

2010

Anzeigenpreisliste Nr. 11

TV Sünde und TV 4MEN

Gültig ab 01.01.2010



INHALT

Titelporträt	2
Grundpreise, Rabatte, Verlagsangaben	3
Anzeigenpreise und Reformatate	4
Terminkalender	5
Technische Angaben	6
Geschäftsbedingungen	7
Ansprechpartner/Innen	8



WAZ
ZEITSCHRIFTEN
MARKETING
Medien für Millionen

2 Titelporträt



Unsere Männer-Kombination

TV Sünde und TV 4MEN ist Männertainment pur - vier Wochen kompakte Programminformation und dazu jede Menge Girls, Girls, Girls.

TV Sünde und TV 4MEN sind eine neue und einzigartige Verbindung von Programm- und Männermagazin, unterhaltsam und informativ zugleich.

TV Sünde und TV 4MEN sind die einzigen Special-Interest-Programmzeitschriften im Markt!

Das unverwechselbare, frische redaktionelle Konzept wendet sich an aufgeschlossene und selbstbewusste Männer zwischen 20 und 49 Jahren, die sich durch vielfältige Interessen und hohe Reaktionsfreude auszeichnen.

3 Grundpreise, Rabatte, Verlagsangaben



Anzeigen, alle Farben 1/1 Seite 4.095,- EUR

Nachlässe:

Mengenstaffel

3 Seiten	3%
6 Seiten	6%
9 Seiten	9%
12 Seiten	12%
15 Seiten	15%
18 Seiten	18%

Anzeigen: WAZ Zeitschriften Marketing GmbH & Co.KG

Anschrift: Münchener Str. 101/09
85737 Ismaning

Telefon: 089/ 27 27 0- 79 42

Telefax: 089/ 27 27 0-79 91

Bankverbindung: Deutsche Bank AG Essen
Konto-Nr. 2800 761 00
BLZ 360 700 50
SWIFT-Code (BIC): DEUTDEDEXXX
IBAN: DE 06 36070050 0 280076100



OBS:
Anzeigenbuchungen können auch über das Online-
Booking-System (OBS) übermittelt werden.
www.obs-portal.de

Druckauflage : 110.842 Exemplare (IVW III / 2009)

Erscheinungsweise: 4-wöchentlich

Erstverkaufstag: Samstag

Zahlungsbedingungen: Zahlung innerhalb von 8 Tagen mit 2% Skonto,
sofern ältere Rechnungen nicht überfällig sind, oder
30 Tage rein netto, ohne Abzug.
Es können sich Entgeltminderungen aufgrund von
Rabattvereinbarungen ergeben. Dies wird vom Verlag
je Kunde einzeln ausgewiesen.

4 Anzeigenpreise und Reproformate



Größe in Seitenteilen		Satzspiegel		Angeschnittene Anzeigen		Preise Alle Farben EURO
		Breite	Höhe	Breite	Höhe	
2/1		282	197	300	218	7.410,-
1/1		133	197	150	218	4.095,-
1/2	hoch	65	197	74	218	2.255,-
	quer	133	98,5	150	107	
1/3	hoch	42,3	197	51,3	218	1.644,-
	quer	133	65,5	150	74	
2 x ½	quer	282	98,5	300	107	4.510,-

TV Sünde und TV 4MEN sind zwei einzelne Programmzeitschriften im Vertriebsmarkt, aber eine Belegungseinheit im Anzeigenmarkt.

Alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.

Weitere Formate, Kombinationen und Sonderwerbeformen auf Anfrage - wir beraten Sie gerne!

5 Terminkalender 2010



Heft Nr.	Erscheinungstag	Beginn der Programmwoche	Anzeigenschluss- und Rücktrittstermine	Druckunterlagenchluss Datenanlieferung
02	Sa. 09.01.10	16.01.10	10.12.09	16.12.09
03	Sa. 06.02.10	13.02.10	11.01.10	20.01.10
04	Sa. 06.03.10	13.03.10	08.02.09	17.02.10
05	Sa. 03.04.10	10.04.10	04.03.10	11.03.10
06	Fr. 30.04.10	08.05.10	31.03.10	06.04.10
07	Sa. 29.05.10	05.06.10	29.04.10	05.05.10
08	Sa. 26.06.10	03.07.10	31.05.10	09.06.10
09	Sa. 24.07.10	31.07.10	28.06.10	07.07.10
10	Sa. 21.08.10	28.08.10	26.07.10	04.08.10
11	Sa. 18.09.10	25.09.10	23.08.10	01.09.10
12	Sa. 16.10.10	23.10.10	20.09.10	29.09.10
13	Sa. 13.11.10	20.11.10	14.10.10	20.10.10
01/11	Sa. 11.12.10	18.12.11	11.11.10	17.11.10

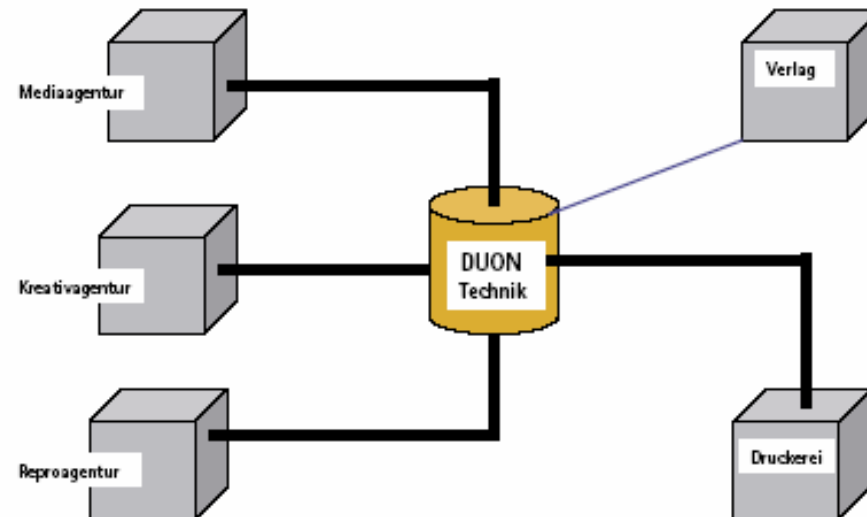
6 Technische Angaben zur Druckunterlagen-Anlieferung



Die in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Verlage angegebenen Ansprüche auf Gewährleistung sind wirksam bei der Einhaltung der im DUON-Portal angegebenen, zertifizierten technischen Anforderungen und Standards. Dies gilt auch bei einer prooflosen Datenanlieferung.

Technische Angaben:
Die aktuellen und verbindlichen technischen Angaben finden Sie unter:
www.duon-portal.de

Anlieferung Druckunterlagen :
Alle Druckunterlagen sind elektronisch über das Druckunterlagenportal www.duon-portal.de anzuliefern.
Support erhalten Sie unter:
support@duon-portal.de
oder direkt unter Tel.: 040 / 374117 - 50



Anzeigenbuchungen Print und Online können auch über das Online-Booking-System (OBS) übermittelt werden.
www.obs-portal.de

7 Geschäftsbedingungen



Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und andere Werbemittel Zeitungen und Zeitschriften

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist das Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibenden bezeichnet) in einer Zeitung oder Zeitschrift zum Zweck der Verbreitung.

2. Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beacht der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweilige Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. 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 eines Jahres nach Vertragsabschluss abgerufen und veröffentlicht wird.

3. Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses 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. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anders verbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.

4. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

5. Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder a 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 Text und nicht an drei Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

7. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - abzulehnen, wenn

- deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
- deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
- deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder

- Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten.

Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Modells und dessen Billigung bindend. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

8. Der Anzeigenkunde ist ausschließlich verantwortlich für die Inhalte seiner Anzeigen. Dies gilt insbesondere für strafrechtliche und zivilrechtliche Verstöße, die ihre Ursache im Inhalt oder der Gestaltung der Anzeigen haben. Für Inhalte auf der jeweiligen Homepage der Kunden und weiterführenden Links ist der Betreiber der Homepage selbst verantwortlich.

9. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäß insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung ur Übermittlung von Druckunterlagen einhält.

10. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Verbreitung der Anzeige.

11. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern

- diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis

zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder

- diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre.

Lasst der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden.

Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens: diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen - außer bei nicht offensichtlichen Mängeln - innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

12. 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 bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

13. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

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

15. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche 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 Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

16. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Auftrages 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.

17a. Aus einer Auflagenminderung kann - vorbehaltlich der Regelung Ziffer 16b - nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisermäßigung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantiefolge unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein Preisermäßigung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie bei einer

- Garantiefolge bis zu 50 000 Exemplaren mindestens 20 v. H.,
- Garantiefolge bis zu 100 000 Exemplaren mindestens 15 v. H.,
- Garantiefolge bis zu 500 000 Exemplaren mindestens 10 v. H.,
- Garantiefolge über 500 000 Exemplaren mindestens 5 v. H., beträgt.

Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt. Als Garantiefolge gilt 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 vorausgegangenen Kalenderjahres. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisermäßigungsansprüche 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.

17b. (Sondervorschrift bei Auflagenminderungen für Titel, die heftbezogene Auflagenangaben enthalten).

Abweichend von Nummer 16a berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagenangaben enthalten, nur dann zu einer Preisermäßigung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (Garantiefolge) von bis zu 500 000

Exemplaren 10 v. H. und bei einer Auflage (Garantiefolge) von über 500 000 Exemplaren 5 v. H. überschreitet. Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt.

Die der Garantie zugrundeliegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IVW. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr aus dem Auflagendurchschnitt der vier Quartale vor dem Insertionsjahr, soweit nicht vom Verlag eine absolute Auflagenzahl als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisermäßigung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengenstaffel und für mindestens drei Ausgaben.

Grundlage für die Berechnung der Preisermäßigung 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 Kundennetzes 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 2.500 Euro beträgt.

18. Betr. Zifferanzeigen. Unzutreffend.

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

20. Die Werbungsmitler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten.

21. Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind gegenüber Unternehmen wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausübt werden.

22. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht.

Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss spätestens bis zum Abschluss des Insertionsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag.

Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

23. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text und Bildunterlagen sowie der zugeliferten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Auftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Druck, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.

24. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen - sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient - hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauft oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

8 Ansprechpartner/Innen



WAZ Zeitschriften Marketing
GmbH & Co.KG
Münchener Straße 101 / 09
85737 Ismaning
Telefon: (089) 27 270 – 7942

Geschäftsführung

Daniela Sakowski
Telefon: (089) 27 270 -7911
E-Mail: daniela.sakowski@waz-zeitschriften.de

Anzeigenleitung nur TV, TVSudoku und Pocket-Programmzeitschriften

Martin Riedel
Telefon: (089) 27 270 – 7145
E-Mail: martin.riedel@waz-zeitschriften.de

Anzeigendisposition/-verkauf

Nicole Linke
Telefon: (089) 27 270 – 7962
E-Mail: nicole.linke@waz-zeitschriften.de
