

# Süddeutsche Zeitung

golf spielen



**golf spielen extra –  
das Hochglanz-Magazin**

Auflage rund 60.000 Exemplare  
Verteilung über alle Golfclubs  
in Deutschland, Österreich  
und der Schweiz sowie  
Verkauf am Kiosk

Wohlfühlen



# golf spielen

## Das Magazin für Golfspieler und Golfinteressierte.

Seit 2000 ist „golf spielen“ auf dem Markt. In dieser Zeit ist das Magazin der Süddeutschen Zeitung ständig an Umfang und Qualität gewachsen. Mit einer Gesamtauflage von mehr als 600.000 Exemplaren ist *golf spielen* der auflagenstärkste Golftitel in Europa. 410.497 werden über die Süddeutsche Zeitung vertrieben, 202.755 über die Top-Printmedien Baden-Württembergs, die Stuttgarter Zeitung und die Stuttgarter Nachrichten.

Dazu kommen mehr als 60.000 „golf spielen extra“. Diese optisch und haptisch aufgewertete Hardcover-Version wird in hohen Stückzahlen in allen Golfclubs, -resorts und -hotels in Deutschland, Österreich und der deutschsprachigen Schweiz verteilt und erfolgreich am Kiosk, in Bahnhöfbuchhandlungen und Flughäfen verkauft. *golf spielen extra* wird auf qualitativ hochwertigerem Papier gedruckt und ist mit einem stärkeren Umschlag ummantelt. Die Erscheinungsweise orientiert sich an den Erscheinungsterminen des Magazins *golf spielen* in der Süddeutschen Zeitung.

Der Kiosktitel kann in Kombination mit *golf spielen* oder auch allein belegt werden.

Mit *golf spielen* erreichen Sie die Zielgruppe der Golfspieler und der latent an Golf Interessierten unter den 1,98 Mio. Lesern (MA 2011) der drei Zeitungen. Mit *golf spielen extra* erreichen Sie alle aktiven, in Golfclubs organisierten Spieler und Spielerinnen.



Ausgabe	Erscheinungstag	Schwerpunkthema
Ausgabe 1	14. März 2012	Saisonstart/Damengolf
Ausgabe 2	23. Mai 2012	Amateursport/Profisport
Ausgabe 3	1. August 2012	Turnierberichterstattung
Ausgabe 4	17. Oktober 2012	Geschenkbazar/-tips

Anzeigenschluss
8. Februar 2012
18. April 2012
27. Juni 2012
12. September 2012

Druckunterlagenschluss
15. Februar 2012
25. April 2012
4. Juli 2012
19. September 2012

sz-media.de

2

**Verkaufsleitung Stefan Rihacek**  
**Telefon:** +49 (89) 21 83 - 87 86  
**E-Mail:** stefan.rihacek@sueddeutsche.de  
**Beratung**  
**Telefon:** +49 (89) 21 83 - 77 90, 283  
**Fax:** +49 (89) 21 83 - 96 77 90  
**E-Mail:** golfspielen@sueddeutsche.de

**Redaktionsleitung**  
Ludwig Rembold  
**Telefon:** +49 (89) 21 83 - 391  
**Fax:** +49 (89) 21 83 - 96 391  
**E-Mail:** ludwig.rembold@sueddeutsche.de

**Erscheinungsweise**  
*golf spielen* liegt vier Mal jährlich der Süddeutschen Zeitung, Stuttgarter Zeitung und Stuttgarter Nachrichten bei.  
*golf spielen extra* wird zeitgleich in allen Golfclubs, -resorts und -hotels in Deutschland, Österreich und der deutschsprachigen Schweiz verteilt und am Kiosk, in Bahnhöfbuchhandlungen und Flughäfen verkauft.

**Verkaufte Auflage**  
Süddeutsche Zeitung:  
410.497 Exemplare (IVW II/2011, Mo.–Fr.)  
Stuttgarter Zeitung/Nachrichten:  
202.755 Exemplare (IVW II/2011, Mo.–Fr.)  
*golf spielen extra*: 60.000 Exemplare

Aktuelle Informationen und den Themenplan zur nächsten Ausgabe *golf spielen* finden Sie auch unter [sueddeutsche.de/mediadaten](http://sueddeutsche.de/mediadaten).

# Leserschaftsprofil

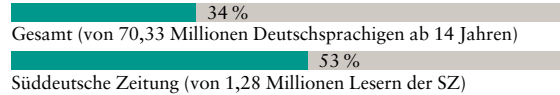
## Leseraffinität

Von den 2,48 Millionen Golfspielern in Deutschland lesen 110.000 die Süddeutsche Zeitung.

### Wirtschaftlich leistungsfähigste und gebildetste Schicht



### Haushalts-Nettoeinkommen von monatlich 3000 Euro und mehr



### Entscheider Geld- und Kapitalanlagen



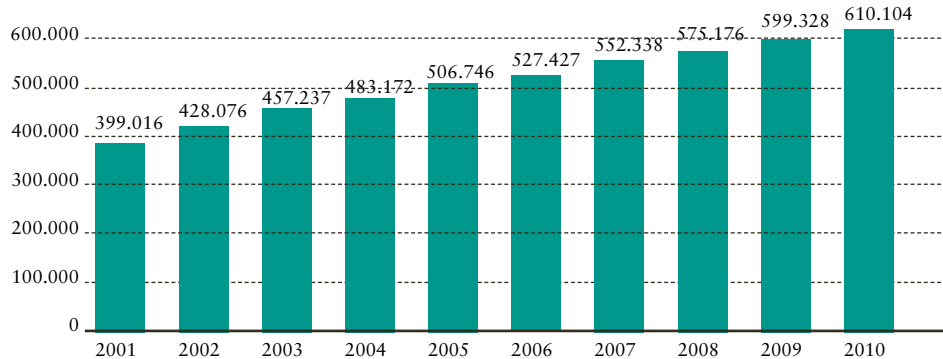
### Entscheider Versicherungen



Quelle: AWA 2011

## Organisierte Golfspieler in Deutschland

Die Zahl der Golfer ist in den letzten Jahren kontinuierlich angestiegen. Im Jahr 2010 waren 610.104 Golfspieler in deutschen Golfclubs registriert. (Quelle: Deutscher Golfverband e.V., 31.12.2010)



# Preise / Anzeigenformate *golf spielen*

## 1/1 Seite

Satzspiegelformat: Höhe: 246,5 mm, Breite: 191 mm

Anschnittformat: Höhe: 274 mm, Breite: 215 mm

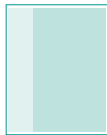


<i>golf spielen</i> (gesamt)	<b>20.800 €</b>
<i>golf spielen</i> + <i>golf spielen extra</i>	<b>16.200 €</b>
<i>golf spielen extra</i>	<b>9.000 €</b>

## 3/4 Seite hoch

Satzspiegelformat: Höhe: 246,5 mm, Breite: 143 mm

Anschnittformat: Höhe: 274 mm, Breite: 154 mm



<i>golf spielen</i> (gesamt)	<b>15.550 €</b>
<i>golf spielen</i> + <i>golf spielen extra</i>	<b>12.300 €</b>

## 2/3 Seite hoch

Satzspiegelformat: Höhe: 246,5 mm, Breite: 126 mm

Anschnittformat: Höhe: 274 mm, Breite: 137 mm

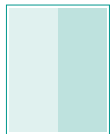


<i>golf spielen</i> (gesamt)	<b>13.700 €</b>
<i>golf spielen</i> + <i>golf spielen extra</i>	<b>11.000 €</b>

## 1/2 Seite hoch

Satzspiegelformat: Höhe: 246,5 mm, Breite: 94 mm

Anschnittformat: Höhe: 274 mm, Breite: 105 mm



<i>golf spielen</i> (gesamt)	<b>10.400 €</b>
<i>golf spielen</i> + <i>golf spielen extra</i>	<b>8.300 €</b>
<i>golf spielen extra</i>	<b>4.500 €</b>

## 1/2 Seite quer

Satzspiegelformat: Höhe: 122 mm, Breite: 191 mm

Anschnittformat: Höhe: 139,5 mm, Breite: 215 mm

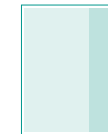


<i>golf spielen</i> (gesamt)	<b>10.400 €</b>
<i>golf spielen</i> + <i>golf spielen extra</i>	<b>8.300 €</b>
<i>golf spielen extra</i>	<b>4.500 €</b>

## 1/3 Seite hoch

Satzspiegelformat: Höhe: 246,5 mm, Breite: 61 mm

Anschnittformat: Höhe: 274 mm, Breite: 72 mm

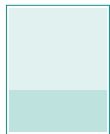


<i>golf spielen</i> (gesamt)	<b>6.950 €</b>
<i>golf spielen</i> + <i>golf spielen extra</i>	<b>5.700 €</b>
<i>golf spielen extra</i>	<b>3.000 €</b>

## 1/3 Seite quer

Satzspiegelformat: Höhe: 82,5 mm, Breite: 191 mm

Anschnittformat: Höhe: 100 mm, Breite: 215 mm

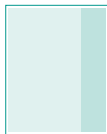


<i>golf spielen</i> (gesamt)	<b>6.950 €</b>
<i>golf spielen</i> + <i>golf spielen extra</i>	<b>5.700 €</b>
<i>golf spielen extra</i>	<b>3.000 €</b>

## 1/4 Seite hoch

Satzspiegelformat: Höhe: 246,5 mm, Breite: 45 mm

Anschnittformat: Höhe: 274 mm, Breite: 56 mm



<i>golf spielen</i> (gesamt)	<b>5.200 €</b>
<i>golf spielen</i> + <i>golf spielen extra</i>	<b>4.400 €</b>
<i>golf spielen extra</i>	<b>2.250 €</b>

## 1/4 Seite quer

Satzspiegelformat: Höhe: 62 mm, Breite: 191 mm

Anschnittformat: Höhe: 79,5 mm, Breite: 215 mm



<i>golf spielen</i> (gesamt)	<b>5.200 €</b>
<i>golf spielen</i> + <i>golf spielen extra</i>	<b>4.400 €</b>
<i>golf spielen extra</i>	<b>2.250 €</b>

# Preise / Anzeigenformate *golf spielen*

## 1/4 Seite Eckfeld

Satzspiegelformat: Höhe: 122 mm, Breite: 94 mm  
Anschnittformat: Höhe: 139,5 mm, Breite: 105 mm



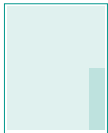
<i>golf spielen</i> (gesamt)	<b>5.200 €</b>
<i>golf spielen</i> + <i>golf spielen extra</i>	<b>4.400 €</b>
<i>golf spielen extra</i>	<b>2.250 €</b>

## Preise für PR-Strecken in *golf spielen extra*

1/1 Seite in einer Ausgabe	<b>3.700 €</b>
2/1 Seiten in einer Ausgabe	<b>7.400 €</b>
3/1 Seiten in einer Ausgabe	<b>11.100 €</b>
4/1 Seiten in einer Ausgabe	<b>14.400 €</b>

## 1/8 Seite hoch

Satzspiegelformat: Höhe: 122 mm, Breite: 45 mm



<i>golf spielen</i> (gesamt)	<b>2.600 €</b>
<i>golf spielen</i> + <i>golf spielen extra</i>	<b>2.250 €</b>
<i>golf spielen extra</i>	<b>1.125 €</b>

## 1/8 Seite quer

Satzspiegelformat: Höhe: 59 mm, Breite: 94 mm



<i>golf spielen</i> (gesamt)	<b>2.600 €</b>
<i>golf spielen</i> + <i>golf spielen extra</i>	<b>2.250 €</b>
<i>golf spielen extra</i>	<b>1.125 €</b>

## 2/1 Seite

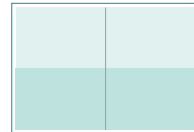
Satzspiegelformat: Höhe: 246,5 mm, Breite: 408 mm  
Anschnittformat: Höhe: 274 mm, Breite: 430 mm



<i>golf spielen</i> (gesamt)	<b>41.600 €</b>
<i>golf spielen</i> + <i>golf spielen extra</i>	<b>32.400 €</b>
<i>golf spielen extra</i>	<b>18.000 €</b>

## 2 x 1/2 Seite quer

Satzspiegelformat: Höhe: 122 mm, Breite: 408 mm  
Anschnittformat: Höhe: 139,5 mm, Breite: 430 mm



<i>golf spielen</i> (gesamt)	<b>20.800 €</b>
<i>golf spielen</i> + <i>golf spielen extra</i>	<b>16.200 €</b>

sz-media.de

5

## Beratung

Telefon: +49 (89) 21 83 - 77 90

Fax: +49 (89) 21 83 - 96 77 90

E-Mail: [golfspielen@sueddeutsche.de](mailto:golfspielen@sueddeutsche.de)

## Festplatzierungen / Vorzugsplatzierungen

Vorab getätigte Reservierungen müssen innerhalb eines jeweils schriftlich fixierten Zeitraums fest gebucht werden. Wird dieser vorgegebene Zeitraum nicht eingehalten, verfällt die Reservierung automatisch. Festplatzierungen bedürfen der schriftlichen Bestätigung des Verlages.

## Umschlagseiten

Bitte beachten Sie, dass auf den Umschlagseiten ausschließlich Imagewerbung ohne Preisangaben gebucht werden kann. Der Verlag behält sich vor, die Reservierung von Umschlagseiten zurückzunehmen, falls eine Cover-Gatefolder-Buchung oder die Buchung der 1. Doppelseite vor Inhalt vorliegt.

## Beschnittzugaben

An den jeweiligen Seiten 4 mm.

## Erklärung

*golf spielen* (gesamt) = Süddeutsche Zeitung + Stuttgarter Zeitung + Stuttgarter Nachrichten + *golf spielen extra* (ca. 600.000)  
*golf spielen* + *golf spielen extra* (ca. 470.000)

Alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.; gültig ab 1. Oktober 2011.

# Wohlfühlen

## Das Magazin für Wellness, Fitness und Gesundheit.

„Wohlfühlen“ erreicht mit vier Ausgaben im Jahr eine immer größer werdende Gruppe Menschen, die wissen möchten, wie und wo sie rasch neue Kraft und Energie schöpfen, ihre Gesundheit fördern und wirkungsvoll verbessern können.

*Wohlfühlen* steht für bessere Lebensqualität und ganzheitliches Wohlbefinden, verbunden mit modernem Lifestyle. Mit seinem hohen Service-Charakter ist *Wohlfühlen* eine Orientierungshilfe in der Angebotsvielfalt auf dem Wellness-Markt.

Mit der journalistisch hohen Qualität der Süddeutschen Zeitung informiert *Wohlfühlen* fundiert über Wellness-Themen für Körper, Geist und Seele. Es ist damit das ideale Umfeld für Ihre Werbung, denn mit *Wohlfühlen* erreichen Sie 1,41 Millionen Leser der Süddeutschen Zeitung (MA 2011).



Ausgabe	Erscheinungstag	Schwerpunktthema	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss
Ausgabe 1	28. März 2012	Aktiv & Vital in den Frühling	23. Februar 2012	1. März 2012
Ausgabe 2	6. Juni 2012	Pflege für Haut und Haare	2. Mai 2012	9. Mai 2012
Ausgabe 3	26. September 2012	Outdoor – Wandern in Europa	22. August 2012	29. August 2012
Ausgabe 4	28. November 2012	Wintersport & Wellness	24. Oktober 2012	31. Oktober 2012

sz-media.de

6

### Verkaufsleitung Concetta Herion

Telefon: +49 (89) 21 83 - 82 20

Fax: +49 (89) 21 83 - 96 82 20

E-Mail: concetta.herion@sueddeutsche.de

### Erscheinungsweise

*Wohlfühlen* liegt vier Mal jährlich der Süddeutschen Zeitung bei.

### Zielgruppe

1,41 Millionen SZ-Leser (MA 2011) sowie wellness-, gesundheits- und fitnessaffine Menschen

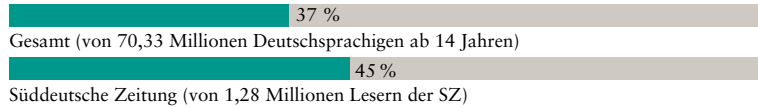
### Verkaufte Auflage

410.497 Exemplare (IVW II/2011, Mo.–Fr.)

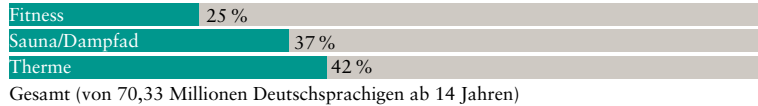
Aktuelle Informationen und den detaillierten Themenplan zur nächsten Ausgabe *Wohlfühlen* finden Sie online unter [sueddeutsche.de/mediadaten](http://sueddeutsche.de/mediadaten) oder auf Anfrage.

# Leserschaftsprofil / Leseraffinität

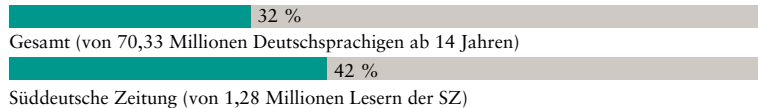
## Interesse an speziellen Wellness-Angeboten



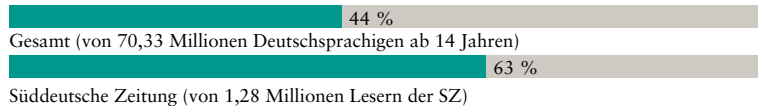
## Häufige / gelegentliche Freizeitbeschäftigungen



## Bereitschaft, für Gesundheit und Wellness Geld auszugeben



## Bereitschaft, für Reisen Geld auszugeben



## Preise / Anzeigenformate Wohlfühlen

### 1/1 Seite

Satzspiegelformat:

Höhe: 246,5 mm Breite: 191 mm

Anschnittformat:

Höhe: 274 mm , Breite: 215 mm



16.200 €

### 3/4 Seite hoch

Satzspiegelformat:

Höhe: 246,5 mm, Breite: 143 mm

Anschnittformat:

Höhe: 274 mm, Breite: 154 mm



12.300 €

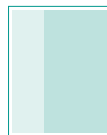
### 2/3 Seite hoch

Satzspiegelformat:

Höhe: 246,5 mm, Breite: 126 mm

Anschnittformat:

Höhe: 274 mm, Breite: 137 mm



11.000 €

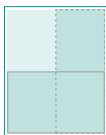
### 1/2 Seite hoch/quer

Satzspiegelformat:

Höhe: 246,5/122 mm, Breite: 94/191 mm

Anschnittformat:

Höhe: 274/139,5 mm, Breite: 105/215 mm



8.300 €

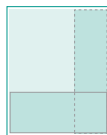
### 1/3 Seite hoch/quer

Satzspiegelformat:

Höhe: 246,5/82,5 mm, Breite: 61/191 mm

Anschnittformat:

Höhe: 274/100 mm, Breite: 72/215 mm



5.700 €

### 1/4 Seite hoch/quer

Satzspiegelformat:

Höhe: 246,5/62 mm, Breite: 45/191 mm

Anschnittformat:

Höhe: 274/79,5 mm, Breite: 56/215 mm

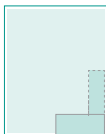


4.400 €

### 1/8 Seite hoch, quer

Satzspiegelformate:

Höhe: 121,5/59 mm, Breite: 45/94 mm



2.250 €

### 2/1 Seite

Satzspiegelformat:

Höhe: 264,5 mm, Breite: 408 mm

Anschnittformat:

Höhe 274 mm, Breite 430 mm



32.400 €

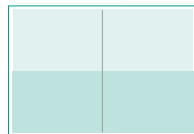
### 2 x 1/2 Seite quer

Satzspiegelformat:

Höhe: 122 mm, Breite: 408 mm

Anschnittformat:

Höhe: 139,5 mm, Breite: 430 mm



16.200 €

sz-media.de

8

**Verkaufsleitung Concetta Herion**

**Telefon:** +49 (89) 21 83 - 82 20

**Fax:** +49 (89) 21 83 - 96 82 20

**E-Mail:** concetta.herion@sueddeutsche.de

**Agenturprovision:** 15 Prozent

### Festplatzierungen / Vorzugsplatzierungen

Vorab getätigte Reservierungen müssen innerhalb eines jeweils schriftlich fixierten Zeitraums fest gebucht werden. Wird dieser vorgegebene Zeitraum nicht eingehalten, verfällt die Reservierung automatisch. Festplatzierungen bedürfen der schriftlichen Bestätigung des Verlages.

### Umschlagseiten

Bitte beachten Sie, dass auf den Umschlagseiten ausschließlich Imagewerbung ohne Preisangaben gebucht werden kann. Der Verlag behält sich vor, die Reservierung von Umschlagseiten zurückzunehmen, falls eine Cover-Gatefolder-Buchung oder die Buchung der 1. Doppelseite vor Inhalt vorliegt.

### Beschnittzugaben

An den jeweiligen Seiten 4 mm.

Alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.; gültig ab 1. Oktober 2011.

## Sonderpreise, Rabatte und Zuschläge

### Titelübergreifende Kombirabatte

Bei Buchung von zwei oder mehreren Titeln aus unserem Portfolio innerhalb eines Jahres (Süddeutsche Zeitung Magazin, *golf spielen* und *Wohlfühlen*) bieten wir titelübergreifende Kombirabatte an. Kombirabatte mit dem Titel *golf spielen extra* sind nicht möglich. Bitte beachten Sie, dass *golf spielen* und *golf spielen extra* als ein Titel rabattiert werden!

**Buchung von 2 Titeln: 3 % Rabatt**  
**Buchung von 3 Titeln: 5 % Rabatt**  
 Dieser Rabatte sind unabhängig vom Volumen und können mit anderen Rabatten kombiniert werden.

### Rabatte

	Malstaffel	Mengenstaffel
3%	ab 3 Mal	
5%	ab 9 Mal	ab 3 Seiten
10%	ab 18 Mal	ab 6 Seiten
12%		ab 9 Seiten
15%	ab 24 mal	ab 12 Seiten
20%		ab 20 Seiten
	ab 24 Seiten auf Anfrage	

Bei Buchung aller vier Ausgaben von *golf spielen* oder *Wohlfühlen* innerhalb eines Jahres erhalten Sie zusätzlich 20 Prozent Rabatt.

### Zuschläge

- |                                       |       |
|---------------------------------------|-------|
| 1. Doppelseite vor Inhalt             | + 10% |
| 2. Doppelseite vor Inhalt             | + 5%  |
| 4. Umschlagseite                      | + 15% |
| 2. Umschlagseite                      | + 10% |
| <b>Sonderwerbeform / neues Format</b> |       |
| 1. Doppelseite von hinten             | + 10% |



sz-media.de

9

### Beratung

*golf spielen*

**Telefon:** +49 (89) 21 83 - 77 90, - 283

*Wohlfühlen*

**Telefon:** +49 (89) 21 83 - 82 20

### Abschlussrabatte der Süddeutschen Zeitung

Das Süddeutsche Zeitung Magazin übernimmt Abschlussrabatte der Süddeutschen Zeitung. Das gebuchte Volumen in den Magazinen und Supplements der Süddeutschen Zeitung trägt dabei jedoch nicht zur Erfüllung des Abschlussvolumens bei der Süddeutschen Zeitung bei.

### Einzelhandelspreis

Für Einzelhändler bieten wir besonders attraktive Preise an.

Alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.; gültig ab 1. Oktober 2011.

# Advertorials und Advertorialserien

Die Magazine der Süddeutschen Zeitung bieten ihren Kunden Advertorials als ergänzendes kreatives Element zur klassischen Kampagne an. Dabei wird das Advertorialkonzept in enger Abstimmung mit dem Kunden entwickelt und umgesetzt. Advertorials zeichnen sich durch die Wahrnehmung der Leser als Information mit einem inhaltlichen Mehrwert aus und bieten einem Produkt oder einer Marke Raum für eine individuelle und maßgeschneiderte Darstellung. Darüber hinaus ermöglichen Advertorials eine Vertiefung der Kommunikation über Gewinnspiele, Online-Verlängerungen, POS-Aktionen oder App-Integrationen.

Durch die Art der Gestaltung, die regelmäßige Präsenz im Heft und durch eine feste Platzierung entstehen ein Seriencharakter und eine besondere Nähe zu den Lesern der Magazine. Auf Wunsch konzipieren, gestalten und texten wir Advertorials und schaffen so – in enger Absprache mit dem Kunden und der Agentur – eine glaubwürdige und kompetente Kommunikation für Ihre Marke oder Ihr Unternehmen. Von der Entwicklung über Text, Gestaltung, Litho, Druck bis hin zur Umsetzung der POS-Materialien – alles aus einer Hand.

## golf spielen



## Wohlfühlen



### Beratung und Verkauf

*golf spielen*

**Telefon:** +49 (89) 21 83 - 77 90, - 283

*Wohlfühlen*

**Telefon:** +49 (89) 21 83 - 82 20

# Beilagen und Beihefter

## Beilagen

Beilagen sind den Magazinen lose beigefügte Blätter, Karten und Prospekte

### Preise und Konditionen

bis 10 g Beilage	<b>103,50 €</b> pro Tsd.
bis 20 g Beilage	<b>113,00 €</b> pro Tsd.
bis 30 g Beilage	<b>122,50 €</b> pro Tsd.
bis 40 g Beilage	<b>132,00 €</b> pro Tsd.
ab 50 g Beilage	<b>141,50 €</b> pro Tsd.

Beilagen sind nicht rabattfähig im Sinne der Anzeigenabschlüsse

### Beilagen-Formate

Minimum:	105 x 148 mm
Maximum:	195 x 254 mm

Größere Beilagen müssen nochmals gefalzt und mehrseitige Beilagen müssen geheftet bzw. geklebt werden.

### Papiergewicht bei Beilagen

Einzelblätter	mind. 115 g/m <sup>2</sup>
4 bis 6 Seiten	mind. 80 g/m <sup>2</sup>
ab 8 Seiten	mind. 60 g/m <sup>2</sup>

### Lieferanforderungen

Die Produkte müssen frei Haus, transportsicher und wettergeschützt auf Palette mindestens zehn Arbeitstage vor dem Erscheinungstermin angeliefert werden. Die Begleitpapiere müssen Angaben über das Magazin/Trägerobjekt/Titel, die Heftnummer, den Erscheinungstermin, den Kunden, den Absender/Drucker, die Anzahl der Paletten und die Gesamtstückzahl enthalten.

## Beihefter

Beihefter sind fertig anzuliefernde Drucksachen, die beim Verarbeiten fest mit dem Magazin verbunden werden.

### Preise und Konditionen

4-seitige Beihefter	<b>95,00 €</b> pro Tsd.
8-seitige Beihefter	<b>110,00 €</b> pro Tsd.
12-seitige Beihefter	<b>124,00 €</b> pro Tsd.

Umfangreichere Beihefter auf Anfrage. Die Preise können sich erhöhen, wenn die Beschaffenheit der Beihefter die Verarbeitung erschwert und Mehrkosten verursacht werden.

Beihefter sind nicht rabattfähig im Sinne der Anzeigenabschlüsse

### Papiergewicht bei Beiheftern

4-seitiger Beihefter	mind. 90 g/m <sup>2</sup>
8-seitiger Beihefter	mind. 70 g/m <sup>2</sup>
12-seitiger Beihefter	mind. 55 g/m <sup>2</sup>

Umfangreichere Beihefter auf Anfrage

### Beihefter-Formate

Die Anlieferung von Beiheftern ist im unbeschnittenen Format erforderlich. Unbeschnittenes Format: 227/219 x 279 mm (Greifferrand) wegen Kopf-/Fußanlage  
Beschnittenes Format: 215 x 274 mm  
Vorgeheftete Beihefter können nur mit einwandfrei geschlossenen Klammerschenkeln verarbeitet werden (rotationsgeheftete Beihefter sind in Heftmitte nicht zu verar-

beiten). Die Klammerposition am Beihefter muss so gestaltet sein, dass keine Kollision mit der Klammer des Trägerproduktes auftritt. Da Beschnittendifferenzen möglich sind, sollten wichtige Motivteile mindestens 5 mm von den Beschnittkanten entfernt angelegt werden.

### Besonderheiten

Beihefter, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Werbung erkennbar sind, müssen mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet werden.

### Lieferanforderungen

Die Produkte müssen frei Haus, transportsicher und wettergeschützt auf Palette mindestens zehn Arbeitstage vor dem Erscheinungstermin angeliefert werden. Die Begleitpapiere müssen Angaben über das Magazin/Trägerobjekt/Titel, die Heftnummer, den Erscheinungstermin, den Kunden, den Absender/Drucker, die Anzahl der Paletten und die Gesamtstückzahl enthalten.

### Lieferanschrift:

Print.Forum Druck GmbH  
Neulandstraße 40  
74889 Sinsheim

### Beratung

*golf spielen*

**Telefon:** +49 (89) 21 83 - 77 90, - 283

*Wohlfühlen*

**Telefon:** +49 (89) 21 83 - 82 20

**Agenturprovision:** 15 Prozent

### Auflagen und Belegungen

Die Verbreitung umfasst die Gesamtauflage des Magazins; Teilaufgaben sind auf Anfrage möglich.

### Musteranlieferung

Die endgültige Annahme jedes Auftrags ist von der Freigabe eines verbindlichen Musters durch den Verlag abhängig. Dazu sind fünf verbindliche Muster in Form, Gewicht und Beschaffenheit rechtzeitig vor der Druckfreigabe dem Verlag zur Verfügung zu stellen. Erst die Freigabe durch den Verlag bestätigt den Auftrag. Werden keine Muster angeliefert, weichen die Produkte von den Mustern ab oder bestehen rechtliche Bedenken gegen den Inhalt, kann der Verlag die Belegung ablehnen. In diesem Fall ist der volle Preis zu bezahlen.

Süddeutsche Zeitung GmbH  
Prospektbeilagen  
Hultschiner Str. 8  
81677 München

Alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.;  
gültig ab 1. Oktober 2011.

# Beikleber

Beikleber sind Postkarten und Ähnliches, die so auf eine Anzeige geklebt werden, dass sie vom Leser leicht abgenommen werden können. Post-Its können ebenfalls beigeklebt werden.

## Preise und Konditionen

Postkarten, leere Briefumschläge,  
rechteckige ungefaltete Drucksachen: **48,00 €** pro Tsd.  
Preise für Post-its: **52,00 €** pro Tsd.

Briefumschläge mit Inhalt, Booklets, Warenproben: Preis auf Anfrage nach Probelauf.

Beikleber sind nicht rabattfähig im Sinne der Anzeigenabschlüsse

## Mindestabnahme an Anzeigenraum

1/1 Seite laut jeweils gültigem Tarif in der Gesamtausgabe.

## Beikleber-Formate/-Gewichte

Mindestformat: 55 x 80 mm  
Maximalformat: 170 x 210 mm  
Höchstgewicht: 20 g

## Platzierung

Die Platzierung erfolgt innerhalb der Anzeige. Mindestens 20 mm von allen Beschnittkanten und vom Bund entfernt. Standtoleranzen bis zu 10 mm in jede Richtung beim Einkleben müssen akzeptiert werden. Parallelitätsabweichungen plus/minus fünf Prozent. Bei Postkarten wird der Leimstreifen senkrecht parallel zum Bund aufgetragen.

## Technische Besonderheiten:

Post-Its nach Rücksprache; Postkarten und Briefumschläge müssen der DIN-Norm entsprechen. Die Lasche bei Briefumschlägen muss entweder in den Umschlag eingesteckt oder mit Punktklebung fixiert sein. Postkarten müssen einwandfrei beschnitten sein. Beikleber bzw. Warenproben müssen einwandfrei verpackt, in Kartonmagazine sortiert, in einer Richtung ausgerichtet und durch Pappen geteilt sein. Warenproben müssen mindestens 15 Arbeitstage vor Erscheinungstag angeliefert werden.

## Lieferanforderungen

Die Produkte müssen frei Haus, transportsicher und wettergeschützt auf Palette mindestens zehn Arbeitstage vor dem Erscheinungstermin angeliefert werden. Die Begleitpapiere müssen Angaben über das Magazin/Trägerobjekt/Titel, die Heftnummer, den Erscheinungstermin, den Kunden, den Absender/Drucker, die Anzahl der Paletten und die Gesamtstückzahl enthalten.

## Lieferanschrift:

Print.Forum Druck GmbH  
Neulandstraße 40  
74889 Sinsheim

sz-media.de

12

## Beratung

*golf spielen*

**Telefon:** +49 (89) 21 83 - 77 90, - 283

*Wohlfühlen*

**Telefon:** +49 (89) 21 83 - 82 20

**Agenturprovision:** 15 Prozent

## Auflagen und Belegungen

Die Verbreitung umfasst die Gesamtauflage des Magazins; Teilaufgaben sind auf Anfrage möglich.

## Musteranlieferung

Die endgültige Annahme jedes Auftrags ist von der Freigabe eines verbindlichen Musters durch den Verlag abhängig. Dazu sind fünf verbindliche Muster in Form, Gewicht und Beschaffenheit rechtzeitig vor der Druckfreigabe dem Verlag zur Verfügung zu stellen. Erst die Freigabe durch den Verlag bestätigt den Auftrag. Werden keine Muster angeliefert, weichen die Produkte von den Mustern ab oder bestehen rechtliche Bedenken gegen den Inhalt, kann der Verlag die Belegung ablehnen. In diesem Fall ist der volle Preis zu bezahlen.

Süddeutsche Zeitung GmbH  
Prospektbeilagen  
Hultschiner Str. 8  
81677 München

Alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.;  
gültig ab 1. Oktober 2011.

# Technische Angaben und Datenanlieferung

## Druckvorlagen

Auftragsgrundlage ist die Vorlageninformation. Compumedia autorisiert treuhänderisch das Reproproof. Reklamationen aufgrund nicht korrekter Vorlagen können nicht anerkannt werden. Vertragspartner ist der Auftraggeber.

## Druckverfahren

Tiefdruck

## Digitale Daten

auf CD-ROM/FTP nach DIN ISO 9660

## Digitalproof

Endproof von gelieferten Daten

## Reproformat Anschnitt

1/1 Seite 215 x 274 mm + 3 mm Beschnitt

## Reproformat Satzspiegel

1/1 Seite 188 x 229,5 mm

## Inhalt Datenträger

PDF mit Fontincludng (PDF/X-1a / PDF/X-3)

## Datenträgerformat

Mac/PC

## Kennzeichnung

Ausdruck mit Inhaltsverzeichnis

## Bildauflösung

120 l/cm oder 304,8 dpi

## Text/Strich

360 l/cm; für positive und negative Schriften sowie Linien gilt eine Linienbreite von 0,25 mm

## Printerfonts

Adobe Type 1 Mac

## Flächendeckung

Tiefdruck 330 bis 340 % (TAC360 im PSR-Standard icc hinterlegt)

## Profile Tiefdruck

Downloads PSR\_SC\_Plus\_V2; (Inhalt) oder PSR\_LWC\_Plus\_V2 (Umschlag) wenn der Umschlag getrennt gedruckt wird.  
[www.eci.org](http://www.eci.org)

## Distiller-Einstellungen

[www.appl.de](http://www.appl.de)

## Technische Angaben

[www.appl.de](http://www.appl.de)

sz-media.de

13

## Beratung

**Telefon:** +49 (89) 21 83 - 94 75

**E-Mail:** [dispo-anzeigen@sueddeutsche.de](mailto:dispo-anzeigen@sueddeutsche.de)

## Lieferadresse für Druckunterlagen

Süddeutsche Zeitung GmbH  
Anzeigendisposition, 14. Stock  
Hultschiner Str. 8  
81677 München

**E-Mail:** [dispo-anzeigen@sueddeutsche.de](mailto:dispo-anzeigen@sueddeutsche.de)

1. Werbeauftrag ist der Vertrag zwischen dem Anbieter, die Süddeutsche Zeitung GmbH, und einem Werbungsreibenden oder sonstigen Inserenten („Auftraggeber“) über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder eines oder mehrerer Werbemittel in einer Druckschrift und/oder im Internet zum Zwecke der Verbreitung. Für jeden Werbeauftrag und für Folgeaufträge gelten die vorliegenden AGB sowie die im Zeitpunkt des Vertragsschlusses aktuelle Preisliste des Anbieters, deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Für die Online-Rubrikenmärkte gelten zusätzliche Geschäftsbedingungen, abrufbar unter [sueddeutsche.de/mediadaten](http://sueddeutsche.de/mediadaten). Die Gültigkeit etwaiger AGB des Auftraggebers ist, soweit sie mit diesen AGB nicht übereinstimmen, ausgeschlossen.
2. Beilagen/Rubrikenmärkte: Diese AGB gelten sinngemäß für Beilagenaufträge. Diese werden vom Anbieter grundsätzlich erst nach Vorlage eines Musters angenommen.
3. Vertragsschluss: Aufträge für Anzeigen können persönlich, telefonisch, schriftlich, per E-Mail, Telefax oder per Internet aufgegeben werden. Der Anbieter haftet nicht für Übermittlungsfehler. Der Vertrag kommt erst durch die Auftragsbestätigung des Anbieters zustande, die vorbehaltlich anderer individueller Vereinbarung zwischen Anbieter und Auftraggeber schriftlich oder per E-Mail erfolgt. Bei telefonischer Beauftragung wird eine Auftragsbestätigung nur auf ausdrücklichen Wunsch hin erteilt.
4. Ablehnung von Aufträgen: Der Anbieter ist berechtigt, Auftragsaufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses, nach sachgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, von deutschen Werberrat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für den Anbieter wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder Beilagen durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung erwecken oder Fremdanzeigen enthalten.
5. Abschluss ist ein Vertrag über die Schaltung mehrerer Anzeigen, Fremdbeilagen oder sonstiger Werbemittel unter Beachtung der von dem Anbieter angebotenen Rabattstaffeln, wobei die einzelnen rechtsverbindlichen Auftragsaufträge jeweils erst durch schriftliche oder elektronische Bestätigung des Abrufs zustande kommen. Abruf ist die Aufforderung des Auftragge-

- bers an den Anbieter, auf Grundlage eines Abschlusses eine konkrete Anzeige, Fremdbeilage oder sonstiges Werbemittel zu veröffentlichen, und die Zustellung der für die Produktion erforderlichen Texte und Vorlagen. Ist kein Erscheinungstermin vereinbart, sind Anzeigen spätestens ein Jahr nach Vertragsschluss abzurufen. Ein Abschluss über mehrere Anzeigen ist innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln. Die zahlen- und mengenmäßige Einbeziehung in einen Abschluss, für die der Tarif keinen Nachlass vorsieht, ist nicht möglich.
6. Anzeigenschluss/Erscheinungstermin: Die in der Preisliste ausgewiesenen Anzeigenschluss- und Erscheinungstermine sind für den Anbieter verbindlich. Dem Anbieter steht es frei, diese kurzfristig, dem Produktionsablauf entsprechend, anzupassen.
  7. Platzierung von Anzeigen: Anzeigen werden in bestimmten Nummern, Ausgaben oder an bestimmten Stellen der Publikation veröffentlicht, wenn dies schriftlich, auch per Telefax oder E-Mail, ausdrücklich vereinbart wird. Rubrikanzeigen werden grundsätzlich nur in der jeweiligen Rubrik abgedruckt. Sofern keine eindeutige Platzierung vereinbart ist, kann der Anbieter die Platzierung frei bestimmen. Sollte eine Anzeige innerhalb einer bestellten Ausgabe nicht platziert werden können, kann der Anbieter diese Anzeige zum gleichen Preis in einer Ausgabe mit gleichem oder größerem Verbreitungsgebiet veröffentlichen. Dies gilt nicht, wenn es für die Bestellung einer bestimmten Ausgabe einen objektiv nachvollziehbaren, dem Anbieter bekannten Grund gab (z.B. im Falle einer Anzeige für ein örtlich begrenztes Angebot).
  8. Kündigung von Aufträgen: Auftragsaufträge können nur schriftlich, per Telefax oder E-Mail gekündigt werden. Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, hat der Auftraggeber die Anzeige zu bezahlen. Ansonsten kann der Anbieter die Erstattung der bis zur Kündigung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen.
  9. Farbanzeigen: Wird bei der Anlage von Farbanzeigen auftragsgemäß auf eine Grundfarbe verzichtet, wird der Preis nicht reduziert. Bei der Beauftragung von Farbanzeigen unter der für die jeweilige Rubrik geltenden Mindestgröße wird der Preis für die jeweilige Mindestgröße berechnet.
  10. Druckunterlagen: Für die rechtzeitige Lieferung fehlerfreier Druckunterlagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für er-

- kenntbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Anbieter unverzüglich Ersatz an. Der Anbieter gewährleistet die für die belegte Ausgabe übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Druckunterlagen werden nur auf schriftliche Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt, andernfalls gehen sie in das Eigentum des Anbieters über. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet sechs Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige.
11. Abdruckhöhe von Anzeigen: Sind keine besonderen Größen vereinbart oder vorgegeben, wird die Anzeige mit der für eine solche Anzeige üblichen Höhe abgedruckt und berechnet. Weicht bei einer fertig angelieferten Druckunterlage die Abdruckhöhe von der bestellten Abdruckhöhe im Auftrag ab, gilt das Maß der abgedruckten Anzeige. Angefangene Millimeter werden dabei auf volle Millimeter nach oben gerundet.
  12. Redaktionell gestaltete Anzeigen/Texteilanzeigen: Die Aufmachung und Kennzeichnung redaktionell gestalteter Anzeigen ist rechtzeitig vor Erscheinen mit dem Anbieter abzustimmen. Der Anbieter ist berechtigt, Anzeigen, die nicht als solche zu erkennen sind, deutlich mit dem Wort „Anzeige“ zu versehen. Texteilanzeigen (Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an redaktionellen Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen) müssen sich schon durch ihre Grundstruktur vom redaktionellen Teil unterscheiden. Sind sie aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar, werden sie als Werbung deutlich kenntlich gemacht.
  13. Haftung für den Inhalt der Anzeige: Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige verantwortlich. Er stellt dem Anbieter von allen Ansprüchen Dritter wegen Urheberrechts-, Persönlichkeitsrechts-, Markenrechts- oder anderer Schutzrechtsverletzungen vollständig frei, einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverteidigung. Der Anbieter ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Anzeigenauftrag die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird der Anbieter (z.B. durch gerichtliche Entscheidung) zum Abdruck einer Gegendarstellung o.Ä. verpflichtet, hat der Auftraggeber die Kosten nach der gültigen Anzeigenpreisliste zu tragen.
  14. Probeabzüge werden erst ab einer Größe von 50 Anzeigenmillimetern und nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Anbieter berücksichtigt Korrekturen, die ihm innerhalb der von ihm gesetzten Fristen mitgeteilt werden, andernfalls gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt. Dabei trägt der Auf-

- traggeber die Verantwortung für die Richtigkeit der korrigierten Probeabzüge.
15. Anzeigenbeleg: Der Anbieter liefert auf Wunsch mit der Rechnung einen Anzeigenbeleg in Kopie. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, tritt an seine Stelle eine Bescheinigung des Anbieters über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige. Originalbelege werden nur gegen Berechnung geliefert. Komplette Belegexemplare liefert der Anbieter auf Anfrage nur ab vierteiligen Anzeigen.
  16. Chiffreanzeigen: Zuschriften auf Chiffreanzeigen werden bis vier Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige zur Abholung bereitgehalten bzw. dem Auftraggeber auf normalem Postwege zugesandt (auch wenn es sich um Express- oder Einschreibesendungen handelt) bzw. im Falle von E-Mails weitergeleitet. Nach Ablauf dieser Frist werden die Zuschriften vernichtet. Zuschriften mit einem Gewicht von mehr als 500 Gramm oder einem größeren Format als DIN A4 sowie Waren-, Bücher-, Katalog- und Werbesendungen sowie Päckchen/Pakete sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nur zur Abholung aufbewahrt. Der Anbieter behält sich vor, offensichtlich gewerbliche Offerten nicht weiterzuleiten, wenn keine ausdrückliche schriftlicheweisung des Auftraggebers zur Weiterleitung erteilt wird. Der Auftraggeber kann den Anbieter berechnigen, Zuschriften an stelle und im erklärten Einverständnis des Auftraggebers zu öffnen.
  17. Anzeigenrechnungen sind innerhalb von 10 Tagen nach Rechnungserhalt ohne Abzug zu bezahlen. Bei Zahlung sofort nach Rechnungserhalt besteht ein Anspruch auf 2 % Skonto, sofern ältere Rechnungen nicht überfällig sind. Im Falle einer oder mehrerer vorliegender Zuschriften wird Skonto erst nach deren Abzug gewährt. Bei Zahlungsverzug werden sämtliche offestehenden Rechnungen bzw. Nachberechnungen zur sofortigen Zahlung fällig. Bei Stundung oder Zahlungsverzug werden Zinsen entsprechend § 288 BGB berechnet. Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber. Der Anbieter kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Anbieter berechtigt, auch während der Laufzeit eines Abschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen abweichend von einem ursprünglich vereinbarten Zahlungsziel von der Vorauszahlung des

Anzeigenentgelts und vom Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Bei telefonischer Auftragsannahme werden Aufträge von Anzeigenkunden ohne Abschluss mittels Einzugeremächtigung abgewickelt; die Abbuchung erfolgt sofort nach Rechnungsdatum ohne Abzug. Fehlerhafte Anzeigenrechnungen können innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung korrigiert werden. Der Auftraggeber ist zur Aufrechnung mit Gegenansprüchen nur berechtigt, wenn seine Gegenansprüche rechtskräftig festgestellt und nicht bestritten sind.

18. Anzeigenaufträge aus dem Ausland:  
Bei Ländern mit Auslandsvertretung des Anbieters erfolgt die Zahlung und Abwicklung nach diesen Geschäftsbedingungen. Bei Ländern ohne Auslandsvertretung ist Vorauszahlung erforderlich, bevorzugt über Kreditkarte (Euro/Mastercard, American Express oder Visa Card). Ein ausländischer Kunde muss seine Umsatzsteuer-Identifikationsnummer (USt-ID-Nr.) oder seinen Unternehmernachweis oder seine Befreiung von der deutschen Umsatzsteuer zusammen mit dem Werbeauftrag vorlegen. Ist der Werbeauftrag nicht mehrwersteuerpflichtig, erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung. Der Anbieter ist zur Nachberechnung der Mehrwertsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Steuerpflicht der Anzeige bejaht.
19. Satzkosten:  
Kosten für die Anfertigung bestellter Vorlagen, Filme oder Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber.
20. Rubrikpreise:  
Anzeigen werden vom Anbieter nach ihrem inhaltlichen Sinngehalt rubriziert. Wird eine Anzeige durch den Auftraggeber für eine hiervon abweichende Rubrik in Auftrag gegeben, so gilt dennoch der Preis, den die Anzeige bei korrekter Platzierung gekostet hätte. Ist der Preis der vom Auftraggeber gewünschten abweichenden Rubrik höher als der Preis bei korrekter Platzierung, so gilt der erhöhte Preis.
21. Abweichende Preise:  
Für Anzeigen in Verlagsbeilagen und redaktionell gestaltete Anzeigen, Anzeigen in Sonderveröffentlichungen und Kollektiven sowie für Anzeigen, welche nach Anzeigenschluss verkauft werden, kann der Anbieter von der Preisliste abweichende Preise festlegen.
22. Lokalpreise:  
Der Lokalpreis wird nur für direkt geschaltete Emp-

fehlungsanzeigen von Firmen des in Bayern ansässigen Handels, Handwerks und Gewerbes gewährt, worunter auch selbstständig werbende Filialbetriebe fallen. Diese Teilbelegungen der Süddeutschen Zeitung sind nicht für Rubrikenanzeigen und Markenwerbung möglich. Nicht ortsansässige Unternehmen können eine Teilbelegung für zeitlich begrenzte, lokale Aktionen und Dienstleistungen innerhalb des Wirtschaftsraumes München/Bayern nutzen. Für Anzeigen ohne die genannten Kriterien ist ausschließlich die Belegung der Gesamtausgabe möglich. Preise für die Wochenend-Ausgabe: Die in der Preisliste ausgewiesenen Samstagspreise beziehen sich ausschließlich auf die Wochenend-Ausgabe, auch wenn diese an einem anderen Tag als Samstag erscheint.

23. Rabattszusammenschlüsse:  
Für die Gewährung eines Rabattszusammenschlusses für Tochtergesellschaften ist der schriftliche Nachweis einer mehr als 50-prozentigen Kapitalbeteiligung erforderlich. Der Anbieter gewährt Rabattszusammenschlüsse nur bei privatwirtschaftlich organisierten Unternehmen (daher u.a. nicht bei selbstständigen hoheitlichen Organisationen oder Körperschaften des öffentlichen Rechts).
24. Boni:  
Für Anzeigen im Stellenmarkt erhalten Personalagenturen und Personalberater auf Anfrage Boni. Sämtliche Boni verstehen sich als freiwillige Leistung des Anbieters; ein Anspruch darauf besteht nicht.
25. Gewährleistung:  
Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln innerhalb von zwei Wochen nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel müssen Kaufleute spätestens ein Jahr nach Veröffentlichung der Anzeige reklamieren. Zusätzlich haben Kaufleute die Entdeckung eines etwaigen nicht offensichtlichen Mangels innerhalb von zwei Wochen anzuzeigen. Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige, trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckunterlagen und rechtzeitiger Reklamation, kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige verlangen. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Anbieter mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Anbieter eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert er die Nacherfüllung, ist die Nacherfüllung dem Auftraggeber nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsminderung in dem Ausmaß gel-

tend zu machen, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten verjähren 12 Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige.

26. Haftung:  
Der Anbieter haftet für vorsätzlich oder grob fahrlässig verursachte Schäden, für Schäden aus schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie für Schäden aufgrund mindestens leicht fahrlässiger Verletzung einer Pflicht, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Werbeauftrags überhaupt erst ermöglicht, deren Verletzung die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet und auf deren Einhaltung der Auftraggeber regelmäßig vertraut. Die Schadenersatzpflicht ist – abgesehen von der Haftung für Vorsatz und schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit – auf den vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Schaden begrenzt. Im Übrigen sind Schadenersatzansprüche gegen den Anbieter unabhängig vom Rechtsgrund ausgeschlossen. Soweit die Haftung des Anbieters nach den vorstehenden Regelungen ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung ihrer Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen. Die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt hiervon unberührt. Schadenersatzansprüche von Kaufleuten gegen den Anbieter verjähren, abgesehen von Ansprüchen aus unerlaubter oder vorsätzlicher Handlung, in 12 Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von den den Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen. Beachtet der Auftraggeber die Empfehlungen des Anbieters zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen nicht, stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu. Dies gilt auch, wenn er sonstige Regelungen dieser AGB der Preisliste nicht beachtet. Der Auftraggeber haftet dafür, dass übermittelte Dateien frei von Viren sind. Dateien mit Viren kann der Anbieter löschen, ohne dass der Auftraggeber hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Anbieter behält sich Ersatzansprüche vor, wenn die Viren Schäden verursachen. Der Anbieter wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Anbieter unverschuldeten Arbeitskampfmassnahmen von der Verpflichtung zur Auftragsbefreiung frei. Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungtreibenden an die Preisliste des Anbieters zu halten. Die vom Anbieter gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kundennetto, also

- nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelnachlass. Die Vermittlungsprovision wird nicht auf Privatpreise gewährt und fällt nur bei Vermittlung von Aufträgen Dritter an. Sie wird nur an vom Anbieter anerkannte Werbeagenturen vergütet unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von der Werbeagentur erteilt wird, ihr die Beschaffung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt und eine Gewerbeanmeldung als Werbeagentur vorliegt. Dem Anbieter steht es frei, Aufträge von Werbeagenturen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agenturtätigkeit oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Anzeigenaufträge durch Werbeagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag daher im Zweifel mit der Werbeagentur zustande. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung des Werbungtreibenden vereinbart werden. Der Anbieter ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.
27. Schlussbestimmungen:  
Sollten eine oder mehrere Bestimmungen des Werbeauftrags/dieser AGB unwirksam sein oder werden, so wird dadurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts und unter Ausschluss von Kollisionsrecht. Erfüllungsort ist München. Gerichtsstand für Klagen gegen Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliche Sondervermögen ist München.
28. Datenschutz  
Der Anbieter speichert im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die Kundendaten mithilfe der elektronischen Datenverarbeitung. Ihre freiwilligen Angaben werden zusammen mit den für die Abwicklung des Geschäftsvorfalles erforderlichen Angaben von uns und den Vernehmten der Süddeutscher Verlag Mediengruppe sowie unseren Dienstleistern für Marketingzwecke genutzt, um interne Marktforschung zu betreiben und um Sie über Produkte und Dienstleistungen zu informieren, die für Sie von hohem Interesse sein können, es sei denn, Sie haben bereits Widerspruch eingelegt. Sollten Sie dies jedoch nicht wünschen, können Sie uns das jederzeit schriftlich an folgende Adresse mitteilen: Süddeutsche Zeitung GmbH, Anzeigenservice, Hultschinger Str. 8, 81677 München.

# So erreichen Sie uns

## Redaktionsleitung

Ludwig Rembold

**Telefon:** +49 (89) 21 83 - 391

**Fax:** +49 (89) 21 83 - 96 391

**E-Mail:** ludwig.rembold@sueddeutsche.de

## Anzeigenleitung

Anne Sasse

**Telefon:** +49 (89) 21 83 - 85 28

**Fax:** +49 (89) 21 83 - 93 29

**E-Mail:** anne.sasse@sueddeutsche.de

## Stellvertretende Anzeigenleitung

Pamela Knötzinger

**Telefon:** +49 (89) 21 83 - 95 53

**Fax:** +49 (89) 21 83 - 93 29

**E-Mail:** pamela.knoetzing@sueddeutsche.de

## Anzeigenverkauf

### golf spielen

Stefan Rihacek (Verkaufsleitung)

**Telefon:** +49 (89) 21 83 - 87 86

**E-Mail:** stefan.rihacek@sueddeutsche.de

Service-Team

**Telefon:** +49 (89) 21 83 - 77 90, - 291

**E-Mail:** golfspielen@sueddeutsche.de

### Wohlfühlen

Concetta Herion (Verkaufsleitung)

**Telefon:** +49 (89) 21 83 - 82 20

**E-Mail:** concetta.herion@sueddeutsche.de

## Anzeigendisposition

**Telefon:** +49 (89) 21 83 - 84 84

**Fax:** +49 (89) 21 83 - 699

**E-Mail:** dispo-anzeigen@sueddeutsche.de

## Technische Angaben

Georg Berg (Indigo Design)

**Telefon:** +49 (8165) 67 284

**Fax:** +49 (8165) 67 286

**E-Mail:** info@indigodesign.de

## Repräsentanten in den Nielsen-Gebieten

### Nielsen 1

Süddeutsche Zeitung GmbH

Büro München

Hultschiner Straße 8

81677 München

Susanne Rihacek

**Telefon:** +49 (89) 21 83 - 85 12

**E-Mail:** susanne.rihacek@sueddeutsche.de

### Nielsen 2

Süddeutsche Zeitung GmbH

Büro Düsseldorf

Krahngasse 23

40668 Meerbusch

Natalie Wesemann-Otte

**Telefon:** +49 (2150) 91 04 76

**E-Mail:** natalie.wesemann-otte@sueddeutsche.de

### Nielsen 3a

Süddeutsche Zeitung GmbH

Büro Frankfurt

Kleiner Hirschgraben 8

60311 Frankfurt

Katrin Göldner

**Telefon:** +49,(0)69.74349352

**E-Mail:** katrin.goeldner@sueddeutsche.de

### Nielsen 3b

Süddeutsche Zeitung GmbH

Büro München

Zweibrückenstr. 5-7

80331 München

Anita Horvath

**Telefon:** +49 (89) 23 88 - 74 21

**E-Mail:** anita.horvath@sueddeutsche.de

### Nielsen 4

Süddeutsche Zeitung GmbH

Büro München

Hultschiner Straße 8

81677 München

Julia Fischer

**Telefon:** +49 (89) 21 83 - 95 07

**E-Mail:** julia.fischer@sueddeutsche.de

### Nielsen 5 bis 7

Süddeutsche Zeitung GmbH

Büro München

Hultschiner Straße 8

81677 München

Susanne Rihacek

**Telefon:** +49 (89) 21 83 - 85 12

**E-Mail:** susanne.rihacek@sueddeutsche.de

## Verlagsvertretungen im Deutschsprachigen Ausland

### Österreich

Publicitas GmbH

Nordbahnstraße 36/0.3

A-1020 Wien

**Telefon:** 43 (1) 21 15 30

**Fax:** +43 (1) 21 21 603

**E-Mail:** vienna@publicitas.com

### Schweiz

Affinity-PrimeMEDIA Ltd

Route Mollie-Margot 1, CP 20

CH-1073 Savigny

**Telefon:** +41 (2) 17 81 08 50

**Fax:** +41 (2) 17 81 08 51

**E-Mail:** e.favre@affinity-primemedia.ch