

EMMA www.emma.de

Judith Butler
 attackiert
 EMMA.
 Schwarzer
 antwortet.

WAHLEN
 Was versprechen
 die Parteien
 den Frauen?

**Problem
 SCHULE**
 Lehrerinnen
 packen aus!

WEINSTEIN
 Alle wussten
 Bescheid.
 Und jetzt?

TRAUMATOLOGEN
 Die üble Hatz
 gegen sie

GENDERSTUDIES
 3 Professor*innen
 antworten

Judi Dench
 Die heimliche
QUEEN

EMMA www.emma.de

#METOO
 Wo bleiben
 die deutschen
 Frauen!

SCHAM
 Das Gefühl,
 das Leben
 erstickt

ABTREIBUNG
 Demnächst
 wieder
 illegal?

STRICKEN
 war mal
 Männersache

**BRIGITTE
 MACRON** **DIE
 MUTIGE
 FIRST LADY**

EMMA www.emma.de

WEDEL & CO
 Über Abgründe
 & Kartelle

SEXUALITÄT
 Auf der Suche
 nach dem
 weiblichen
 Begehren

DIE OSSIS
 Der Westen
 hat uns
 die Heimat
 gestohlen!

EMMA www.emma.de

#TimesUp
**MIT
 UNS
 NICHT
 MEHR!**

EMMA www.emma.de

DIE TAFEL
 Ein Besuch
 in Essen

68erinnen
 Wie frei
 waren sie
 wirklich?

TACHELES
 Judenhass
 Jetzt von
 Muslimen

IRAN
 UNSER KAMPF GEGEN DAS
KOPFTUCH

EMMA www.emma.de

Meghan Markle
 Wie lange hält
 die Feministin
 bei Hofe durch?

JANELLE MONÄE
 Rassismus kann
 tödlich sein!

SEXUALGEWALT
 Das Fundament
 des Patriarchats

**DIE BIENEN
 KÖNIGINNEN**
 Retten Imkerinnen die Welt?

EMMA www.emma.de

**Türkinen
 protestieren
 gegen den
 Burkini!**

Alice Schwarzer
 BEGEGNUNG MIT
ROMY

Es geht
 wieder los
ABTREIBUNG
 Bedrohte Ärztel
 eingeschüchterte
 Frauen!

EMMA www.emma.de

Nadia Murad
 Nobelpreisträgerin:
 Was für ein Mut!

CHEMNITZ
 Was war da
 eigentlich los?
 Und wo sind
 die Stimmen
 der Bürgerinnen?

**100
 JAHRE
 FRAUEN
 WAHLRECHT**

Der mutige Kampf der
FRAUENRECHTLERINNEN

Brigitte Bardot
 Ihr unermüdlicher
 Kampf für Tiere

Anzeigenpreisliste Nr. 33, gültig ab 1.1.2019

Termine

Druckauflage: 40.534 | Verbreitet: 28.793 | Verkauft: 27.105 | Davon im Abo: 20.610 | Davon im EV: 6.495 (Ø 2018)

Verlegerin	Alice Schwarzer	Anzeigen Print	Marken: Getz & Getz Medienvertretung, Stöcker Weg 64, 51503 Rösrath, T 02205/86179, Fax 85609, info@getz-medien.de Buchverlage & Specials: EMMA T 0221/606060-11, Fax -29	
Verlag	EMMA Frauenverlags GmbH Bayenturm, 50678 Köln verlag@emma.de, www.emma.de			
Erscheinungsweise	2-monatlich			
Verbreitung	Im Abonnement weltweit. Im Zeitschriften- und (Bahnhofs-) Buchhandel in: Deutschland, Österreich und in der Schweiz.			
Rücktrittsrecht	Schriftlich. Zwei Wochen vor Anzeigenschluss. Beilagen vier Wochen vor Anzeigenschluss.			
Zahlungsbedingungen	Bei Zahlung bis Erstverkaufstag 2 % Skonto. Netto Kasse innerhalb 14 Tagen. Alle Preise zuzüglich Mehrwertsteuer.	Ausgabe	Erstverkauf	Anzeigenschluss
		2/19	28.2.19	1.2.19
		3/19	25.4.19	29.3.19
Bankverbindung	Sparkasse KölnBonn IBAN: DE 63 3705 01980017992975, BIC: COLSDE33	4/19	27.6.19	21.5.19
		5/19	29.8.19	7.8.19
Anzeigen Online	QUARTER MEDIA GmbH, Hamburger Str. 152, 22083 Hamburg, T 040 300908-80, Fax -88, sales@quartermedia.de, www.quartermedia.de	6/19	31.10.19	7.10.19
		1/20	19.12.19	22.11.19

Anzeigenformate + Preise

Technische Daten

Format im Satzspiegel		Format im Anschnitt	Preis
Breite x Höhe (mm)		Breite x Höhe 3 mm Beschnittzugabe	sw/4c
1/1 Seite	176 x 238	210 x 280	6.500 €
1/2 hoch	86 x 238	100 x 280	3.300 €
1/2 quer	176 x 117	210 x 131	
1/3 hoch	56 x 238	70 x 280	2.200 €
1/3 quer	176 x 70	210 x 84	
1/4 hoch	41 x 238	55 x 280	1.650 €
1/4 quer	176 x 56	210 x 70	
1/4 Kasten	86 x 117		
1/6 hoch	56 x 117		1.100 €
1/6 quer	176 x 36		

Sonderformate auf Anfrage.

Heftformat	210 x 280 mm (Euroformat)																								
Satzspiegel	176 x 238 mm Bei Anzeigen im Anschnitt 3 mm Beschnittzugabe.																								
Druckverfahren	Rollenoffset 70er-Raster, Umschlag 80er-Raster																								
Druckunterlagen	PDF 1.5. Digitale Druckvorlage als JPG oder TIF im CMYK-Modus, Auflösung 304 dpi. Farbverbindlicher Andruck oder Proof. FOGRA 39L/PT 1-2 ISOcoated V2																								
Zuschläge	Farbzuschläge gelten für Sonderfarben, die nicht aus der Euroskala generiert werden können. Diese sind nicht rabattfähig.																								
Rabatte	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Malstaffel</th> <th></th> <th>Mengenstaffel</th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ab 2 Anzeigen</td> <td>3 %</td> <td>ab 1 Seite</td> <td>3 %</td> </tr> <tr> <td>ab 4 Anzeigen</td> <td>5 %</td> <td>ab 2 Seiten</td> <td>5 %</td> </tr> <tr> <td>ab 6 Anzeigen</td> <td>10 %</td> <td>ab 3 Seiten</td> <td>10 %</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>ab 4 Seiten</td> <td>15 %</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>ab 6 Seiten</td> <td>20 %</td> </tr> </tbody> </table>	Malstaffel		Mengenstaffel		ab 2 Anzeigen	3 %	ab 1 Seite	3 %	ab 4 Anzeigen	5 %	ab 2 Seiten	5 %	ab 6 Anzeigen	10 %	ab 3 Seiten	10 %			ab 4 Seiten	15 %			ab 6 Seiten	20 %
Malstaffel		Mengenstaffel																							
ab 2 Anzeigen	3 %	ab 1 Seite	3 %																						
ab 4 Anzeigen	5 %	ab 2 Seiten	5 %																						
ab 6 Anzeigen	10 %	ab 3 Seiten	10 %																						
		ab 4 Seiten	15 %																						
		ab 6 Seiten	20 %																						
Beilagen	95 € pro Tausend bis 25 g, höheres Gewicht auf Anfrage Bei Aboauflage zuzüglich Handlingskosten																								
Beikleber	55 € pro Tausend																								
Beihefter	95 € pro Tausend bis 25 g, höheres Gewicht auf Anfrage																								

LeserInnendaten

Das Alter	Die Bildung		Die Berufstätigkeit		Die Kaufkraft persönl. Brutto-Einkommen/Monat		
bis 29 Jahre	22 %	Hauptschulabschluss	5 %	angestellt	44 %	bis 1.500 €	35 %
30 – 39 Jahre	24 %	Höhere Schule/Abitur	34 %	selbst./freiberuflich	15 %	1.501 bis 2.500 €	22 %
40 – 49 Jahre	24 %	Universitätsabschluss	53 %	Beamtin	9 %	2.501 bis 3.000 €	11 %
50 – 59 Jahre	18 %	Promotion	7 %	Studentin	14 %	3.001 bis 5.000 €	23 %
60 und älter	12 %	Habilitation	1 %	in Rente	9 %	über 5.000 €	8 %
Das Durchschnittsalter beträgt 42 Jahre.	Sie gehören zur Bildungavantgarde und sind Meinungsmacherinnen.		68 % der Leserinnen sind berufstätig, davon ein Drittel Teilzeit.		Die Berufstätigen gehören zu den Spitzenverdienerinnen.		

46 % der EMMA-Leserinnen sind unter 40.

61 % der EMMA-Leserinnen haben einen Hochschulabschluss.

87 % der EMMA-Leserinnen sind gesellschaftlich/politisch aktiv.

84 % der EMMA-Leserinnen lesen mehr als Dreiviertel des Magazins.

58 % der EMMA-Leserinnen lesen EMMA seit mindestens fünf Jahren regelmäßig.

66 % der EMMA-Käuferinnen sind Abonnentinnen.

Im Schnitt erreichen Sie mit einer EMMA-Ausgabe ca. 80.000 Leserinnen.

Alle Angaben sind das Ergebnis der Leserinnen-Umfrage von Profidata im Januar 2013. Es wurden 2.920 Fragebögen ausgewertet.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften

1. Anzeigenauftrag im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung zum Zweck der Verbreitung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbetreibenden in einer Druckschrift.
2. Anzeigenaufträge sind im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluß abzuwickeln. 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 befugt, innerhalb der in Nummer 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 nach 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 Rückerstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht oder wenn der Auftraggeber im Falle von Preiserhöhungen, statt ein ihm vorbehaltenes oder später eingeräumtes Rücktrittsrecht auszuüben, den Vertrag zu den neuen Preislisten bis zur Erreichung des ursprünglichen vereinbarten Auftragswertes fortsetzt.
5. Betr. Textteilanzeigen. Unzutreffend.
6. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder bestimmten Plätzen der Druckschrift wird keine Gewähr geleistet, es sei denn, dass der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrages ausdrücklich davon abhängig gemacht hat.
- 7.1. Absatz betr. Textteilanzeigen. Unzutreffend.
Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ kenntlich gemacht.
8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen- und Beilagenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen Grundsätzen des Verlages abzulehnen.
Dies gilt auch für Aufträge, die an den Schalter der Geschäftsstellen, bei Annahmestellen oder bei 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 Beilage ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe der Anzeige.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine Ersatzanzeige, aber nur im dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Weitergehende Haftungen für den Verlag sind ausgeschlossen.
Reklamationen müssen innerhalb vier Wochen nach Eingang von Rechnungen und Belegen geltend gemacht werden.
Für Fehler bei telefonischen Übermittlungen jeder Art übernimmt der Verlag keine Haftung.
11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht fristgemäß zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften angegeben, so wird die tatsächliche Abdruckhöhe der Preisberechnung zugrundegelegt.
- 13.1. Absatz betr. Rechnungslegung bei Zeitungen. Unzutreffend.
Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine kürzere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von mindestens 3% über dem jeweiligen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Konkursen und Zwangsvergleichen entfällt jeglicher Nachlass.
Bei Vorliegen eines wichtigen Grundes 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 Verlages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen, ohne dass hieraus dem Auftraggeber irgendwelche Ansprüche gegen den Verlag erwachsen.
15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenausschnitt. Wenn Art und Umfang des Anzeigenauftrages es rechtfertigen, werden mindestens zwei Kopfbelege oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Aufnahmebescheinigung des Verlages.
16. Kosten für erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter

Ausführungen und Lieferungen bestellter Druckstöcke, Matern und Zeichnungen hat der Auftraggeber zu bezahlen.
17. Erfüllungsort und Gerichtsstand für beide Teile ist, soweit das Gesetz zwingend nichts anderes vorsieht, der Sitz des Verlages.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

- a) Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich mit ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittelsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- b) Die allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages, die Auftragsbestätigung und die jeweils gültige Preisliste, sind für jeden Auftrag maßgebend. Der erteilte Anzeigenauftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.
- c) Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für die laufenden Aufträge.
- d) Wenn für konzernangehörige Firmen die gemeinsame Rabattierung beansprucht wird, ist die schriftliche Bestätigung einer mindestens 75%igen Kapitalbeteiligung der Muttergesellschaft erforderlich.
- e) Im Falle höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung der Verlage auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz. Insbesondere wird auch kein Schadenersatz für nicht veröffentlichte oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen geleistet.
- f) Bei Betriebsstörung oder Eingriffen durch höhere Gewalt (z.B. Streik, Beschlagnahme u.dgl.) hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80% der garantiert verkauften Auflage erfüllt sind. Geringere Leistungen sind nach dem Tausender-Seitenpreis gemäß der im Tarif garantierten verkauften Auflage zu bezahlen.
- g) Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.
- h) Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet 3 Monate nach Erscheinen der jeweiligen Anzeige, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist.
- i) Die Übersendung von mehr als 2 Farbvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus. Der Verlag muss sich die Berechnung entstehender Mehrkosten vorbehalten.