

# Mediadaten Print und Online

Preisliste Nr. 11 vom 01.01.2009



mit den Channels

**Kino**

**VIDEO**

**Kino.de**

mit **Kino.de** kompakt **Kino.de** mobil

**Das Entertainmentportal der Superlative, das interaktive Kinomagazin und das mobile Handyportal bieten Unterhaltung zu jeder Zeit an jedem Ort**

**Zielgruppe**

Die 12- bis 49-jährigen Film- und Multimediafans

## Anzeigen

	Ansprechpartner	Telefon	Fax	E-Mail
Mediaberatung DVD/Video:	Jacqueline Zöller	0 89/4 51 14-365	0 89/4 51 14-450	j.zoeller@e-media.de
Mediaberatung Kino/Film:	Susanne Heßlenberg	0 89/4 51 14-363	0 89/4 51 14-450	s.hesslenberg@e-media.de
Mediaberatung Games:	Lisa Springer	0 89/4 51 14-133	0 89/4 51 14-450	L.springer@e-media.de
Mediaberatung Games:	Judith Weiss	0 89/4 51 14-174	0 89/4 51 14-450	j.weiss@e-media.de
Verlagsrepräsentanz:	Peter von Schall-Riaucour	0 89/4 51 14-319	0 89/4 51 14-450	p.schall@e-media.de
Anzeigenverkaufsleitung Kino/Film, DVD/Video:	Silke Kleinfelder	0 89/4 51 14-320	0 89/4 51 14-490	s.kleinfelder@e-media.de
Anzeigenverkaufsleitung Games/Musik:	Judith Gratias	0 89/4 51 14-322	0 89/4 51 14-450	j.gratias@e-media.de
Anzeigendirektor:	Stefan Lessmeier	0 89/4 51 14-330	0 89/4 51 14-442	s.lessmeier@e-media.de
Anzeigendisposition:	Tina Schmidt	0 89/4 51 14-314	0 89/4 51 14-450	t.schmidt@e-media.de

## Vermarktung Markenartikel

	Adresse	Telefon	Fax	E-Mail
G+J Electronic Media Sales GmbH:	Stubbenhuk 5, 20459 Hamburg	0 40/37 03-7373	0 40/37 03-5734	anzeigen@ems.guj.de

## Redaktion

	Ansprechpartner	Telefon	Fax	E-Mail
Ltd. Chefredakteur/Stellv. Geschäftsführer:	Ulrich Höcherl	0 89/4 51 14-110	0 89/4 51 14-441	u.hoecherl@e-media.de
Chefredakteur:	Hans Fuchs	0 89/4 51 14-150	0 89/4 51 14-452	h.fuchs@e-media.de

## Aktuell erscheinen im Entertainment Media Verlag

### Die Fachzeitschriften



Das Fachmagazin für Kino, Film, TV, Video



Das Branchenmagazin für Home Entertainment



Das Fachmagazin für die Gamesbranche



Das Fachmagazin für die Musikbranche



### Die Kundenmagazine



Europas größtes Kinomagazin



Das Kundenmagazin des Videothekenfachhandels



Die besten Spiele für PC, Konsole und Handheld



Das Kundenmagazin für die ganze Familie



### Im Internet



**mediabiz**

Das Portal für Professionals der Entertainmentbranche



**mediabiz-jobs.de**

Der große Stellenmarkt der Entertainmentbranche



**kino.de**

Mehr als Kino!  
Mehr als Sie erwarten!



★KINO.DE Das Entertainmentportal der Superlative

KINO.DE ist ein einzigartiges Entertainmentportal: Die optimal miteinander verknüpften **Branchen-Channels** – Kino und Video (inklusive Blu-ray und HD DVD) – bieten eine bisher noch nie da gewesene Informationsbreite und -tiefe.

Mit über **20 Mio. Page Impressions** im Monat entwickelt sich KINO.DE zu dem Entertainmentportal der Superlative.

Die zwei Channels von KINO.DE ermöglichen sowohl eine branchenspezifische als auch eine branchenübergreifende Zielgruppenansprache der **Entertainment affinen** Film- und Videofans.

Für Ihre Zielgruppenansprache: Die Entertainment-Channel auf KINO.DE



Der Kino-Channel

Das aktuelle Kinoprogramm für ganz Deutschland ★ Kinocharts und alle Neustarts ★ Filmdatenbanken mit über 100.000 Filmen ★ mehr als 1.800 Stars mit Bild, Biografie u. v. m.



Der Video-Channel (VIDEO.DE)

Mehr als 31.000 DVD-Fassungen (inklusive Blu-ray und HD DVD) ★ DVD-Charts und alle Neuheiten ★ aktuelle Film- und Starinformationen u. v. m

KINO.DE

Kostenlose Nutzung des umfangreichen Portals mit den Branchen-Channels Kino und Video.

Umfangreiche Datenbanken, attraktive Rubriken, kostenlose Newsletter in täglicher und wöchentlicher Erscheinungsweise u. v. m.

Page Impressions

27.532.711 monatlich (IVW März 2009)

Visits

3.636.703 monatlich (IVW März 2009)

Unique Users

1,13 Mio monatlich (AGOF I-2008)



IVW geprüft



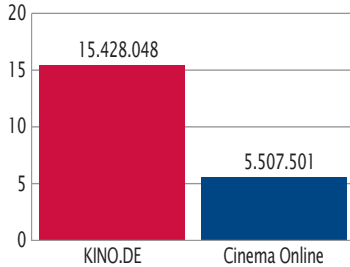
AGOF geprüft

KINO.DE ist

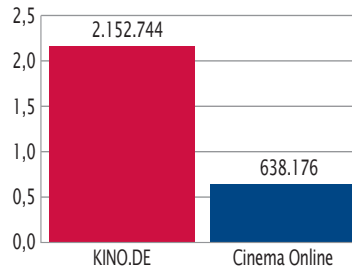
# Leistungswerte von KINO.DE

## Deutschlands führende Kinoseite\*

Page Impressions in Mio.

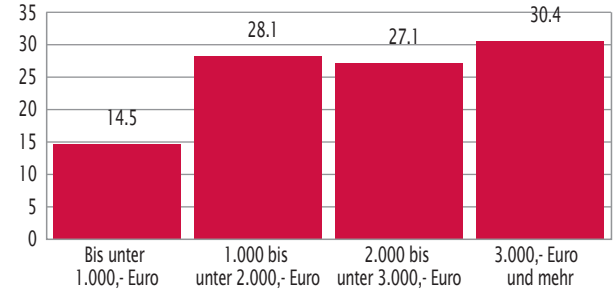


Visits in Mio.



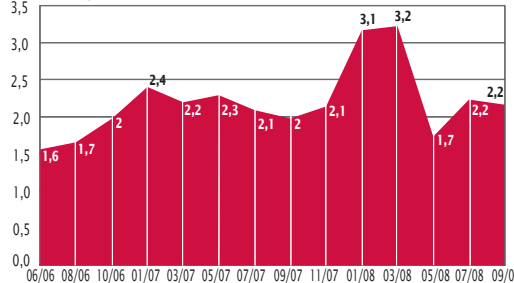
## KINO.DE-User kommen aus einkommensstarken Altersgruppen\*\*

in Prozent



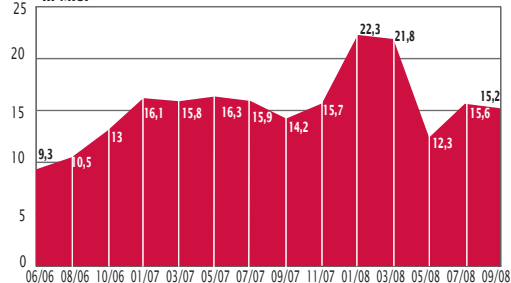
## Entwicklung Visits

in Mio.



## Entwicklung Page Impressions

in Mio.



## KINO.DE-User\*\*:

- ★ sind überdurchschnittlich gebildet (31 % haben Abitur oder einen Fach-/Hochschulabschluss)
- ★ verdienen überdurchschnittlich (55 % haben ein Haushaltsnettoeinkommen von über 2.000 Euro)
- ★ nutzen das Internet als Informationsquelle für das aktuelle Kino- und Fernsehprogramm sowie für Stars und Prominente

Basis: IWV 06/06–09/08; \* Quelle: IWV August 2008; \*\* Quelle: AGOF II-2008

## Maßgeschneiderte B-2-C-Werbung

Der Entertainment Media Verlag ist Ihr Medienpartner bei der Entwicklung und Umsetzung strategischer Kommunikationslösungen am Markt der Endverbraucher.

Integrierte Onlinekommunikation verkaufstark in den Fokus Ihrer Zielgruppe zu setzen ist das Ziel, das Spektrum der Werbemöglichkeiten auf **KINO.DE** der Weg.



## Standardwerbformen

- ★ Banner
- ★ Skyscraper
- ★ Tandem-Ad

## Sonderwerbformen

- ★ Wallpaper
- ★ Streaming-Ad
- ★ Medium Rectangle
- ★ Flash Layer/Mouse-Follow

## Top-Produktwerbung

- ★ Film der Woche
- ★ Video der Woche
- ★ Preview der Woche
- ★ Fotoshow
- ★ Memory Branding

## Redaktionelle Specials

- ★ Entertainment-Tipp
- ★ Starporträt
- ★ Web-Tipp



## Newsletterwerbung

- ★ MovieNews (daily)
- ★ Kino-Weekly
- ★ Video-Weekly
- ★ Gewinnspiel-Newsletter

## Crossmedia

- ★ Print und Online aus einer Hand

## Web-TV

- ★ Pre-/Post-Roll

### Platzieren und gesehen werden

Banner sind die Klassiker unter den Onlinewerbeformen. Ob Flash oder HTML, verschiedene Formate geben jedem Banner einen eigenen Charakter und Aufmerksamkeit durch Multimedia und Interaktion. Je nach Ihren Werbezielen können Sie zwischen verschiedenen Größen wählen.



- Vorteile dieser Werbeform:**
- ★ vielseitige Einsatzmöglichkeit
  - ★ gut sichtbar
  - ★ Link auf eigene Homepage

Größe/Formate		Preise in Euro	
		Premium	Rotation
Größe:	Super Banner 728 x 90 Pixel, max. 20 KB, Flash max. 30 KB	TKP: 30,-	20,-
	Expandable Super Banner 728 x 400 Pixel, max. 20 KB, Flash max. 30 KB	TKP: 75,-	55,-
Formate:	Flash, GIF, JPG; Expandable: nur Flash		

- Platzierung**
- ★ Premium: Startseite KINO.DE oder VIDEO.DE
  - ★ Rotation: KINO.DE oder VIDEO.DE

## Haushoch werben

Der Skyscraper wird hochformatig am rechten Rand einer Seite neben dem Content eingebunden.

Dieser „Wolkenkratzer“ bietet jede Menge Raum für kreative Ideen und Ihrer Werbung eine hohe Präsenz. Ihre Werbebotschaft ist gleich beim Aufruf der Seite sichtbar und bleibt es auch, wenn der User nach unten scrollt.



### Vorteile dieser Werbeform:

- ★ große, auffällige Werbefläche
- ★ vertikale Platzierung prominent im Contentbereich
- ★ immer im Blickfeld, ohne zu stören
- ★ in verschiedenen Größen buchbar

### Größe/Formate Preise in Euro

	Premium	Rotation
Größe: Skyscraper 160 x 600 Pixel, max. 25 KB, Flash max. 40 KB	TKP: 45,-	35,-
Expandable Skyscraper 400 x 600 Pixel, max. 25 KB, Flash max. 40 KB	TKP: 90,-	70,-

Formate: Flash, GIF, JPG; Expandable: nur Flash

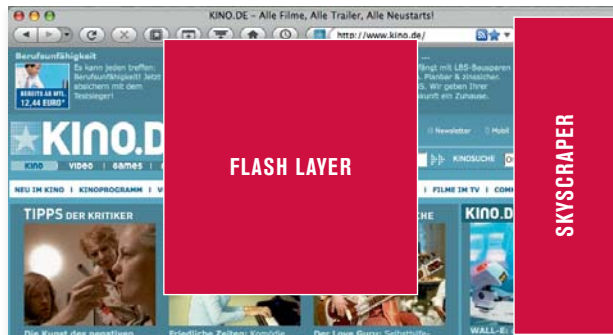
### Platzierung

- ★ Premium: Startseite KINO.DE oder VIDEO.DE
- ★ Rotation: KINO.DE oder VIDEO.DE



**Hohe Aufmerksamkeit ist programmiert**

Mit einer Tandem-Ad kombinieren Sie zwei Standardwerbformen – Skyscraper und Flash-Layer oder Banner und Flash-Layer. Aufgrund der Ausnutzung zweier Flächen kann man überraschende Verknüpfungen erzeugen. Weitere Kombinationsmöglichkeiten auf Anfrage.



**Vorteile:**

- ★ hohe Aufmerksamkeit
- ★ doppelt gut: die Kraft der zwei Werbemittel
- ★ hohe Ad-Click-Raten

Größe/Formate	Preise in Euro	
	Premium	Rotation
★ Tandem-Ad		
Flash-Layer & Skyscraper	TKP: 130,-	90,-
Flash-Layer & Super Banner	TKP: 120,-	80,-
Formate: Skyscraper/Super Banner: Flash, GIF, JPG Flash-Layer: Flash		

**Platzierung**

- ★ Premium: Startseite KINO.DE oder VIDEO.DE
- ★ Rotation: KINO.DE oder VIDEO.DE

## Werbung, im großen Rahmen

Wallpaper sind besonders aufmerksamkeitsstarke Werbemittel. Sie umrahmen die Website am oberen und rechten Seitenrand, ohne den Inhalt zu überdecken. Wallpaper sind großflächige Werbemittel und bieten dadurch die ideale Mischung aus Imagewirkung und sehr hoher Response. So erreichen Sie eine besonders hohe Aufmerksamkeit bei gleichzeitig großer Akzeptanz.



### Vorteile dieser Werbeform:

- ★ prominente Darstellung mit hohem Imagefaktor
- ★ außergewöhnliches Format für viel Aufmerksamkeit
- ★ Raum für kreative Werbebotschaften

### Größe/Formate

### Preise in Euro

	Premium	Rotation
Größe: diverse Formate	TKP: 80,-	60,-
Formate: Flash, GIF, JPG		

### Platzierung

- ★ Premium: Startseite KINO.DE oder VIDEO.DE
- ★ Rotation: KINO.DE oder VIDEO.DE

## Die Textfeldanzeige im Internet

Mit einem Medium Rectangle werben Sie mitten im redaktionellen Umfeld einer Website und sind an mindestens drei Seiten von Redaktion umgeben. Durch die Integration in den Contentbereich erreichen Sie eine starke Aufmerksamkeit für Ihre Werbeformat. Medium Rectangles sind vergleichbar mit Inselanzeigen im Printbereich.

Platzieren Sie Ihre Werbung im redaktionellen Bereich des KINO.DE-Channels Ihrer Wahl. Mit einem Medium Rectangle bewirken Sie bei Ihrer Zielgruppe hohe Erinnerungswerte ohne Streuverluste.



### Vorteile dieser Werbeform:

- ★ seitenintegriertes Werbeformat mit großer Akzeptanz
- ★ optimale Platzierung im redaktionellen Umfeld
- ★ hohe Aufmerksamkeit

### Größe/Formate Preise in Euro

		Premium	Rotation
Größe:	Medium Rectangle, 300 x 250 Pixel	TKP: 65,-	45,-
	Expandable Medium, 400 x 400 Pixel	TKP: 110,-	80,-
Formate:	Flash, GIF, JPG; Expandable: nur Flash		

### Platzierung

- ★ Premium: Startseite KINO.DE oder VIDEO.DE
- ★ Rotation: KINO.DE oder VIDEO.DE

## Kreative Freiheit für visuell gestaltbare Formate

Ein Flash-Layer ist ein auf DHTML basierendes, animiertes Werbeformat. Dieses Werbemittel ist großflächig, jedoch transparent, so dass die Navigation der Website sichtbar bleibt. Die Werbebotschaft folgt dem visuellen Reiz und wird positiv aufgenommen. Auf Wunsch kann die Animation auch so eingerichtet werden, dass sie am Mauszeiger des Benutzers „klebt“ und dessen Bewegungen auf dem Bildschirm folgt („Mouse Follow“): Aufmerksamkeit für Ihr Produkt garantiert! Ein großer Vorteil liegt in der einfachen Erstellung des Werbemittels.



### Vorteile:

- ★ hohe Aufmerksamkeit
- ★ flexible Gestaltungsmöglichkeiten
- ★ gut kombinierbar mit Banner, Skyscraper und/oder Content-Ad
- ★ hohe Klickraten

### Größe/Formate Preise in Euro

	Premium	Rotation
★ Flash-Layer		
Größe:	max. 400 x 400 Pixel	
Format:	Flash	TKP: 90,-
★ Mouse Follow	2.950,- € pro Woche 500,- € pro Tag	70,-
Größe:	max. 80 x 50 Pixel	
Format:	JPG, GIF	

### Platzierung

- ★ Premium: Startseite KINO.DE oder VIDEO.DE
- ★ Rotation: KINO.DE oder VIDEO.DE
- ★ Mouse Follow: KINO.DE oder VIDEO.DE

**Sie haben bewegende Produkte?  
Wir haben die passende Werbeform dazu.**

Video im Internet ist der Trend der letzten Monate. In Deutschland nutzen knapp 23. Mio. Menschen zu Hause einen DSL-Zugang – das sind 57% der Internetnutzer (internet facts 2007-III). Ein Viertel der Onliner schauen sich bereits Videos im Internet an. Und rund ein Drittel der deutschen Onliner besuchen Video-Portale (ARD/ZDF-Online-Studie 2007). Media-Experten sehen im Thema Bewegtbild den wichtigsten Online-Werbe-Trend der nächsten 5 Jahre (ENIGMA/GfK Expertenbefragung 2007). Viele Gründe für Sie, sich diese neue Werbeform gründlich anzuschauen und von neuen Werbemöglichkeiten zu profitieren.



Pre-Roll  
oder  
Post-Roll

**Vorteile dieser Werbeform:**

- ★ positiver Imagetransfer für Ihre Marke durch vertrauenswürdigen Umfeld
- ★ hohe Erinnerungswerte durch hohes Involvement der Zielgruppe und aktive Nutzung der Video-Formate
- ★ geringe Streuverluste durch hochwertige Zielgruppenansprache möglich
- ★ ungeteilte Aufmerksamkeit durch exklusive Einbindung und durch deaktivierte Navigationselemente im Video-Player, während das Pre- oder Post-Roll Video Ad läuft
- ★ gesteigerte Reichweite durch send-a-friend-Funktionalitäten
- ★ Investitionssicherheit durch begleitende Marktforschung möglich

**Preise/Platzierungen**

**Pre- oder Post-Roll bei KINO.DE**

- Werbeformen:** Pre- oder Post-Roll Video Ad
- Vorlaufzeit:** 5 Werktage
- Platzierung:** Vor oder nach dem Trailer
- Medialeistung:** über 1 Mio. Videoabrufe pro Monat auf KINO.DE
- TKP:** 60,- Euro Pre-Roll  
50,- Euro Post-Roll

\* die Garantie gilt nur für das Pre-Roll Video Ad, es wird standardmäßig mit einem FC von 2 pro Tag ausgeliefert \*\* Mindestbuchungsvolumen 4.500,- Euro

**Werbung in der ersten Reihe**

Präsentieren Sie Ihr neuestes Produkt unübersehbar durch eine exklusive Platzierung auf den Startseiten der einzelnen KINO.DE-Channels und werben Sie für Ihr „Produkt der Woche“ (Film, Video). Ein weiterführender Link informiert Ihre Kunden ganzseitig und detailliert über Ihr neuestes Angebot und Ihr Unternehmen. So heben Sie sich von der Konkurrenz ab!



**Vorteile dieser Werbeform:**

- ★ hohe Aufmerksamkeit
- ★ umfangreiche Produktpräsentation
- ★ Microsite enthalten

**Preise/Platzierung**

- ★ Film der Woche: Preis pro Woche: 3.350,- Euro  
Platzierung: Startseite Kino-Channel
- ★ Video der Woche: Preis pro Woche: 1.750,- Euro  
Platzierung: Startseite Video-Channel

**Formate**

Auf Wunsch erhöhen wir die Aufmerksamkeit der User durch eine Flash-Animation der Titelbilder. Aufpreis: 340,- Euro

**Kombinationen KINO.DE + KINO.DE mobil:**

- ★ hohe Aufmerksamkeit bei Ihren Kunden auch unterwegs
- ★ höhere Reichweiten
- ★ Microsite enthalten
- ★ Nur 300,- Euro Aufpreis

**Preise/Platzierung**

- ★ Top-Kasten: Preis pro Woche: 3.650,- Euro  
Platzierung: Startseite KINO.DE  
Startseite KINO.DE mobil

## Kinowerbung im Internet

Erste visuelle Eindrücke gewinnen? Neugierig machen? Das können Sie mit der Einbindung einer Fotoshow Ihres Topprodukts: Film oder Video. Auf den Startseiten der Branchen-Channels, im Contentbereich auf der linken Seite, wird Ihr Topprodukt prominent mit Fotos präsentiert. Mit nur einem Klick gelangt der User bequem zur Fotoshow-Startseite.

### Vorteile dieser Werbeform:

- ★ optimale Produktvorschau
- ★ hohe Aufmerksamkeit
- ★ Abhebung von der Konkurrenz

### Preise/Platzierung

- ★ Fotoshow Kino: Preis pro Woche: 3.350,- Euro  
Platzierung: Startseite Kino-Channel
- ★ Fotoshow DVD-/ Video-Preview: Preis pro Woche: 1.650,- Euro  
Platzierung: Startseite Video-Channel



## Reichweitenstark werben

Die Entertainment-Tipps auf der Startseite von KINO.DE bietet reichweitenstarke Werbeplätze für DVD-, Video-, Musik- und Gamesprodukte. Umfragen beweisen es: Kinofans sind jung, technikbegeistert, einkommensstark und gegenüber neuen Medienformen aufgeschlossen. Prominent am rechten Contentrand platziert, kommt der

medieninteressierte User per Klick auf die vollständige Tipp-Ansicht mit einer ausführlichen Produktbeschreibung und weiterführenden Links.

### Vorteile dieser Werbeform:

- ★ aufmerksamkeits- und reichweitenstark
- ★ zielgruppenübergreifend
- ★ ausführliche Produktvorstellung
- ★ weiterführende Links

### Größe/Formate/Preise/Platzierung

- ★ Preis pro Woche: 1.750,- Euro

### Platzierung

- ★ Startseite KINO.DE
- ★ Startseite Video-Channel





Wirkungsvolle PR

Ihr Star wird prominent sichtbar unter der Rubrik „Starporträt“ auf den Startseiten der Channels Kino oder Video mit Bild angeteasert und auf verlinkten Seiten ausführlich besprochen.

Das Starporträt ist ein interessantes PR-Tool und eine wirkungsvolle Ergänzung Ihrer Werbekampagne – z. B. in Kombination mit dem „Produkt der Woche“.

Vorteile dieser Werbeform:

- ★ aufmerksamkeitsstarkes PR-Tool
- ★ wirkungsvolle Ergänzung zu anderen Werbeformen

Preise/Platzierung

- ★ Preis pro Woche: 3.350,- Euro  
Platzierung: Startseite KINO.DE
- ★ Preis pro Woche: 1.350,- Euro  
Platzierung: Startseite Video-Channel



## Must See

Wenn Sie Ihr Produkt auf eine unterhaltsame und wirkungsvolle Weise präsentieren wollen, ist das Memory Branding genau die richtige Werbeform für Sie. Bei unserem Onlinegame nach dem Vorbild des beliebten „Memory“ können Nutzer beim Finden von Bilderpaaren ihr Gedächtnis trainieren, beim Highscore gegen andere Nutzer antreten und ganz nebenbei auch Ihre Marke oder Ihr Produkt besser kennenlernen. Dabei steht sowohl die Vorder- als auch die Rückseite der Memory-„Karten“ als Werbefläche zur Verfügung: Die Bildpaare auf der Vorderseite könnte mit Motiven aus Ihrem Film oder Game bestückt werden, die Rückseite bietet genügend Platz für Ihr Logo. Die Größe der einzelnen Karten kann Ihren Bedürfnissen gemäß angepasst werden.

## Vorteile dieser Werbeform:

- ★ hohe Aufmerksamkeit
- ★ flexible Gestaltungsmöglichkeiten
- ★ wirkungsvolle Ergänzung zu anderen Werbeformen
- ★ hohe Klickraten

## Preise/Platzierung

- ★ Preis pro Woche: 3.350,- Euro
- ★ Platzierung: Startseite KINO.DE



# Newsletter-Werbung

Erfolgreich werben in Marktsegmenten

## Direktkontakt zu den Entertainmentfans

Sprechen Sie das entertainmentbegeisterte und konsumfreudige Publikum direkt an! Die Branchen-Newsletter auf KINO.DE transportieren Ihre Werbung direkt in die Mailbox der Empfängerzielgruppe Ihrer Wahl.

Newsletter	Erscheinungsweise	Kontakte/Woche
Movie News	täglich	45.800
Kino-Weekly	wöchentlich	29.000
Video-Weekly	wöchentlich	12.000
Gewinnspiel-Newsletter	wöchentlich	45.500

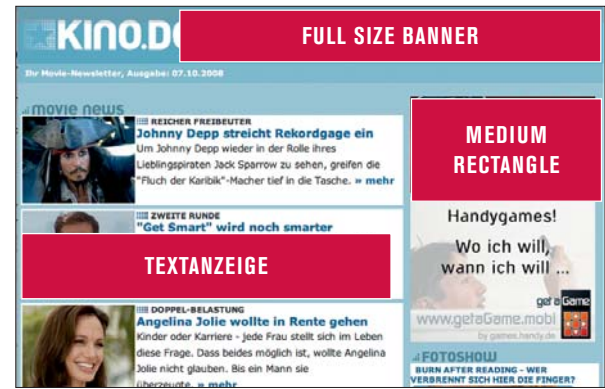
## Formate und Preise

Movie News (täglich)	Mindestbuchungszeitraum 1 Woche	
Full Size Banner	468 x 60 Pixel	TKP 20,- Euro
Medium Rectangle	230 x 120 Pixel	TKP 20,- Euro
Textanzeige	7 Zeilen à 65 Zeichen	TKP 20,- Euro
Wöchentliche Newsletter	Mindestbuchungszeitraum 1 Woche	
Full Size Banner	468 x 60 Pixel	TKP 20,- Euro
Medium Rectangle	230 x 120 Pixel	TKP 20,- Euro
Textanzeige	7 Zeilen à 65 Zeichen	TKP 20,- Euro

Alle Angaben zzgl. gesetzlicher MwSt.  
Anlieferung per E-Mail an: a.gradelewski@e-media.de



Movie News – das tägliche Newsletter-Briefing für Entscheider



Newsletter Weekly – für jedes Genre das passende Werbeumfeld

# Individuelle Kombinationen

Crossmedia-Strategien für B-2-C und B-2-B Werbung

Die Medien des Entertainment Media Verlag decken alle Sparten der Entertainmentbranche sowohl mit Fachzeitschriften und Consumeriteln als auch mit überaus erfolgreichen Onlinediensten ab.

Profitieren Sie von diesem einzigartigen Portfolio vernetzbarer Print- und Onlinemedien für die B-2-C- und B-2-B-Kommunikation mit Ihren Endabnehmern und Handelspartnern.



**Branchenchannel (B-2-C)**  
z.B. Kinochannel auf KINO.DE



**Newsletter (B-2-C)**  
z.B. Kino Weekly



**Kundenzeitschrift (B-2-C)**  
z.B. Treffpunkt Kino



**livepaper (B-2-C)**  
z.B. KINO.DE kompakt



**Branchenportal (B-2-B)**  
z.B. blickpunktfilm.de

## Kombinationsbeispiele

**Business-/Consumer-Kombi** Vernetzte Online-Handels- und -Consumerwerbung

<b>Online</b> B-2-B & B-2-C	<b>mediabiz.de</b> Fachinformationsportale (B-2-B)	<b>KINO.DE</b> Branchenchannel (B-2-C)	<b>Preisvorteil</b> 20 % Rabatt *
--------------------------------	---	---	--------------------------------------

**Multichannel-Kombi** Crossmediale Präsenz und Werbedruck auf allen Branchenkanälen

<b>Print – Online</b> <b>Newsletter</b>	<b>Kundenmagazin</b> Branchentitel 1/1 Anzeige	<b>livepaper</b> Interaktive Kundenzeitschrift 1/1 Anzeige	<b>KINO.DE</b> Branchenchannel „Produkt der Woche“	<b>Newsletter</b> „Branchen-Weekly“ Banner, Button, News	<b>Preisvorteil</b> 10 % Rabatt *
--	--	--	--	--	--------------------------------------

**Multichannel-Kombi (Online)** Online Präsenz und Werbedruck auf allen Branchenkanälen

<b>Print – Online</b> <b>Newsletter</b>	<b>livepaper</b> Interaktive Kundenzeitschrift 1/1 Anzeige	<b>KINO.DE</b> Branchenchannel „Produkt der Woche“	<b>Newsletter</b> „Branchen-Weekly“ Banner, Button, News	<b>Preisvorteil</b> 10 % Rabatt *
--	--	--	--	--------------------------------------

**Über diese Standardkombinationen hinaus schnüren wir auch auf Ihre Bedürfnisse zugeschnittene Pakete.**

\* Rabatt auf Listenpreis bei Schaltung für 1 Monat mit dem gleichen Motiv für das gleiche Produkt.

## Rabatte und Hinweise

### Volumenrabatte

Viel buchen lohnt sich, denn KINO.DE gewährt Ihnen folgende Rabatte:

ab 10.000 Euro	3%	ab 75.000 Euro	15%
ab 25.000 Euro	5%	ab 100.000 Euro	20%
ab 50.000 Euro	10%		

Rabattiert werden dabei nur die Schaltkosten, eine Rabattierung von technischen, Gestaltungs- und Handlingkosten ist ausgeschlossen. Die Rabatte beziehen sich auf ein Kalenderjahr und gelten für das kumulierte Buchungsvolumen. Rückwirkend ist eine Vergütung nicht möglich.

### Bitte unbedingt beachten!

Wir möchten, dass Ihre Werbung beim KINO.DE-User so ankommt, wie Sie sich das wünschen. Deshalb finden Sie hier alle Informationen rund um Ihre Buchung.

### Werbemittelanlieferung

Es können alle gängigen Dateiformate verarbeitet werden. Um eine termingerechte Platzierung zu garantieren, benötigen wir alle „Standardwerbeformen“ 3 Werktage vor dem gewünschten Erscheinungstermin. Für alle unter der Rubrik „Sonderwerbeformen“ erwähnten Werbemittel gilt eine Frist von 5 Werktagen vor Erscheinungstermin. Die bei den jeweiligen Werbeformen genannten Pixelformate und zulässigen maximalen Dateigrößen sind einzuhalten. Alle Werbemittel schicken Sie bitte als E-Mail-Anhang an

★ [a.gradelewski@e-media.de](mailto:a.gradelewski@e-media.de)

Dabei sind folgende Angaben zur Bearbeitung wichtig:

- ★ Kundenadresse
- ★ Zeitraum der Buchung (Start- und Endtermin)
- ★ Anzahl der Ad-Impressions
- ★ Platzierungswunsch (Homepage, Channel etc.)
- ★ URL, auf die das Werbemittel verlinkt wird.

Erfolgt die Werbemittelanlieferung verspätet, kann eine ordnungsgemäße Erfüllung der Kampagne nicht garantiert werden, und eine Rückvergütung in Form einer Gutschrift ist nicht möglich. Geringe Farbabweichungen sind im Toleranzbereich der unterschiedlichen Wiedergabeverfahren und Bildschirmsysteme begründet. Insertionen für indizierungsgefährdete Titel können nicht berücksichtigt werden.

### Zahlungsbedingungen

Rechnungen sind am Erscheinungstag Ihrer Werbung zur Zahlung fällig und spätestens innerhalb von 14 Tagen – gerechnet ab Datum der Rechnungsstellung – zu zahlen, sofern im Einzelfall keine andere Zahlungsfrist oder Voraussetzung vereinbart ist. Bei Vorauszahlung, die bis zum Erscheinungstag beim Verlag eingeht, werden 2 % Skonto gewährt, sofern nicht alte Rechnungen überfällig sind.

### Bankverbindung

Postbank München, Konto-Nr.: 433 399 806, BLZ: 700 100 80

**Internationale Bankdaten**

BIC: PBNKDEFF, IBAN: DE04700100800433399806

„Lass uns mal ins Kino gehen!“ Prima Idee. „Was läuft denn?“

Gute Frage. Und leicht zu beantworten, wenn sie zu Hause gestellt wird. Dann surft man schnell zu www.kino.de und checkt das Programm.

Und unterwegs? In der Kneipe? Das Gleiche: Handy raus, KINO.DE mobil ansteuern und abfragen: Welche neuen Filme sind gestartet? In welchem Kino meiner Stadt läuft der Film, den alle sehen wollen? Oder: Was läuft im Lieblingskino? Oder: Postleitzahl eingeben, Kinos in der Nähe anzeigen lassen und dazu das Programm mit allen Anfangszeiten. Das funktioniert mit allen internetfähigen Handys und ist so leicht wie Telefonieren.

All das geht mit dem neuen Service KINO.DE mobil. Wer im Browser seines Handys www.kino.de eingibt, bekommt die wichtigsten Infos zu allen Filmen, zu allen Stars und sogar Filmtrailer und Fotoshows. Das Beste: Dieser Service ist kostenlos, wie es die User von KINO.DE gewohnt sind. Es fallen lediglich die Gebühren des Mobilfunkanbieters an.



Ihre Vorteile mit KINO.DE mobil:  
Immer direkt bei Ihrer Zielgruppe

- ★ Erreichen Sie Ihre Zielgruppe genau dann, wenn es unterwegs um Kino, Film oder Kinosuche geht
- ★ Präsentieren Sie sich innovativ mit neuen mobilen Werbeformen
- ★ Nutzen Sie den enorm dynamischen Wachstumsmarkt des mobilen Internets für sich

KINO.DE mobil

QUICKNAVIGATION™

Hancock

: Kurzinfo  
 : Fotoshow  
 : Cast  
 : Trailer  
 : Hier im Kino

: CREDITS  
 Genre: Action/Drama  
 Land: USA  
 FSK: ab  
 Länge: 92 Min.  
 Kinostart: 03.07.2008

KINO.DE mobil

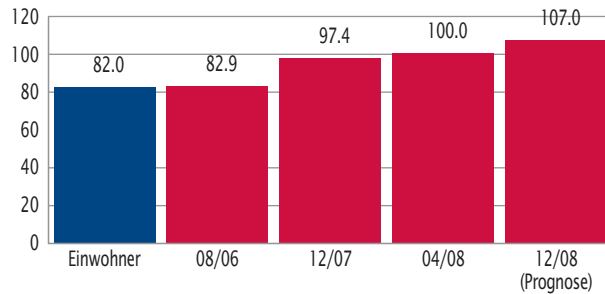
QUICKNAVIGATION™

FOTOSHOW

Hancock

**Mehr Handys als Einwohner – Tendenz steigend**

Einwohner und Handyanschlüsse in Deutschland in Mio.\*

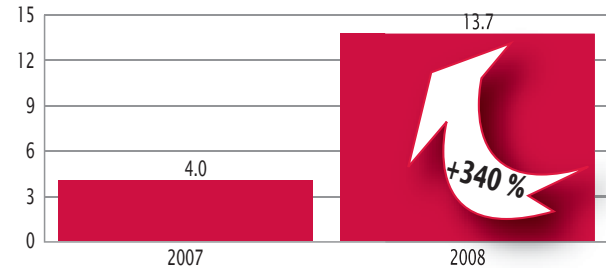


Seit August 2006 gibt es mehr Handys als Einwohner in Deutschland. Anfang 2008 wurde die 100-Millionen-Marke geknackt, und die Prognose sieht bis Ende 2008 107 Millionen Handys in Deutschland.\* Jeder dritte Handybesitzer interessiert sich für mobiles Internet. Bis 2010 werden rund 20 Prozent aller Mobilfunknutzer ins Internet gehen.\*\*

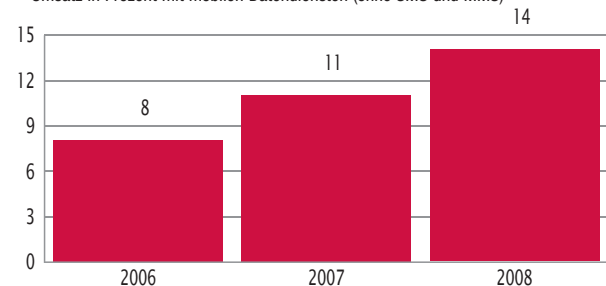
\*Quelle: BITKOM, 2008; \*\*Quelle: Telco Trend, 2007; \*\*\*Quelle: TNS Emnid, 2008

**Mobiles Internet – mehr User, mehr Umsatz!**

Nutzer in Prozent, die per Handy ins Internet gehen\*\*\*



Umsatz in Prozent mit mobilen Datendiensten (ohne SMS und MMS)\*



**Mobiles Internet boomt – und KINO.DE ist ganz vorn mit dabei!**

KINO.DE mobil ist für die mobile Zukunft gerüstet. Der neue Service von KINO.DE ermöglicht es dem Nutzer künftig, auch unterwegs zu erfahren, wann und in welchem Kino ihr Lieblingsfilm läuft. Mit den Suchbegriffen „Stadt“, „Postleitzahl“, „Kino“ oder „Film“ lässt sich der Kinobesuch sofort und mobil planen. Neben dem Kinoprogramm erhalten die Nutzer die wichtigsten Informationen zu den Filmen und Stars sowie Fotoshows und Filmtrailer.

## Mobile Werbeformen

Immer direkt bei Ihrer Zielgruppe

Mit den Werbemöglichkeiten von KINO.DE mobil sind Sie immer dabei, wenn es unterwegs um Neustarts, Kinosuche, Filmauswahl oder Fotoshows geht. Unsere mobilen Werbeformen sorgen so dafür, dass Sie im Blickfeld Ihrer Zielgruppe bleiben!

### Mobile Textlink



Der Mobile Textlink besteht aus einem einzelnen Textlink inklusive Icon vor dem Link.

#### Formatangaben Text & Bild

- ★ Bildgröße des Icons: 21x14px und 30x20px
- ★ Dateigröße: max. 20KB
- ★ Dateiformat: jpg
- ★ Link: Ein einzelner Textlink, max. 20 Zeichen inkl. Leerzeichen und -w-
- ★ Die Schriftauszeichnung: Fett & unterstrichen erfolgt beim Einstellen in den AdServer (G+J EMS)
- ★ Die Werbekennzeichnung: -w- wird beim Einstellen der Kampagne im AdServer vorgenommen (G+J EMS)

Preise auf Anfrage

### Mobile Promotion Link



Der Mobile Promotion Link besteht aus einem Bild, mehrzeiligem Text und einem Link.

#### Formatangaben Text & Bild

- ★ Bild: 200x200px
- ★ Dateigröße: max. 25KB
- ★ Dateiformat: jpg
- ★ Text: max.50 Zeichen
- ★ Link: An den Anfang des Textes stellen, max. 50 Zeichen
- ★ Schriftauszeichnung: Fett & unterstrichen erfolgt beim Einstellen in den AdServer (G+J EMS)
- ★ Die Werbekennzeichnung: -w- wird beim Einstellen der Kampagne im AdServer vorgenommen (G+J EMS)



## Mobile ContentAd



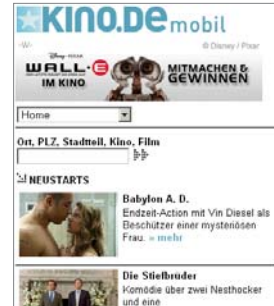
Das Mobile Content Ad ist über die gesamte Fläche grafisch gestaltet und klickbar.

### Formatangaben Text & Bild

- ★ Bild: 320x80px und 240x80px in zwei Größen anzuliefern, damit eine optimale Auslieferung auf allen Endgeräten gewährleistet ist.
- ★ Dateigröße: max. 20KB
- ★ Dateiformat: jpg
- ★ Link: Das gesamte Element ist als Link hinterlegt.
- ★ Einheitliche Werbekennzeichnung durch -w-
- ★ Positionierung ein einer der 4 Ecken in schwarz oder weiß
- ★ Mindestens 10pt Schriftgröße

Preise auf Anfrage

## Mobile animated ContentAd



Das Mobile animated Content Ad ist über die gesamte Fläche grafisch gestaltet und klickbar.

### Formatangaben Text & Bild

- ★ Bild: 320x80px und 240x80px in zwei Größen anzuliefern, damit eine optimale Auslieferung auf allen Endgeräten gewährleistet ist.
- ★ Dateigröße: max. 25KB
- ★ Dateiformat: gif
- ★ Das animierte GIF sollte max. aus 3 Frames bestehen und die Pausen sollten mind. 2 Sekunden betragen
- ★ Link: Das gesamte Element ist als Link hinterlegt.
- ★ Einheitliche Werbekennzeichnung durch -w-
- ★ Positionierung ein einer der 4 Ecken in schwarz oder weiß
- ★ Mindestens 10pt Schriftgröße

## ★KINO.DE kompakt die interaktive Kinozeitschrift

**KINO.DE kompakt** ist informativ wie eine Zeitschrift, emotional wie Kino und interaktiv wie Online. Als interaktive Kinozeitschrift bringt KINO.DE kompakt das Erlebnis Kino bequem zu hunderttausenden Early Adopters nach Hause an den PC. Und das jede Woche. Nutzen Sie die Chance, Ihr Produkt in diesem Medium zu inszenieren: einzigartig, interaktiv und multimedial.

**KINO.DE kompakt** vereint die klare Benutzerführung eines Printmediums mit multimedialen und interaktiven Inhalten aus der größten Entertainmentdatenbank Deutschlands. Das bedeutet: Mit KINO.DE kompakt beginnt Kino bereits zu Hause. Der Leser erhält jede Woche Porträts der aktuellen Filme, pünktlich zum Start, dazu heiße Trailer, frisch aus dem Schneideraum, exklusive Starinterviews, einzigartige Gewinnchancen auf ein Meet&Greet mit den Helden Hollywoods, ein personalisierbares Kinoprogramm und vieles mehr. KINO.DE kompakt ist nicht einfach eine neue Zeitschrift. KINO.DE kompakt ist ein völlig neues Medium.

**Verbreitung:** ca. 320.000 E-Mail-Bezieher\*

**Erscheinungsweise:** Wöchentlich, nach dem jeweils gültigen Terminkalender

**Jahrgang:** 4. Jahrgang

\* Stand: Oktober 2008

### Ihre Marke profitiert:

- ★ von der starken emotionalen und rationalen Bindung der Zielgruppe (Erlebniswelt Kino, wöchentliche Erscheinungsweise, einzigartiger Content, Gewinnspiele ...)
- ★ von völlig neuen, mehrdimensionalen Inszenierungsmöglichkeiten durch die Integration von Spots, Trailern, Sound und Animationen
- ★ von der Verlinkungsmöglichkeit mit eigener Homepage oder mit direktem Absatzkanal
- ★ von einem direkten, interaktiven Dialog mit der Zielgruppe
- ★ von der hohen Bereitschaft zur Informationsaufnahme durch die Didaktik des Mediums
- ★ von der Ansprache einer exklusiven, kaufkräftigen Zielgruppe
- ★ von einem hohen Imagetransfer durch Präsenz in einem neuen und innovationsstarken Mediumfeld

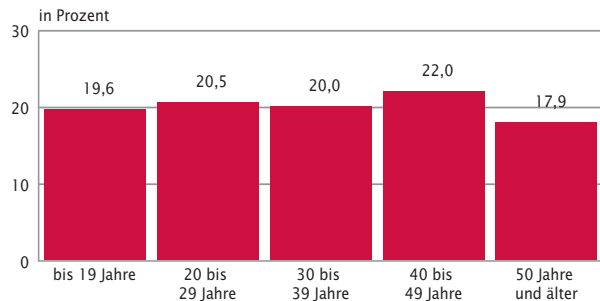


### Der Entertainment Media Verlag – Ihr Entertainmentspezialist

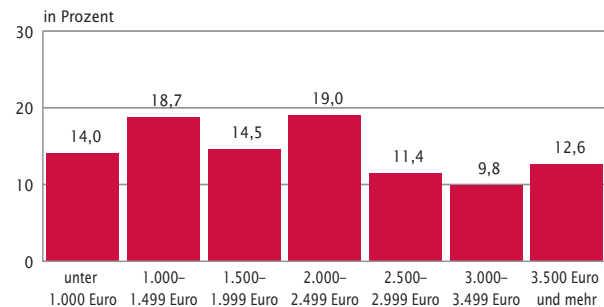
- Der Entertainment Media Verlag ist Spezialist für B2C- und B2B-Kommunikation im Entertainmentbereich.
- Riesiges Potenzial für die Ansprache der relevanten Zielgruppen verfügbar: über 1,5 Mio. Exemplare verbreitete Auflage mit allen Publikumsstufen (IVW, I/09) und 27,5 Mio. Pls mit KINO.DE (IVW, März/2009).
- Optimale Einbindung des Produkts KINO.DE kompakt in die B2C-Medien.

## Unsere Leser

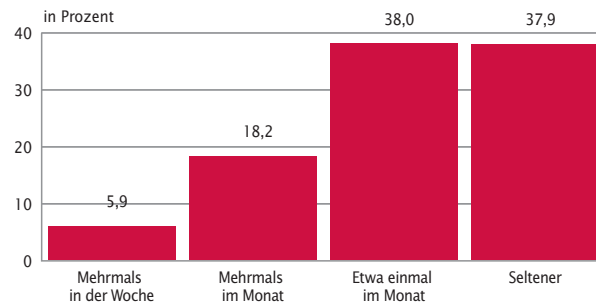
### KINO.DE kompakt wird in allen Altersschichten genutzt



### KINO.DE kompakt erreicht eine besonders kaufkräftige Zielgruppe (Haushaltsnettoeinkommen)



### KINO.DE kompakt-Leser gehen überdurchschnittlich oft ins Kino



### KINO.DE kompakt-Leser:

- ★ sind überdurchschnittlich oft online (83,9 % täglich)
- ★ nutzen das Internet zum Einkaufen (über 96 %)
- ★ kaufen Entertainmentprodukte über das Internet (Filme/DVDs 57 %, Musik 50 %, Computerspiele 36,6 %)
- ★ buchen überdurchschnittlich oft Kino-Tickets online (über 43 %)

Quelle: Leserbefragung 2007 auf Basis der Media-Analyse ma; Dialago Access Panel, ISBA, Hamburg

## Ihre Zielgruppe

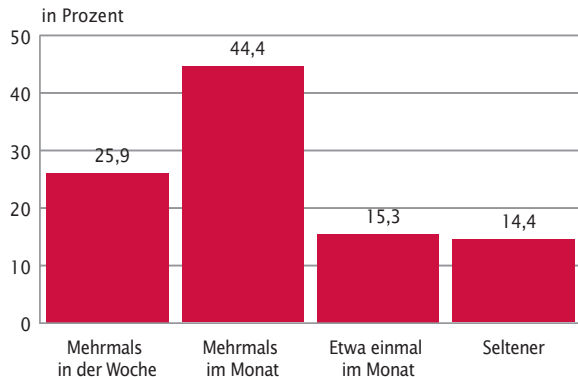
### Vorhang auf für ein exklusives Publikum, das von dem neuen Medium begeistert ist

Über **KINO.DE kompakt** sprechen Sie mit einer konsumfreudigen Zielgruppe, die eine hohe Affinität zu den Themen Technik, Entertainment und Medien mitbringt.

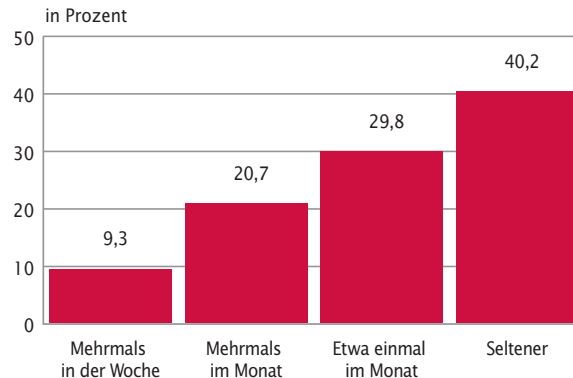
- ★ Leser sind „Heavy User“ bei der Kinonutzung.
- ★ Hochgradiges Interesse an den Themen Kino, Film, Video.
- ★ Ebenso Interesse an den Themen Computer, Telekommunikation, Videogeräte, Hi-Fi-Technik.

Und das Schönste daran: KINO.DE kompakt-Nutzer nehmen Inhalte aktiv und bewusst wahr. Das zeigt die sehr hohe Verweildauer im Produkt. Denn unsere Topseiten werden im Durchschnitt über 140 Sekunden angeschaut (Durchschnitt bei Internetangeboten nach Nielsen/Netratings: 40 Sekunden). Ein sehr hoher Wert, von dem vor allem Ihre Werbebotschaft profitiert.

#### Wie oft schauen Sie DVDs?



#### Wie oft kaufen Sie DVDs?



**So begeistern wir unsere Leser – jede Woche von neuem**

**KINO.DE kompakt** bietet eine einzigartige Kombination aus Inhalten und Nutzen. Es bindet seine Leser durch:



▶ XXL-Trailer, Fotoshows und Animationen



▶ Porträts der neuesten Filme und exklusive Starinterviews



▶ Leser können interaktiv an Filmkritiken und Votings mitwirken



▶ Unglaubliche Gewinnchancen auf Meet&Greet-Events mit den Helden Hollywoods



▶ Ein personalisierbares Kinoprogramm



▶ Optimale Leserführung und intuitive Navigation



▶ eine einzigartige und kurzweilige Einbindung von Markenbotschaften

## Erscheinungstermine 2009

Ausgabe	Erscheinungsdatum	Anzeigenschluss	Druckunterlagenabschluss
1	30.12.2008	17.12.2008	19.12.2008
2	07.01.2009	24.12.2008	24.12.2008
3	14.01.2009	31.12.2008	02.01.2009
4	21.01.2009	07.01.2009	09.01.2009
5	28.01.2009	14.01.2009	16.01.2009
6	04.02.2009	21.01.2009	23.01.2009
7	11.02.2009	28.01.2009	30.01.2009
8	18.02.2009	04.02.2009	06.02.2009
9	25.02.2009	11.02.2009	13.02.2009
10	04.03.2009	18.02.2009	20.02.2009
11	11.03.2009	25.02.2009	27.02.2009
12	18.03.2009	04.03.2009	06.03.2009
13	25.03.2009	11.03.2009	13.03.2009
14	01.04.2009	18.03.2009	20.03.2009
15	08.04.2009	25.03.2009	27.03.2009
16	15.04.2009	01.04.2009	03.04.2009
17	22.04.2009	08.04.2009	09.04.2009
18	29.04.2009	15.04.2009	17.04.2009
19	06.05.2009	22.04.2009	24.04.2009
20	13.05.2009	29.04.2009	30.04.2009
21	20.05.2009	06.05.2009	08.05.2009
22	27.05.2009	13.05.2009	15.05.2009
23	03.06.2009	20.05.2009	22.05.2009
24	10.06.2009	27.05.2009	29.05.2009
25	17.06.2009	03.06.2009	05.06.2009
26	24.06.2009	10.06.2009	12.06.2009
27	01.07.2009	17.06.2009	19.06.2009

Ausgabe	Erscheinungsdatum	Anzeigenschluss	Druckunterlagenabschluss
28	08.07.2009	24.06.2009	26.06.2009
29	15.07.2009	01.07.2009	03.07.2009
30	22.07.2009	08.07.2009	10.07.2009
31	29.07.2009	15.07.2009	17.07.2009
32	05.08.2009	22.07.2009	24.07.2009
33	12.08.2009	29.07.2009	31.07.2009
34	19.08.2009	05.08.2009	07.08.2009
35	26.08.2009	12.08.2009	14.08.2009
36	02.09.2009	19.08.2009	21.08.2009
37	09.09.2009	26.08.2009	28.08.2009
38	16.09.2009	02.09.2009	04.09.2009
39	23.09.2009	09.09.2009	11.09.2009
40	30.09.2009	16.09.2009	18.09.2009
41	07.10.2009	23.09.2009	25.09.2009
42	14.10.2009	30.09.2009	02.10.2009
43	21.10.2009	07.10.2009	09.10.2009
44	28.10.2009	14.10.2009	16.10.2009
45	04.11.2009	21.10.2009	23.10.2009
46	11.11.2009	28.10.2009	30.10.2009
47	18.11.2009	04.11.2009	06.11.2009
48	25.11.2009	11.11.2009	13.11.2009
49	02.12.2009	18.11.2009	20.11.2009
50	09.12.2009	25.11.2009	27.11.2009
51	16.12.2009	02.12.2009	04.12.2009
52	23.12.2009	09.12.2009	11.12.2009
53	30.12.2009	16.12.2009	18.12.2009

Anzeigenrücktrittstermin: 4 Wochen, bei Sonderplatzierungen 6 Wochen vor Erscheinen der betreffenden Ausgabe.

Anzeigen für indizierungsgefährdete Titel können nicht berücksichtigt werden.

## Anzeigenformate und Grundpreise

Größe in Seitenteilen	Satzspiegelformat		Preise in Euro
	Breite in Pixel	Höhe in Pixel	
2/1	1880	1253	7.480,-
1/1	850	1130	3.880,-
1/2 hoch	425	1130	1.980,-
1/2 quer	850	565	1.980,-
1/3 hoch	283	1130	1.480,-
1/3 quer	850	377	1.480,-
Panorama	850	377	2.480,-
Tunnel	850	377	2.480,-

Falls Ihre Anzeige bei uns im Haus erstellt oder bearbeitet werden muss, stellen wir Ihnen die Kosten entsprechend der Arbeitsdauer mit € 79,- pro Stunde in Rechnung. Diese Kosten sind nicht rabatt-/AE-fähig.

### Sonderwerbformen:

#### Trailereinbindung:

In eine Anzeige (Trailer sichtbar, Auto-Start), zzgl. € 20,-/Tsd. Kontakte, pauschal € 2.180,-

In eine Anzeige (sichtbar nach Hochladen), zzgl. € 15,-/Tsd. Kontakte, pauschal € 1.580,-

#### Titelpaket:

Titelseite plus 2/1 Promotion

14.500,- Euro

### Rabattstaffel/Mengenstaffel

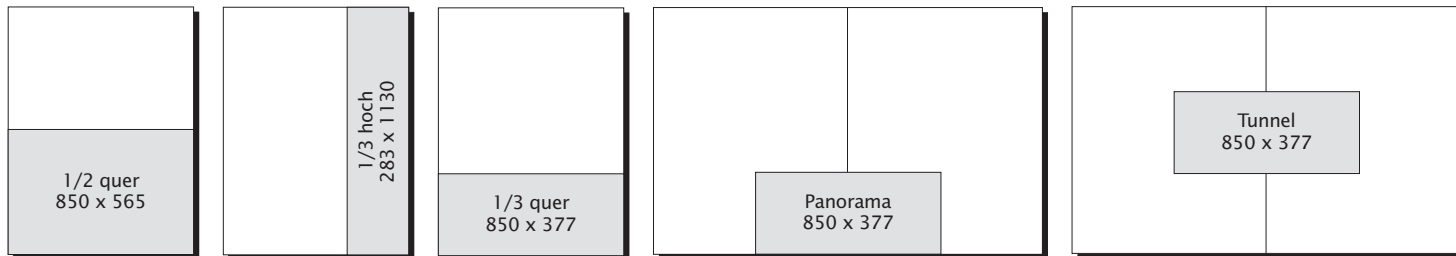
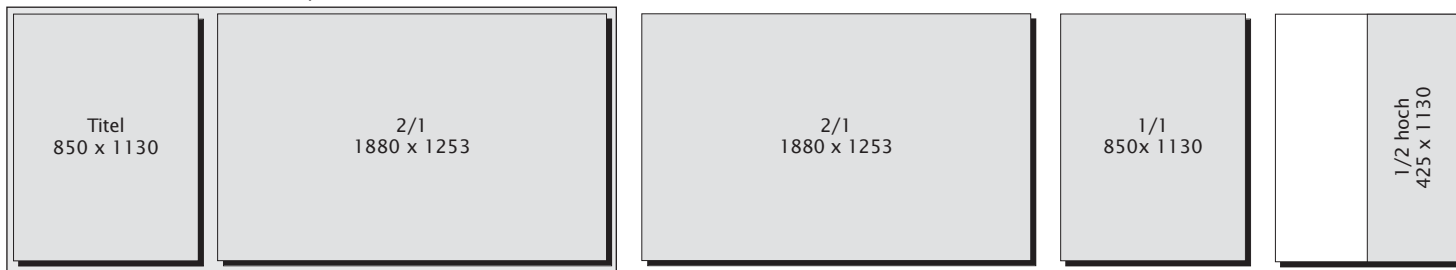
Anzahl der Seiten	ab 3 Seiten	ab 6 Seiten	ab 9 Seiten	ab 12 Seiten	ab 15 Seiten	ab 18 Seiten
	3 %	5 %	10 %	15 %	18 %	20 %

Sponsoring auf Anfrage. Alle Preise verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt.

# Formate

## Anzeigenformate in Pixel: Breite x Höhe

Titelpaket





**Datenübertragung  
Zahlungsbedingungen  
AGBs**

# Technik & Zahlungsbedingungen

## Technische Angaben

### Druckverfahren

Fachmagazine: Vierfarb-Bogenoffset, Euroskala  
Publikumszeitschriften: Vierfarb-Rollenoffset

### Anfangston

Der erste druckende Ton beträgt 5%. Geringe Tonwertabweichungen sind im Toleranzbereich des Druckverfahrens begründet.

### Anlieferung

Bei jeder Datenübertragung bitten wir um Angabe von Kundenname, Zeitschriftentitel und Ausgabe, Größe und Farbigkeit der Insertion. Für die Datenfernübertragung nutzen Sie bitte:

**FTP-Server-Upload:** <http://anzeigen.e-media.de>

**E-Mail:** [dispo@e-media.de](mailto:dispo@e-media.de)

**CD-ROM, CD-RW, DVD etc. an:** **Entertainment Media Verlag GmbH & Co. KG**  
**Anzeigendisposition**  
**Einsteinring 24**  
**85609 Dornach/München**

Bei Farbanzeigen sind Andrucke oder farbverbindliche PDFs unbedingt erforderlich. Andernfalls übernehmen wir keine Haftung für den Abdruck.

Bevorzugtes Datenformat: hochaufgelöstes PDF/X-1a:2001 oder offene Dateien aus den folgenden Programmen: Indesign, QuarkXPress, Photoshop oder Illustrator. Achten Sie bitte auf Vollständigkeit der Dateien (Bilder/Logos/Schriften). Falls Sie andere Programme verwenden oder Fragen zur Datenanlieferung haben, halten Sie bitte mit uns Rücksprache: E-Mail an [dispo@e-media.de](mailto:dispo@e-media.de). Für technisch bedingte Fehler übernimmt der Verlag keine Haftung.

### Aufbewahrungsfrist

Beträgt für Datenträger sechs Monate.

## Zahlungsbedingungen

### Zahlungsbedingungen

Rechnungen sind am Erscheinungstag der Ausgabe, in der die Anzeige veröffentlicht wird, zur Zahlung fällig und spätestens innerhalb von 14 Tagen – gerechnet vom Datum der Rechnungstellung an – zu bezahlen, sofern nicht im Einzelfall eine andere Zahlungsfrist oder Voraussetzung vereinbart ist. Bei Vorauszahlung, die bis zum Erscheinungstag beim Verlag eingeht, werden 2% Skonto gewährt, sofern nicht alte Rechnungen überfällig sind.

### Bankverbindung

Postbank München  
Konto-Nr.: 433 399-806  
BLZ: 700 100 80

### Internationale Bankdaten

BIC: PBNKDEFF  
IBAN: DE04700100800433399806

# Anzeigen-Geschäftsbedingungen

- Dem Auftrag liegen die Bedingungen der jeweils gültigen Anzeigenpreisliste und diese Anzeigen-Geschäftsbedingungen zugrunde. Bei den laufenden Geschäftsbeziehungen bzw. bei Aufträgen über die Schaltung von mehreren Anzeigen nacheinander werden Änderungen der Anzeigenpreise automatisch berücksichtigt, es sei denn, es wurde ausdrücklich etwas anderes vereinbart oder der Auftraggeber widerspricht der Änderung innerhalb von 14 Tagen nach Kenntnis der Änderung.
- Soweit der Verlag Vermittlungsvergütungen gewährt, berechnen sich diese nach dem tatsächlich vereinbarten Anzeigenpreis.
- Für die Annahme von Anzeigen in bestimmten Ausgabennummern oder für eine bestimmte Platzierung des Auftrags wird keine Gewähr geleistet. Platzierungswünsche werden ausdrücklich nicht Auftragsbestandteil. Der Verlag wird Platzierungswünsche jedoch nach Möglichkeit berücksichtigen. Spätere Reklamationen wegen Nichteinhaltung entsprechender Wünsche können nicht geltend gemacht werden.
- Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge oder einzelne Anzeigen im Rahmen eines Auftrags über die Schaltung mehrerer Anzeigen abzulehnen, wenn diese gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstoßen oder wenn diese wegen ihres Inhalts, ihrer Herkunft oder technischen Form den einheitlichen Grundsätzen des Verlags widersprechen, insbesondere wenn diese beim Leser den Eindruck eines redaktionellen Beitrags erwecken oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. 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 eines redaktionellen Beitrags erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Bei bereits geschlossenen Anzeigen- oder Beilagenverträgen ist der Verlag in diesen Fällen zum Rücktritt berechtigt.
- Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht bis zum jeweiligen Anzeigenschluss zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
- Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die Anzeige in der beim Verlag üblichen Form gesetzt und die tatsächliche Abdruckhöhe der Preisberechnung zugrunde gelegt.
- Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentexts sowie für die Eignung der vom Auftraggeber gelieferten Druckunterlagen oder Beilagen ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Sollten am Druckunterlagenschluss termin die erforderlichen Druckunterlagen nicht vorliegen, behält sich der Verlag vor, die Anzeige auf eine der Folgeausgaben zu verschieben.
- Die Kosten für die Anfertigung von Lithos sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen. Treffen beschädigte Druckunterlagen erst unmittelbar vor Drucklegung beim Verlag ein, hat der Auftraggeber die hieraus dem Verlag entstehenden zusätzlichen Kosten zu tragen.
- Der Verlag ist zur Prüfung der sachlichen Richtigkeit und Zulässigkeit der Angaben des Auftraggebers, der Eignung der vom Auftraggeber gelieferten Unterlagen und der Verletzung etwaiger Schutzrechte Dritter aufgrund der Durch- und Ausführung des Auftrags ausdrücklich nicht verpflichtet. Der Auftraggeber stellt den Verlag insoweit hinsichtlich sämtlicher Ansprüche und Forderungen Dritter frei.
- Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet sechs Monate nach Erscheinen der Anzeige, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist. Nach Ablauf der Frist ist der Verlag berechtigt, die Druckunterlagen zu vernichten.
- Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Auftraggeber zu vertreten hat, oder kündigt der Auftraggeber ohne Verschulden des Verlags, bemisst sich der Schadensersatz bzw. Vergütungsanspruch des Verlags – unbeschadet weiterer Ansprüche – an der zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses geltenden Anzeigenpreisliste.
- Hat der Verlag den ganz oder teilweise unleserlichen, unrichtigen oder unvollständigen Abdruck einer Anzeige zu vertreten, hat der Auftraggeber Anspruch auf eine einwandfreie Ersatzanzeige. 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 Auftrags. Ist der Auftraggeber Kaufmann, sind Reklamationen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Veröffentlichung vorzubringen.
- Die Haftung des Verlags auf Schadensersatzanspruch ist begrenzt auf Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit, soweit nicht Kardinalpflichten des Verlags betroffen sind. Die Haftung bei leichter Fahrlässigkeit ist der Höhe nach beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Eine Haftung für Mangelfolgeschäden ist ausgeschlossen. Eine Haftung des Verlags nach dem Produkthaftungsgesetz oder für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Die Haftung gegenüber Kaufleuten ist auf Vorsatz und dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Der Ausschluss der Haftung bei grober und einfacher Fahrlässigkeit gilt jedoch nur, soweit nicht Kardinalpflichten des Verlags betroffen sind.
- Ein Auflagenrückgang ist nur dann von Einfluss auf das Vertragsverhältnis, wenn eine Auflagenhöhe schriftlich zugesichert ist und diese um mehr als 20 Prozent sinkt. Darüber hinaus sind etwaige Preisminderungs- und Schadensersatzansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber vom Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten kann.
- Im Falle höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadensersatz. Insbesondere wird kein Schadensersatz für nicht veröffentlichte oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen geleistet.
- Rechnungen sind innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern im Einzelfall keine kürzere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.
- Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden – unbeschadet weiterer Ansprüche des Verlags – Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag ist berechtigt, Vorauszahlungen zu verlangen. Wurden Vorauszahlungen vereinbart, kann der Verlag bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen.
- Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Durchführung eines Auftrags, ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel, Vorauszahlung zu verlangen.
- Die Parteien vereinbaren die Schriftform. Fernmündlich aufgegebenen Bestellungen und Änderungen bedürfen ausdrücklich der schriftlichen Bestätigung des Verlags. Zusicherungen können nur durch entsprechend vom Verlag Bevollmächtigte schriftlich gegeben werden.
- Es gilt deutsches Recht. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist – soweit zulässig – München.