

Anzeigenpreisliste Nr. 22
Gültig für die Ausgaben
1-12/2011

Freizeit, Freiheit, Leidenschaft.

REISEMOBIL INTERNATIONAL
Europas faszinierendes
Wohnmobil-Magazin.



DoldeMedien
VERLAG GMBH



Druckauflage: 92.000
(3. Quartal 2010)

Anzeigenpreisliste Nr. 22

Ansprechpartner

Verlag:

Doldemedien Verlag GmbH
Postwiesenstr. 5 A
70327 Stuttgart
Telefon: 0711/13466-90
Telefax: 0711/13466-96
anzeigen@doldemedien.de
www.doldemedien.de

Anzeigenleitung:

Sylke Wohlschiess
Telefon: 0711/13466-92
wohlschiess@doldemedien.de

Anzeigenberatung:

Martin Mowitz
Telefon: 0711/13466-97
mowitz@doldemedien.de
Roland Trotzko
Telefon: 0711/13466-95
trotzko@doldemedien.de

Druckunterlagen/backoffice

Claudia Balders
Telefon: 0711/13466-91
balders@doldemedien.de

Bankverbindung:

Untertürkheimer Volksbank
Konto-Nr. 18919 006 , BLZ
600 603 96

Zahlungsbedingungen:

Zahlbar nach Rechnungsdatum

innerhalb 7 Tagen

mit 2% Skonto oder innerhalb 14 Tagen ohne
Abzug. 3% Skonto bei Bankabbuchung.

Erscheinungsweise:

monatlich; jeweils am 2. Freitag des Vormonats
(s. Tabelle auf Seite 5)

Anzeigenpreise und Rabatte

Anzeigenpreise und -formate für Seitenteile

s. Tabelle auf Seite 4

Anzeigenpreise und -formate für Millimeteranzeigen

Millimeterpreis 1 mm Höhe einspaltig:

schwarz-weiß:	€ 3,60
Schmuckfarbe:	€ 4,30
vierfarbig:	€ 5,80
Breite einspaltig:	43 mm
Breite zweisepaltig:	90 mm
Höhe:	variabel
Mindesthöhe:	10 mm

Anzeigenpreise und -formate für Fließtextanzeigen

gewerblich pro Zeile:	€ 6,70
Farbfoto:	€ 15,-
Chiffregebühr:	€ 10,-

Fließtext wird vom Verlag in festgelegter Schrift
gesetzt, keine Logos, kein Rahmen, keine freie
Gestaltung möglich. Rabattierung im Rahmen
der **Rabattübertragung bei Abschluss gestalteter
Anzeigen**. Fließtext-Anzeigen werden nicht zum
Abschluss addiert.

Rabattstafel

für gestaltete Anzeigen, bei Abnahme innerhalb
des Abschlussjahres, das mit Erscheinen der ersten
Anzeige beginnt und 12 Ausgaben dauert:

Malstaffel

ab 3 Anzeigen	3 %
ab 6 Anzeigen	5 %
ab 9 Anzeigen	10 %
ab 12 Anzeigen	15 %
ab 24 Anzeigen	20 %

Mengenstaffel

ab 3 Seiten	5 %
ab 6 Seiten	10 %
ab 9 Seiten	15 %
12 Seiten	20 %
15 Seiten	22 %
ab 18 Seiten	23 %
ab 24 Seiten	25 %

Kombinationsrabatt

zusätzlich 10 % pro Titel bei zeitgleicher
Belegung von CAMPING, CARs & CARAVANS
(Formatunterschied maximal 50 %).

Druckunterlagen:

Sämtliche Anzeigen müssen in digitaler Form als
Print-PDF angeliefert werden, per E-Mail an
druckunterlagen@doldemedien.de.

**Ausführliche technische Informationen ab Seite 6,
Anliefertermine auf Seite 5.**

REISEMOBIL INTERAKTIV

Das digitale Magazin, alle 14 Tage, die optimale
Ergänzung zum gedruckten REISEMOBIL INTERNA-
TIONAL. Ausführliche Informationen und Preise
telefonisch anfordern unter 0711/13466-91 oder
unter [http://www.reisemobil-international.de/
reisemobil-interaktiv/](http://www.reisemobil-international.de/reisemobil-interaktiv/)



Sonderinsertionsformen

Kreuzwörtertsel

einmal pro Ausgabe, 2/1 Seite 4c:
Preis incl. kompletter Produktion: € 1.650,-.
Bei paralleler Schaltung in CAMPING, CARS & CARAVANS: 10% Kombinationsrabatt, keine sonstigen Rabatte. Agenturvergütung wird gewährt.
Detaillierte Informationen zur Abwicklung senden wir Ihnen gerne per E-Mail.

Titelseiten-Booklet

Alle Informationen gerne auf Anfrage.

Titelseiten-Klappumschlag an 2. Umschlagseite

Alle Informationen gerne auf Anfrage.

Postkarten-Beihefter mit Perforation

Alle Informationen gerne auf Anfrage.

CD-Belegung

€ 200,-/angefangenes MB Speicherplatz.
Detaillierte Informationen gerne auf Anfrage.

Online-Werbung

Fullsize-Banner: € 200,-/Woche
Halfsize-Banner: € 150,-/Woche
Ausführliche Online-Preisliste telefonisch anfordern unter 0711/13466-91 oder unter http://www.doldemedien.de/_verlag/zeitschriften1.html

Beilagen, Beihefter, Beikleber

Alle Preise für Beilagen, Beihefter und Beikleber verstehen sich je angefangenes Tausend bei maschineller Verarbeitbarkeit, jew. zzgl. ges. MwSt.
Aufpreise bei manueller Verarbeitung. Beilagen,

Beihefter und Beikleber werden nicht rabattiert, Agenturvergütung wird gewährt. Für die Abo-Auflage fallen zusätzliche Postgebühren an (Details auf Anfrage). Teilaufgaben nach Bundesländern oder Nielsen-Gebieten sind möglich (NICHT für die Trägeranzeige bei Beiklebern!); Mindestauflage: 20.000 Exemplare. Beilagen, Beihefter und Beikleber dürfen keine Anzeigen oder sonstige bezahlte Elemente anderer Firmen enthalten.

Ausführliche technische Informationen senden wir Ihnen gerne per E-Mail. Rechtzeitig vor Auftragserteilung erbitten wir ein (Blind)Muster zur Prüfung der Verarbeitungsmöglichkeiten.

Anlieferung frei Haus spätestens 8 Tage nach Anzeigenschluss an: H. Wennberg GmbH, Wareneingang Konradin Druck, Herrn Jerke, Steinbeisstr. 54-58, 71665 Vaihingen/Enz.
Bitte unbedingt unsere Absetzvorgaben beachten (erhalten Sie mit der Auftragsbestätigung).

Beilagen

Beilagen sind lose in der Zeitschrift liegende Druckerzeugnisse.
bis 10 Gramm: € 48,-
11 bis 20 Gramm: € 55,-
21 bis 30 Gramm: € 63,-
jedes weitere Gramm: zusätzlich € 0,70
Höchstformat: 190 mm breit x 260 mm hoch
Mindestformat: 105 mm breit x 148 mm hoch (DIN A6)

Maxi-Beilage

Am Kopf 20 mm überstehende Beilage, nur 1x pro Ausgabe möglich.

Mehrkosten: € 8,60
(jeweils addiert zum regulären Beilagen-Tausenderpreis)

Format: 190 mm breit x 300 mm hoch

Beihefter

Beihefter sind fest in der Zeitschrift integrierte Druckerzeugnisse.

bis 10 Gramm: € 63,-
11 bis 20 Gramm: € 72,-
21 bis 30 Gramm: € 82,-
jedes weitere Gramm: zusätzlich € 0,90

Anlieferung: gefalzt und unbeschnitten.

Beikleber

Beikleber sind Druckerzeugnisse oder Gegenstände, die auf einer 1/1-seitigen Trägeranzeige aufgeklebt werden. Aufklebung auf kleineren Formaten ist nicht möglich.

Postkarte: € 27,-
CD/DVD: € 49,-
„Scheckkarte“
(Plastik oder fester Karton): € 55,-
Booklet bis 10 Gramm: € 41,-
Booklet 11 bis 20 Gramm: € 46,-
Booklet 21 bis 30 Gramm: € 51,-
jedes weitere Gramm: zusätzlich € 0,50

Weitere Sonderinsertionsformen auf Anfrage.



Anzeigenpreise

Größe in Seitenteilen	Grundpreise			
	schwarz-weiß	Schmuckfarbe*	4-farbig	
2/1	6.820,-- €	8.190,-- €	11.120,-- €	
1/1	3.410,-- €	4.095,-- €	5.560,-- €	
3/4	hoch	2.560,-- €	3.075,-- €	
	quer			4.170,-- €
1/2	hoch	1.705,-- €	2.050,-- €	
	quer			2.780,-- €
1/4	einspaltig	855,-- €	1.025,-- €	
	zweispaltig			1.390,-- €
	vierspaltig			
1/8	einspaltig	430,-- €	515,-- €	
	zweispaltig			695,-- €
	vierspaltig			
1/16	hoch	215,-- €	260,-- €	
	quer			350,-- €

Anzeigenformate

Größe in Seitenteilen	Satzspiegelanzeigen (keine Schnittreserve)	Angeschnittene Anzeigen (Schnittreserve ringsum 5 mm)
	Breite mm x Höhe mm	Breite mm x Höhe mm
2/1	395 x 252	420 x 280
1/1	184 x 252	210 x 280
3/4	hoch	137 x 252
	quer	184 x 184
1/2	hoch	90 x 252
	quer	184 x 124
1/4	einspaltig	43 x 252
	zweispaltig	90 x 124
	vierspaltig	184 x 60
1/8	einspaltig	43 x 124
	zweispaltig	90 x 60
	vierspaltig	184 x 30
1/16	hoch	43 x 60
	quer	90 x 30

Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen.

Bei 2/1 besondere Anweisungen für den Seitenaufbau beachten (Motivüberlappung im Bund)! Siehe detaillierte technische Angaben ab Seite 6.

*Schmuckfarben werden aus max. 2 der Euro-Skala-Farben cyan, magenta, yellow zusammengesetzt.



Terminplan 2011

Ausgabe	Erstverkaufstag	Anzeigenschluss/ Druckunterlagentermin
01/2011	10. Dezember 2010	17. November 2010
02/2011	14. Januar 2011	17. Dezember 2010
03/2011	11. Februar 2011	19. Januar 2011
04/2011	11. März 2011	16. Februar 2011
05/2011	15. April 2011	18. März 2011
06/2011	13. Mai 2011	15. April 2011
07/2011	10. Juni 2011	18. Mai 2011
08/2011	15. Juli 2011	22. Juni 2011
09/2011	10. August 2011	20. Juli 2011
10/2011	16. September 2011	19. August 2011
11/2011	14. Oktober 2011	21. September 2011
12/2011	11. November 2011	19. Oktober 2011
01/2012	16. Dezember 2011	23. November 2011



Technische Angaben

Farbanzeigen: Europa-Skala DIN 16539

Der eventuelle Verzicht der Grundfarbe bei der Anlage von Farbanzeigen ist ohne Einfluss auf die Berechnung der Anzeigen. Sonderfarben und Farbtöne, die nicht mit den Farben der verwendeten Farbskala erreichbar sind, werden gesondert berechnet. Einzelheiten auf Anfrage. Geringe Tonwertabweichungen sind im Toleranzbereich des Druckverfahrens begründet. Der Farbzuschlag wird rabattiert.

Anzeigenarten: Generell wird zwischen Satzspiegel- und Anschnittanzeigen (oder auch „randabfallenden“ oder „angeschnittenen“ Anzeigen) unterschieden. Satzspiegelanzeigen berühren keinen Rand einer Seite, sondern stehen in unterschiedlichen Größen im Bereich des Satzspiegels. Anschnittanzeigen berühren einen oder mehrere Ränder einer Seite und benötigen deshalb an den Berührungsseiten eine Beschnittzugabe von 5 mm. Dies ist technisch bedingt, denn die Zeitschriftenseiten werden nach dem Druck auf das Endformat zugeschnitten.

Satzspiegelanzeigen: Das jeweilige Format entnehmen Sie bitte der Tabelle auf Seite 4. Bei der

Gestaltung können Sie das von Ihnen gewählte Format vollständig ausnutzen. Legen Sie keine Beschnittzugabe an.

Anschnittanzeigen: Generell auf das Anschnittformat der Anzeige anlegen und auf allen Seiten, die einen Rand oder den Bund berühren, zusätzlich 5 mm Beschnitt hinzufügen. Relevante Inhalte der Anzeigen müssen 10 mm von den Rändern des Anschnittformats der Anzeige entfernt sein.

Bunddurchdruck: Anzeigen, die über den Bund laufen, müssen einen besonderen Aufbau aufweisen. Die visuelle Beeinträchtigung entsteht durch die Bundkrümmung: Ein Teil des Motivs wird durch die Art der Bindung in den Bund „hineingezogen“. Dies muss bei der Gestaltung und Anlage der Anzeige folgendermaßen berücksichtigt werden. Im Bund muss eine Motivwiederholung (Motivüberlappung) von 3 mm pro Seite angelegt sein, das heißt: Eventuell über den Bund laufende Bildmotive müssen jeweils 3 mm nach außen versetzt werden. Innen darf dabei aber kein weißer Rand entstehen, die üblichen 5 mm Beschnitt müssen auch hier bestehen bleiben. Über den Bund lau-

fende Überschriften müssen ebenfalls im Bundbereich um jeweils 3 mm auseinandergezogen werden. Die beiden Seiten der Anzeige müssen als Einzelseiten angeliefert werden.

Bitte beachten Sie auch unbedingt, dass alle anderen relevanten Anzeigenbestandteile einen ausreichenden Abstand von 10 mm zum Bund und zu den Rändern einhalten müssen!

Wir bitten um Verständnis, dass der Verlag nicht korrekt angelieferte Dateien nicht eigenmächtig korrigieren kann und darf.

Wenn Sie mit einer unveränderten Anzeige in mehreren unterschiedlichen Magazinen werben wollen (die meistens leicht unterschiedliche Formate haben), so ist das kleinste Anzeigenformat der gewählten Magazine für die Größe Ihrer Anzeige maßgeblich. Vergrößern lassen sich die meisten Motive leicht, beim Verkleinern einer Anzeige besteht aber die Gefahr, dass relevante Bestandteile Ihrer Anzeigen abgeschnitten werden.



Datenanlieferung: Grundsätzlich müssen sämtliche Anzeigen als hochauflösende Print PDF Dateien im PDF/X Standard angeliefert werden (bitte fordern Sie unsere ausführliche Anleitung für die notwendigen Acrobat Distiller Einstellungen an!).

Angelieferte offene Dateien in den unten aufgelisteten Software-Standards verursachen zusätzlichen Aufwand, der zu Selbstkostenpreisen berechnet werden muss.

Offene Dateien immer mit allen Schriften und allen platzierten Elementen anliefern!

Datenträger:

CD-ROM (Apple Macintosh lesbar)

DVD (Apple Macintosh lesbar)

Datenübertragung per ftp:

Auf Anfrage erhalten Sie genaue Zugangsinformationen für unseren ftp-Server

Komprimierung:

Aladdin DropStuff, WinZip, SmartZip

E-Mail: druckunterlagen@doldemedien.de

Informationen für offen angelieferte Dateien

Software Standards (Apple):

Adobe Illustrator bis CS3

Adobe InDesign bis CS3

Adobe Photoshop bis CS3

Schriften: Alle verwendeten Schriften, insbesondere bei EPS-Dateien, müssen vollständig im Dateiordner beigelegt sein, alternativ Schriften in Pfad/Vektoren umwandeln.

Dateien: Dateiaufbau in CMYK-Farben, Sonderfarben in ihren CMYK-Entsprechungen anlegen. Dateien für Apple Macintosh lesbar sichern.

Grafiken/Bilder: Alle platzierten Dateien müssen unbedingt beigelegt sein. Zulässige Bildformate: EPS oder TIFF im CMYK-Format, min. 300 dpi bei 100%. Die Auflösung von Internetbildern ist zum Drucken nicht ausreichend!

Andrucke/Proofs: Von jeder zu belichtenden Seite wird ein farbverbindlicher Andruck benötigt. Farbdrucke von Fotokopierern sind nicht druckverbindlich.

Gewährleistung: Nur die Daten, die auf dem Datenträger vorhanden sind, können weiterverarbeitet werden. Für Abweichungen (Texte, Bilder, Farben) übernimmt der Verlag keine Haftung.

Sonstiges: Arbeiten an fehlerhaft angelieferten Dateien müssen nach Aufwand zu Selbstkostenpreisen berechnet werden.

Druckverfahren:

Rollenoffset, Raster: 70 Linien pro cm

Bindung: Klebebindung

Druckfolge für Farbanzeigen:

Schwarz, Blau, Rot, Gelb

Heftformat: 210 mm breit x 280 mm hoch



Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

5. Betr. Textzeilenanzeigen. Unzutreffend.

6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärmaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist.

7. 1. Absatz betr. Textzeilenanzeigen. Unzutreffend.

8. Der Verlag behält sich vor, Aufzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden.

Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen,

die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschriften erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen.

Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unerlässlichen, unrichtigen oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt.

Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb

der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

12. Sind keine besonderen Großenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abbruchhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt.

Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen.

Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Der Verlag liefert mit der Rechnung einen Anzeigenbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen (Datensätze) sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderung ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird.

Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigter Mangel, wenn sie

bei einer Auflage bis zu	50 000 Exemplaren	20 v. H.,
bei einer Auflage bis zu	100 000 Exemplaren	15 v. H.,
bei einer Auflage bis zu	500 000 Exemplaren	10 v. H.,
bei einer Auflage über	500 000 Exemplaren	5 v. H.

beträgt.

Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

18. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein.

Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

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

20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.

Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz.

Ist der Wohnsitz der gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Im DoldeMedien Verlag erscheinen außerdem:



Schöner wohnen, besser reisen, mehr erleben.

CAMPING, CARS & CARAVANS

erscheint monatlich.

Druckauflage

3. Quartal 10: 55.000 Expl.

Die Zielgruppe: Caravaner und alle, die es werden wollen.



Der Stellplatzführer. Das Standardwerk für alle mobil Reisenden.

Der **BORDATLAS** erscheint jährlich (November). Druckauflage: 65.000 Expl.

Die Zielgruppe: Reisemobil- und Caravanfahrer.



Die Fachzeitschrift für die Campingbranche

CampingImpulse erscheint zweimonatlich.

Druckauflage: 1.700 Expl., nur Direktbezug.

Die Zielgruppe: innovative Camping-Unternehmer.