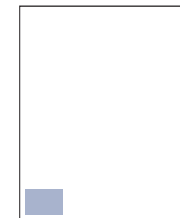
1/4 Seite eck
1 90 x 125



1/8 Seite
1 43 x 125
2 90 x 60



1/16 Seite
1 43 x 60
2 90 x 30



1/32 Seite
1 43 x 30

Erscheinungstermine 2012

Ausgabe	Erscheinungs- termin	Anzeigen- schluss
1	18.02.2012	11.01.2012
2	14.04.2012	07.03.2012
3	09.06.2012	02.05.2012
4	11.08.2012	04.07.2012
5	06.10.2012	05.09.2012
6	01.12.2012	30.10.2012

Anlieferung der Druckvorlagen 3 Werktage
nach Anzeigenschlusstermin

Druckauflage – 76.250 Exemplare

Textteil

Größe in Seitenteilen	Formate im Satzspiegel (in mm)		Preise in €		
	Breite	Höhe	s/w	2/3-farbig	4-farbig
1/1	185	260	3.810,-	4.500,-	5.520,-
2/3 hoch	120	260	2.770,-	3.340,-	3.970,-
1/2 hoch	90	260	2.100,-	2.500,-	2.970,-
1/2 quer	185	125	2.100,-	2.500,-	2.970,-
1/3 hoch	60	260	1.360,-	1.690,-	2.020,-
1/3 quer	185	70	1.360,-	1.690,-	2.020,-
1/4 hoch	45	260	1.155,-	1.400,-	1.800,-
1/4 quer	185	65	1.155,-	1.400,-	1.800,-
1/4 eck	90	125	1.155,-	1.400,-	1.800,-

Marktplatz

Größe in Seitenteilen	Formate im Satzspiegel (in mm)		Preise in €		
	Breite	Höhe	s/w	2/3-farbig	4-farbig
1/8 hoch	43	125	510,-	640,-	830,-
1/8 quer	90	60	510,-	640,-	830,-
1/16 hoch	43	60	280,-	350,-	460,-
1/16 quer	90	30	280,-	350,-	460,-
1/32	43	30	180,-	220,-	270,-

Kleinanzeigen

Gewerblich	Privat	Rubrik „Ferien“
bis 132 Zeichen: 38,- €	bis 132 Zeichen: 16,- €	bis 132 Zeichen: 24,- €
pro zusätzliche 33 Zeichen: 9,- €	pro zusätzliche 33 Zeichen: 5,- €	pro zusätzliche 33 Zeichen: 6,- €

Chiffregebühr 10,- €

Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Preisänderungen bleiben vorbehalten.
 Es gilt die am Erscheinungstag gültige Preisliste.

Mehr Aufmerksamkeit durch besondere Formate

Zusätzlich zu den üblichen Anzeigenformaten bieten wir Ihnen zahlreiche besondere Werbemöglichkeiten. Ob Beilagen oder Beihefter, aufgesendete Antwortkarten oder Warenproben – solche Ad-Specials fallen auf und animieren den Leser, sich intensiver mit dem Produkt auseinanderzusetzen. Sie werden

dabei als originelle, sympathische und informative Werbung begrüßt.

Nutzen Sie Ad-Specials als Erweiterung für Ihre klassische Kampagne oder um Highlights zu setzen, zum Beispiel bei Neueinführungen oder Aktionen. Wir beraten Sie gerne.

Beilagen sind der Zeitschrift lose beigefügte Drucksachen. Sie können verarbeitungsfertig vom Auftraggeber angeliefert oder auf Anfrage durch uns hergestellt werden.

Mindestpapiergewicht

100 g/qm (Einzelblatt)

Mindestformat/Höchstformat

105 mm x 148 mm / 200 mm x 260 mm

Max. Gesamtgewicht/Produktstärke

40g/Exemplar; 2 mm/Exemplar

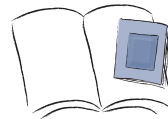
Anlieferung von Beilagen

erfolgt frei Haus Druckerei, 12 Werktage vor dem jeweiligen Erscheinungstermin. Bitte liefern Sie einen Zuschuss von 1,5% der gebuchten Auflage an.

Belegung

- Gesamtauflage
- Aboauflage
- Teilauflagen nach Nielsen ab 20.000 Exemplaren möglich

Es gibt viele Möglichkeiten, eine Beilage zu gestalten:



Beilagen mit Warenproben

bis 25g

auf Anfrage



CD-Rom-Beilagen in geschl. Hülle

bis 25g

86,- €/Tsd.



Postkarten-Beilage

40,- €/Tsd.



Booklet- und Poster-Beilagen

nach Gewicht

Beilagen

bis 25g	82,- €/Tsd.
bis 30g	90,- €/Tsd.
bis 40g	100,- €/Tsd.
höhere Gewichte nur nach Rücksprache	

Beihefter sind fest in die Zeitschrift integrierte Drucksachen/Prospekte. Sie können verarbeitungsfertig vom Auftraggeber angeliefert oder auf Anfrage durch uns hergestellt werden.

Bei Beiheftern kleinerer Höhe als das Heftformat werden diese immer am Kopf positioniert.

Mindestformat/Höchstformat

120 mm x 280 mm / 210 mm x 280 mm

Mindestpapiergewicht

Papiergewicht 80 g (bei 4-seitigen Beiheftern)

Unbeschnittenes Format

vorderer Schenkel 215 mm x 310 mm,
hinterer Schenkel 225 mm x 310 mm,
Kopfbeschnitt 4 mm

Sonderformate auf Anfrage. Anlieferung fertig gefalzt und unbeschnitten.

Anlieferung von Beiheftern

erfolgt frei Haus Druckerei, 12 Werktage vor dem jeweiligen Erscheinungstermin.

Belegung

- Gesamtauflage
- Weitere Teilauflagen nicht möglich



Beihefter

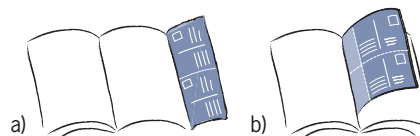
4 Seiten	87,- €/Tsd.
bis 8 Seiten	95,- €/Tsd.
bis 16 Seiten	105,- €/Tsd.

umfangreichere Beihefter auf Anfrage



Altarfalz-Beihefter bei dem links und rechts je eine weitere Seite seitlich ausklappbar ist. Möglich auch mit Perforation, sodass z.B. Postkartenmotive abgetrennt werden können.

8 Seiten	95,- €/Tsd.
----------	-------------



Beigeheftete Postkarte

- in 2 Varianten.
- a) Auf der hinteren ausklappbaren Umschlagseite, mit Hilfe der Perforation leicht herauslösbar oder
- b) als Durchhefter.

4/4-farbig, pro Karte	52,- €/Tsd.
-----------------------	-------------

- a) Format 140 mm breit x 105 mm hoch
Druck und Papier ist im Preis enthalten
- b) Format 210 mm breit x 105 mm hoch,
Innensteg 62 mm breit



Beihefter mit Warenproben bieten einen Zusatznutzen: Durch die Warenprobe wirken sie wie ein kleines „Geschenk“, das man aufheben, anschauen oder probieren kann.

auf Anfrage

Beikleber sind Produkte, die auf eine Trägeranzeige aufgeklebt werden und durch den Interessenten abgelöst werden können. Diese können verarbeitungsfähig angeliefert werden oder über uns hergestellt werden. Wir erstellen Ihnen gerne ein Angebot.

Mindestformat/Höchstformat

80 mm x 105 mm / 148 mm x 210 mm

Format je Postkarte

Hochformat: 105 mm x 148 mm

Querformat: 148 mm x 105 mm

Beikleber und Warenproben

auf Anfrage

Anlieferung von Beiklebern

erfolgt frei Haus Druckerei, 12 Werktage vor dem jeweiligen Erscheinungstermin.

Belegung

Gesamtauflage – keine Teilbelegung möglich



Tip-on Karte Trägeranzeige mit aufgeklebter und ablösbarer Tip-on Karte. Der Leser kann auf einfache Art und Weise direkten Kontakt aufnehmen: Karte herauslösen, ausfüllen, absenden.

1/1 Seite, 4c	5.520,- €
+ Postkarte	45,- €/Tsd.



Post-it auf Trägeranzeige Die gelben „Klebezettel“ wirken wie eine persönliche Notiz und lenken die Aufmerksamkeit direkt auf die Trägeranzeige. Das Post-it ist leicht abtrennbar.

1/1 Seite, 4c	5.520,- €
+ Post-it	52,- €/Tsd.

Vorder- und Rückseite bedruckt



Booklet-Beikleber Trägeranzeige mit aufgeklebtem und ablösbarem Booklet

1/1 Seite, 4c	5.520,- €
+ Booklet bis 10g	56,- €/Tsd.
bis 20g	60,- €/Tsd.
bis 30g	66,- €/Tsd.



Warenproben erhöhen den Aufmerksamkeitswert einer Anzeigenschaltung. Sie wirken wie ein kleines „Geschenk“, das man aufheben, anschauen oder probieren möchte.

1/1 Seite, 4c	5.520,- €
+ Warenprobe	auf Anfrage

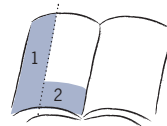
Manchmal muss es der spezielle Auftritt sein. Wir helfen dabei, diesen individuellen Auftritt zu finden und entwickeln in enger Zusammenarbeit mit dem Kunden eine speziell gestaltete Anzeige.

Schaufensteranzeigen¹ in Radwelt werden ab 2/1 Seiten konzipiert. Der Kunde liefert Fotos und Produktinformationen, nach denen wir seine Wünsche gestalterisch umsetzen.

in €	2/1	4/1	6/1
Mediakosten ²	10.260,-	20.520,-	30.780,-
Grafikkosten ³	2.500,-	4.100,-	4.700,-
Summe	12.760,-	24.620,-	35.480,-

Die Kosten beinhalten die Leistungen:

- Mediakosten zur Veröffentlichung in Radwelt – das ADFC-Magazin
- Layout im vorgefertigten Raster mit Anpassung an hauseigenes Corporate Design bei Lieferung digitaler Bilder und Texte
- Aufbereitung der Druckdaten
- eine Korrekturstufe und Freigabepräsentation per PDF



Sonderformat L-Anzeige

4c, Anschnitt	3.545,- €
---------------	-----------

Format: 1 70 mm breit x 280 mm hoch
 2 140 mm breit x 80 mm hoch
 rabattfähig



Sonderformat Breitbandanzeige

1/1 Seite quer, 4c, Anschnitt	5.520,- €
-------------------------------	-----------

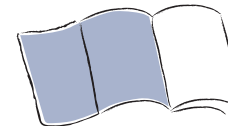
Format: 420 mm breit x 135 mm hoch
 Volumen: 1/1 Seite, rabattfähig



Sonderformat Leserbriefseite

4c, Satzspiegel	490,- €
-----------------	---------

Format: 90 mm breit x 40 mm hoch
 Volumen: 1/16 Seite, rabattfähig



Gatefolder Die 2. Umschlagseite ist einmal nach links ausklappbar

1/1 Klappseite, einmal ausklappbar	
2/1-Seite, 4c	10.290,- €

¹ Eine Schaufensteranzeige ist eine redaktionell gestaltete Anzeige, die sich optisch vom Heftinhalt unterscheidet und mit dem Begriff „Anzeige“ gekennzeichnet wird. Der Buchungstermin liegt zwei Wochen vor dem regulären Anzeigenschluss.

² Rabatte auf Mediakosten, z. B. Malstaffel, siehe Seite 11.

³ nicht rabattierbar.

Frühbucher-Rabatt

Für Anzeigenbuchungen, die bis 30. November 2011 vorliegen, gewähren wir 7,5%.

Rabatte nach Malstaffel

2 Anzeigen in 12 Monaten	5%
4 Anzeigen in 12 Monaten	10%
6 Anzeigen in 12 Monaten	15%

Agentur-Rabatt

Wir gewähren Agenturen einen Rabatt von 15%.

Sonder-Rabatt

Mitglieder des ADFC-Förderkreises und Gastbetriebe, die in Bett+Bike gelistet sind, erhalten 5%.

Treue-Rabatt

Kunden, die jährlich mind. 4 Anzeigen bei uns beauftragen, belohnen wir für eine ununterbrochene Buchungstreue von mind. 5 Jahren mit 2,5%, mind. 10 Jahren mit 5% und ab 15 Jahren mit 7,5% zusätzlichem Treuerabatt.

Sonderrabatte für einmalige Ereignisse und Projekte

Bei besonderen Anlässen (z. B. Firmenjubiläum, Charity-Projekte etc.) können Sie Anzeigen, die das entsprechende Ereignis bewerben, in den Formaten 1/1-, 1/2- und 1/4-Seite mit einmaligem Sonderrabatt von 50% buchen. Zusätzliche Rabatte (AE etc.) sind nicht möglich.

Präambel Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass wir aus Rücksicht auf unsere Kunden jegliche Rabattform konsequent nur für zukünftige Erscheinungstermine und nicht rückwirkend gewähren können. Vielen Dank.

Rechnungsbeträge von **Kleinanzeigen** werden vor Erscheinen ohne Abzug von Skonto vom Konto abgebucht. Korrekturabzüge sind nicht möglich. Auf Wunsch gesonderte Rechnung (3,50 €) oder Beleg 2,50 € (im Ausland zzgl. Versand).

Platzierungszuschläge werden nicht erhoben. Platzierungswünsche werden nach Möglichkeit berücksichtigt.

Farbzuschläge gelten für Normfarben nach Euroskala und werden voll rabattiert. Für den Druck von Sonderfarben, die durch Zusammendruck nicht erreichbar sind, werden entstehende Mehrkosten berechnet. Diese Kosten sind nicht rabattfähig. Geringe Tonwertabweichungen sind im Toleranzbereich des Offset-Druckverfahrens begründet.

Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Preisänderungen bleiben vorbehalten. Es gilt die am Erscheinungstag gültige Preisliste.

Geschäftsbedingungen Für die Abwicklung von Aufträgen gelten die aktuellen Geschäftsbedingungen.

Portomehrkosten für Beilagen, Beihefter und Beikleber Zusätzlich berechnet werden die zum Zeitpunkt des Erscheinens geltenden Portomehrkosten. Diese sind nicht rabattierbar und werden zum Anzeigenschluss für die Abonnentenauflage vorab in Rechnung gestellt.

Zahlungen sind 10 Tage nach Erhalt der Rechnung fällig. Verzugszinsen werden in der Höhe der banküblichen Zinsen für Dispositions-Kredite berechnet. Bankeinzug ist möglich.

Rücktrittstermine Stornierungen sind bis Anzeigenschluss ohne Berechnung einer Stornogebühr möglich. Für Stornierungen bis drei Werktagen nach Anzeigenschluss erheben wir eine Stornogebühr von 10% des Nettopreises; bei Stornierungen danach muss der volle Anzeigenpreis entrichtet werden. Abweichend hiervon gilt für Beilagen-, Beihefter-, Postkarten- und Sonderformat-Buchungen: Stornierungen sind bis vier Wochen vor Anzeigenschluss des Hauptmediums möglich. Für Stornierungen nach Beginn dieser Frist bis zum Anzeigenschluss fällt eine Stornogebühr von 10% des Nettopreises an; bei Stornierungen nach Anzeigenschluss ist der volle Preis zu entrichten.

Bankverbindung Sparkasse Darmstadt
 BLZ 508 501 50, Konto 110 044 31

Datenformate

- **PDF 1.3** mit eingebetteten Schriften, Farb-/Graustufenbilder in 300 dpi.
- **Offene Dateien** (Quark, InDesign) mit verwendeten Bildern und Schriften, wenn diese nicht als Outline oder Kurven umgewandelt wurden
- **Platzierte EPS-, Tiff- und andere Dateien** (ebenfalls mit den enthaltenen Schriften)

Datenlieferung

- **per E-Mail**
an produktion@zweiplus.de
- **digitale Daten per CD**
an Zweiplus Medienagentur
Produktion Radwelt
Pallaswiesenstraße 109
64293 Darmstadt
- **per FTP-Server:** Zugangsdaten auf Anfrage bei Frau Raabe
Tel. 06151 8127-203

Heftformat 210 mm x 280 mm

Satzspiegel 185 mm x 260 mm

Beschnittzugabe Außenseiten je 3 mm
Anschnittgefährdete Elemente müssen oben, unten und seitlich mindestens 5 mm zum beschnittenen Endformat nach innen gelegt werden.

Rasterweite 70 Linien/cm

Rasterpunktform Elliptischer Punkt

Druckverfahren Umschlag: Bogenoffset
Innenteil: Rollenoffset (Heatset)

Verarbeitung Rückendrahtheftung

Papier Inhalt: 65g/qm UPM Cote matt
Umschlag: 170g/qm Profisilk
mattgestrichen Bilderdruck

Druckreihenfolge Schwarz, Cyan, Magenta, Gelb

Flächendeckung Rollenoffset: max. 280 %
Bogenoffset: max. 320 % (optimal 280 %)

Proofs oder Kontrollausdrucke Um Fehler zu vermeiden, ist es bei der Übermittlung der digitalen Daten unbedingt erforderlich, dass folgende Unterlagen zur Kontrolle vorliegen:

- s/w: Ausdruck
 - farbig: Farbverbindlicher Proof mit Medienkeil.
- Umschlag (Bogenoffsetdruck): FOGRA39, ICC-Profil: ISOcoated_v2_eci.icc
Innenteil (Rollenoffsetdruck): FOGRA45, ICC-Profil: PSO_LWC_Improved_eci.icc. Die Profile sind erhältlich unter www.eci.org/

Hinweis Aufgrund der Herstellungsweise des Papiers können leichte Farbabweichungen entstehen, die aber keinen Grund für eine Reklamation darstellen.

Ohne entsprechenden Ausdruck oder Farbproof kann keine Gewähr für die Vollständigkeit der belichteten Daten und des Druckergebnisses übernommen werden.

Für Anzeigen und Fremdbeiträge in Zeitungen und Zeitschriften

1. Anzeigenauftrag im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Interessenten 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 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. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bei 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. Textteilanzeigen sind Anzeigen, die

maximal mit einer Anzeigenseite an den Text angrenzen! Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

6. 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 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.

7. Für die rechtzeitige Lieferung geeigneter, 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.

8. 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 und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schaden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen, die nicht leitende Angestellte sind; 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 vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

9. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und nur für Textteilanzeigen 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 Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.

10. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, nächstrealisierbare Anzeigengröße der Berechnung zugrunde gelegt. Preisänderungen bleiben vorbehalten. Es gilt die am Erscheinungstag gültige Preisliste.

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 Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

12. 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.

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 Druckstücke, Matern und Zeichnungen sowie vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

15. 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 Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exempl. 20 v.-H., bei einer Auflage bis zu 100.000 Exempl. 15 v.-H., bei einer Auflage über 500.000 Exempl. 10 v. H., bei einer Auflage über 500.000 Exempl. 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.

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

17. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen der Gerichtsstand des Verlages. Soweit 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, auch bei Nichtkaufleuten, zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand des Verlages vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

a) Die Werbemittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen

mit den Werbung Treibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

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

c) Bei Neuaufnahme einer Geschäftsverbindung behält sich der Verlag vor, Vorauszahlung zum Anzeigenschlusstermin zu verlangen.

d) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen 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.

e) Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.



Gerne informieren wir Sie über unsere Dienstleistungen rund um das Thema Zeitschriften und Vermarktung.

Corporate Publishing Agentur

Zweiplus Medienagentur
Petra Wedel e. K.
Pallaswiesenstraße 109
64293 Darmstadt
Tel. 06151 8127-0
Fax 06151 893098
www.zweiplus.de



Anzeigenleitung

Annette Selzer

Tel. 06151 8127-200, selzer@zweiplus.de

Anzeigenverkauf und Beratung

Nicole Deege

(Beilagen, Sonderwerbformen und Kooperationen)

Tel. 06151 8127-101, deege@zweiplus.de

Claudia Schmidt

Tel. 06151 8127-207, claudia.schmidt@zweiplus.de

Anzeigendisposition/Kleinanzeigen

Christine Schäffer

Tel. 06151 8127-205, schaeffer@zweiplus.de

Doreen Raabe

Tel. 06151 8127-203, raabe@zweiplus.de

Grafik

Tanja Lutz

Tel. 06151 8127-102, lutz@zweiplus.de

Herausgeber

Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e.V.

Postfach 10 77 47

28077 Bremen

Redaktion

Alexandra Kirsch (Chefredakteurin)

Carsten Schabacher (Redaktion)

René Filippke (Redaktion)