

telemonat

Deutschlands größte monatliche Hotel-TV-Programmzeitschrift

Preisliste Nr. 13

Gültig ab 1.4.2015

1,5 Mio. Gäste aus ca. 2.000 Hotels mit monatlich insgesamt 5 Mio. Übernachtungen informieren sich im Telemonat über das TV-Programm.

Jeder Telemonat wird durchschnittlich von 8,4 Hotelgästen gelesen.

Tausend-Gäste-Kontakt-Preis (1/1 Seite 4c mit Anschnitt) - ca. EUR 3,00

a&c Druck und Verlag GmbH

Waterloohain 6-8, 22769 Hamburg

E-Mail: kontakt@auc-hamburg.de

www.telemonat.de

telemonat

Anzeigenpreise, Formate, Rabatte

Anzeigengröße in Seitenteilen	Satzspiegel		mit Anschnitt ¹⁾		Preise in EUR	Nachlässe bei Abnahme innerhalb eines Jahres
	Breite mm	Höhe mm	Breite mm	Höhe mm		
1/1	133	190	148,5	210	3.750,00	Malstaffel: ab 3 Anzeigen 2% ab 6 Anzeigen 5% ab 9 Anzeigen 10% ab 12 Anzeigen 15%
3/4 quer	133	142	148,5	152	2.850,00	
2/3 quer	133	126	148,5	136	2.600,00	
1/2 hoch	65	190	72,75	210	2.000,00	Mengenstaffel: ab 1 Seite 2% ab 3 Seiten 5% ab 6 Seiten 10% ab 12 Seiten 15%
quer	133	95	148,5	105		
1/3 quer	133	65	148,5	75	1.400,00	
1/4 zweispaltig	65	95	72,75	105	1.075,00	
quer	133	47,5	148,5	58,5		

Platzierungszuschläge:

1. Umschlagseite + 50 %, 2. Umschlagseite + 10%,

3. Umschlagseite + 10%, 4. Umschlagseite + 25%, Panoramaseite + 30%.

Anschnittzuschlag: 10%, nicht rabattierbar

¹⁾ 4 mm Beschnittzugabe berücksichtigen.

Weitere Formate auf Anfrage.

Die Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Es kann nur eine der beiden Rabattstaffeln zur Anwendung kommen.

a&c Specials:

Beilagen Holographien
 Beihefter Sonderfarben
 Warenproben CDs etc.
 Sonderwünsche erfüllen wir gerne. Fragen Sie uns.

Termine:

Erscheinungsweise: Monatlich zum Ultimo
 des Vormonats
 Programm-Berichtszeitraum: Monatlich
 Anzeigenschluss: 15. des Vormonats

Technische Daten:

Heffformat: 148,5 x 210 mm
 Druckverfahren: Rollenoffsetdruck

Druckvorlagen:

Dateiformate:

- Druckfähiges PDF
- TIF-Dateien* (Bilddateien aus Photoshop)
- EPS-Dateien* (Bilddateien aus FreeHand, Illustrator)
- JPG-Dateien* (kompr. Bilddateien)

***Bilddateien bitte mind. 300 dpi Auflösung**

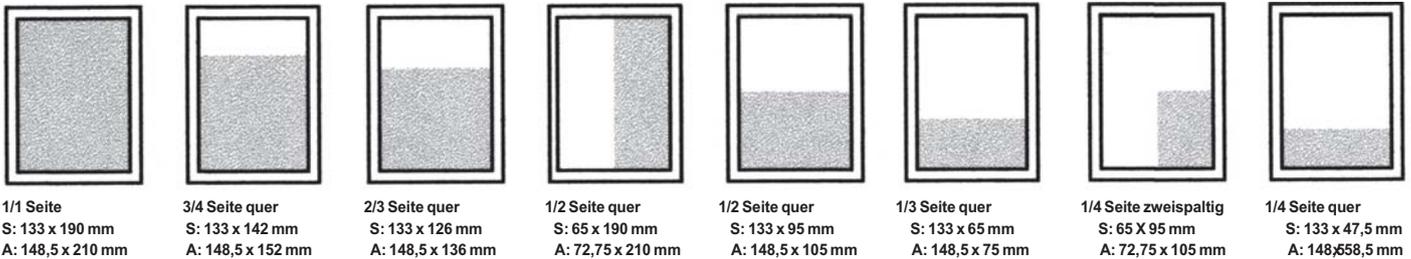
Offen Dateien:

Alle Adobe-Dokumente

Bitte bei offenen Dateien alle verwendeten Schriften und Bilder beifügen. – Datenträger: CD-ROM, DVD, USB-Stick, Speicherkarte

Anzeigenformate

S = Satzspiegel, A = Anschnitt



1,5 Mio. Gäste aus ca. 2.000 Hotels mit monatlich 5 Mio. Übernachtungen informieren sich im Telemonat über das TV-Programm.

Hotels sind Schauplätze geschäftlicher und gesellschaftlicher Ereignisse. Teilnehmer und Gestalter dieser Szenarien sind Leser des Telemonat.

Telemonat ist eine Service-Leistung der Hotels für ihre Gäste.

Ein Exemplar Telemonat wird durchschnittlich von 8,4 Gästen gelesen. Der sehr günstige 1.000-Gäste-Kontakt-Preis beträgt ca. EUR 3,00.

Die Leserschaftsdaten basieren auf dem Buchungsverhalten der Gäste, der durchschnittlichen Auslastung der Hotels und auf Befragungen.

Werbung in Telemonat erreicht eine Zielgruppe mit hoher Kaufkraft in einem konsumfreudigen Umfeld. Die Anzeigen im Telemonat umwerben Geschäftsleute, Privatpersonen und Touristen.

Auflagenstruktur in % nach Postleitzahlen

PLZ	%
0	6,6
1	13,0
2	11,6
3	8,6
4	6,9
5	8,2
6	13,6
7	8,4
8	11,8
9	7,7
Ausland	3,6
	100,0

Belieferte Hotels:
(kleine Auswahl)

- Arabella
- Bayerischer Hof, München
- Crowne Plaza
- Dorint
- Europapark, Rust
- Fürstenhof, Celle
- Golfhotel Maximilian
- Hilton
- Holiday Inn
- Kempinski
- Le Meridien
- Leonardo
- Maritim
- Marriott
- Phantasialand, Brühl
- Queens
- Ramada
- SAS Radisson
- Sheraton
- Steigenberger
- Treff

Verlag:

a&c Druck und Verlag GmbH
Waterloohain 6-8
D-22769 Hamburg

Telefon: +49-40-43 25 89 -0
Telefon: +49-40-43 25 89-13 Objekt-Management
Telefax: +49-40-43 25 89 -50

E-Mail: kontakt@auc-hamburg.de
Internet: www.telemonat.de

Gründungsjahr: 1982

Erscheinungsweise: Monatlich
zum Ultimo des Vormonats

Druckauflage: ca. 190.000

Bankverbindung:

Deutsche Bank
IBAN: DE31 2007 0024 0347 2768 00
BIC: DEUTDE33HAN

Zahlungsbedingungen:

Bei Vorkasse oder Abbuchung 3% Skonto, innerhalb von 30 Tagen netto.
Bei Zahlungsverzug werden die üblichen Bankzinsen berechnet.

Geschäftsbedingungen:

Für die Abwicklung der Anzeigenaufträge gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitschriften und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des A&C Verlages.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitschriften

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer oder mehreren Druckschrift(en) 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 Ziff. 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlaß dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluß mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
6. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeige erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
7. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der 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 Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Zu Fremdanzeigen s. „Beilagenpreislisse“.
8. Für die rechtzeitige Lieferung einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar un-

geeignete 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.
9. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind - auch bei telefonischer Auftragserteilung - ausgeschlossen. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen, die nicht leitende Angestellte sind; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen - außer bei nicht offensichtlichen Mängeln - innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
10. 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 Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
11. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber vierzehn Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preislisse 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 Preislisse gewährt.
12. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vor-

auszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
13. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrags werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
14. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
15. Entfällt bei Titeln, die heftbezogene Auflagen melden (s. Ziffer 21), Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.
16. Eine Aufgabeminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagedaten veröffentlichen, berechtigt nur dann zu einer Preisminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage von bis zu 500.000 Exemplaren 10 % und bei einer Auflage von über 500.000 Exemplaren 5 % überschreitet (Schwankungsbreite). Die Höhe der Preisminderung errechnet sich aus der prozentualen Abweichung von der garantierten Auflage abzüglich der noch Absatz 1 berechneten zulässigen Schwankungsbreite. Die der Garantie zugrundeliegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IWW. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr aus dem Aufgabendurchschnitt der vier Quartale vor dem Insertionsjahr, soweit nicht vom Verlag eine absolute Auflagenzahl als Garantie in der jeweiligen Preislisse angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisminderung ist ein rabattfähiger Abschluß auf Basis der Mengen - und Seitenumsatzstaffel und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisminderung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde. Die mögliche Auflagenminderung errechnet sich als Saldo der Auflagenüber - und Auflagenunterschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Insertionsjahres. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalgutschrift oder wenn dies nicht mehr möglich ist als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens EUR 2.500,- beträgt.
17./18./19. Für Zeitschriften unzutreffend.