



Mediadaten 2012

Preisliste Nr. 49, gültig ab 01.01.2012

Inhaltsverzeichnis	Seite
Titelporträt	2/3
Leserstruktur/ Auflagenstruktur	4/5
Anzeigenformate und -preise	6/7
Ad-Specials: Preise und Termine	8/9
Termine Format- anzeigen /Themen	10/11
Reisethemen	12/13
Allgemeine Geschäftsbedingungen	14/15
Ihre Ansprechpartner	16



www.pz-online.de



Die Inhalte von ACE LENKRAD sind maßgeschneidert für die Interessen der beständigen und stabilen Leserschaft und damit attraktive und glaubhafte Umfeldler für Ihre Werbemaßnahmen.

ACE LENKRAD ist die Mitgliederzeitschrift des ACE Auto Club Europa mit rund 550.000 Mitgliedern. Für monatlich 1,21 Millionen Leser* ist das Clubmagazin eine wichtige, redaktionell unabhängige Informationsquelle, die ein hohes Maß an Vertrauen genießt und stark genutzt wird: 67% der Mitglieder lesen ACE LENKRAD besonders intensiv und regelmäßig, weitere 24% nutzen das Magazin gelegentlich. Lediglich 2 % sind Nichtleser.**

ACE LENKRAD präsentiert das gesamte Themenspektrum rund um Auto, Mobilität, Freizeit und Reise. Die wichtigsten Inhalte sind fundierte Autotests nach selbst entwickelten Prüfverfahren, Fahrzeug-Neuvorstellungen, aktuelle Informationen aus den Bereichen Verkehr und Umwelt, ausführliche Reisereportagen und Berichterstattungen über Camping und Caravaning. Darüber hinaus: Ratgeber-Themen quer durch alle Ressorts, Produkttests und fundierte Kaufempfehlungen.

Besondere Vorteile von ACE LENKRAD

- sehr enge Leser/Blatt-Bindung
- enorm hohe Nutzungsquote
- volles Vertrauen der Leser in das Heft, das sich direkt auf die Werbung überträgt
- hohe Werbekontaktchance durch relativ geringen Gesamtumfang
- flexible Belegungsmöglichkeiten für Beilagen und Beihefter
- hohe Responsewerte in den unterschiedlichsten Branchen

Werbung in ACE LENKRAD wirkt. Dies gilt sowohl für Image- und Produktwerbung als auch für responseorientierte Werbung.

* MA 2011 Pressemedien II
 ** Leserbefragung 2008

ACE Verlag GmbH
 Schmidener Straße 227
 70374 Stuttgart
 Telefon: 0 711/53 03-0
 Telefax: 0 711/53 03-40 18
 www.ace-online.de
 Geschäftsführer: Erwin Braun

PZN
 56 54 50

Gründungsjahr
 1965

Erscheinungsweise
 Zwölfmal im Jahr, jeweils am
 15. des Monats

EV-Preis / Abo-Preis
 Euro 2,00 / Euro 24,00

Heftformat
 210 mm breit, 265 mm hoch
 (beschnitten), Rückstichheftung

Zahlungsbedingungen
 Zahlbar sofort nach Erscheinen netto
 Kasse. Bei Zahlungen, die bis zum
 Erscheinungstermin beim Verlag
 eingehen, gewähren wir 2% Skonto
 (sofern keine älteren Rechnungen
 offen stehen). Alle Preise verstehen
 sich zuzüglich gesetzlich geschuldeter
 Mehrwertsteuer. Der Verlag behält
 sich jederzeit das Recht vor, Voraus-
 kasse zum Anzeigenschlusstermin
 zu verlangen, z. B. bei Neuaufnahme
 von Geschäftsverbindungen sowie
 bei Kleinanzeigen.

Bankverbindung
 SEB Bank AG, Stuttgart
 Konto-Nr. 1 086 400 900
 BLZ 60010111
 BIC ESSEDE5F600
 IBAN DE67 6001 0111 1086 4009 00

Technische Angaben

DUON-Portal

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

Anlieferung Druckunterlagen
 Die zentrale digitale Druckunter-
 lagen-Annahme erfolgt über das
 DUON-Portal der VDZ-Verlage
www.duon-portal.de.

Support
 Hilfe erhalten Sie bei Bedarf unter:
support@duon-portal.de oder direkt
 unter Telefon: 0 40 37 41 17-50.

Farbverbindliche Proofs
 sind nicht zwingend erforderlich.
 Auf Wunsch senden Sie diese bitte an:
 Stark Druck GmbH & Co. KG,
 Abteilung Vorstufe, Im Altgefäll 9,
 75181 Pforzheim

ACE LENKRAD-Leser sind vorwiegend Männer mit sehr hohem Nettoeinkommen. Ihr gehobenes Durchschnittsalter von 50,3 Jahren entsteht durch zwei wesentliche Zielgruppenbestandteile: zum einen durch Best Ager (im Alter 50+), die langjährigen Stamm-Mitglieder des ACE Auto Club Europa, und zum anderen durch junge Familienväter (im Alter 30+), das Gros der Neumitglieder.

Männer im besten Alter mit sehr hohem Nettoeinkommen

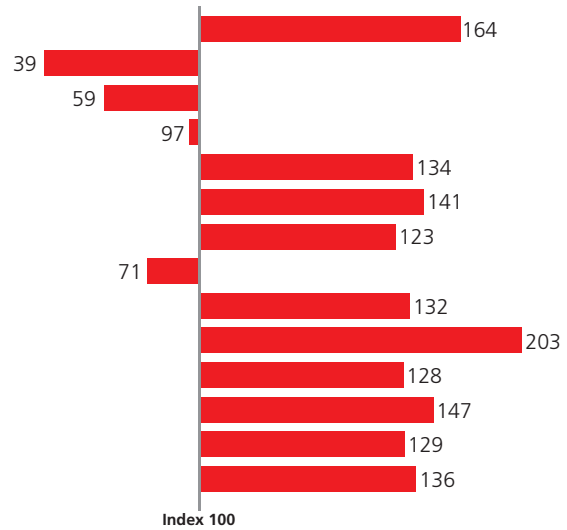
Ø-Alter: 50,3 Jahre

Quelle: MA 2011 Pressemedien II / * VA 2010-3

Branchenspezifische Strukturzählungen stellen wir Ihnen auf Wunsch gerne zur Verfügung.

- Telefon: 0 711/5303-4011
- E-Mail: dennis.schedivy@ace-lenkrad.de

Männer	80,0 %
Frauen	20,0 %
Alter 20–29 Jahre	8,3 %
Alter 30–39 Jahre	13,6 %
Alter 40–49 Jahre	25,7 %
Alter 50–59 Jahre	22,8 %
Alter 60–69 Jahre	16,2 %
Alter 70 Jahre und älter	11,5 %
HH-Nettoeinkommen 3.000 € und mehr	37,7 %
Nettoeinkommen des Befragten 3.000 € und mehr	8,9 %
berufstätig	69,6 %
Sigma Milieus: Aufstiegsorientiertes Milieu*	27,8 %
PersonicX-14: Midlife plus & topsituiert*	7,2 %
PersonicX-14: Goldener Ruhestand & aktiv*	17,3 %



Index 100 = deutschsprachige Bevölkerung
(VA: 70,51 Mio., MA: 70,33 Mio.)



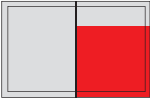


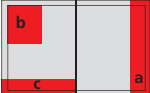
AUFLAGENSTRUKTUR UND GRUNDPREIS

- Grundpreis 1/1 Seite 4c: 19.900,- Euro
- Kalkulations-Druckauflage: 560.000 Exemplare
- Auflagen laut IVW-Meldung (Quartal 03/2011)**
 - Druckauflage: 548.252 Exemplare
 - Verkaufte Auflage: 542.754 Exemplare
 - Tatsächlich verbreitete Auflage: 546.872 Exemplare

Mitglieder nach Nielsen

Nielsen-Gebiet	Gesamtauflage	Anteil in Prozent
1	98.317	17,95
2	129.028	23,56
3a	75.553	13,79
3b	81.559	14,89
4	79.639	14,54
5	22.087	4,03
6	29.927	5,46
7	31.617	5,78
Gesamt	547.727	100,00



Format	Größe in mm [b x h]		Preis in €* s/w, SF und 4c
	Im Satzspiegel	Im Anschnitt**	
 Seitenteile 1/1 Seite	185 x 239	210 x 265	19.900,-
 ^(a) 3/4 Seite hoch ^(b) 3/4 Seite quer	138 x 239 185 x 180	153 x 265 210 x 199	15.670,- 15.670,-
 2/3 Seite quer	185 x 160	210 x 177	13.930,-
 ^(a) 1/2 Seite hoch ^(b) 1/2 Seite quer	90 x 239 185 x 120	105 x 265 210 x 133	10.450,- 10.450,-
 1/3 Seite quer	185 x 81	210 x 90	7.160,-
 ^(a) 1/4 Seite hoch 1-spaltig ^(b) 1/4 Seite 2-spaltig ^(c) 1/4 Seite quer 4-spaltig	43 x 239 90 x 120 185 x 62	58 x 265 - 210 x 70	5.370,- 5.370,- 5.370,-

Rabatte

Malstaffel

ab 3 Anzeigen:	3 %
ab 6 Anzeigen:	5 %
ab 12 Anzeigen:	10 %
ab 24 Anzeigen:	15 %

Mengenstaffel

ab 3 Seiten:	5 %
ab 6 Seiten:	10 %
ab 9 Seiten:	15 %
ab 12 Seiten:	20 %
ab 18 Seiten:	21 %
ab 24 Seiten:	22 %

Weitere Formate auf Anfrage!

 2/1 Seite	390 x 239	420 x 265	39.800,-
 2 x 3/4 Seite über Bund	390 x 180	420 x 199	32.840,-
 2 x 2/3 Seite über Bund	390 x 160	420 x 177	29.190,-
 2 x 1/2 Seite über Bund	390 x 120	420 x 133	21.890,-
 2 x 1/3 Seite über Bund	390 x 81	420 x 90	14.590,-

Sonstige Hinweise

Plattenwechsel

Ein Plattenwechsel ist nach Nielsen-Split möglich.
Belegung: Gesamtauflage.

* Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Rechnungsbetrag aufgeschlagen

** Bei Anzeigen im Anschnitt: allseitig plus 5 mm Beschnitt

Preis pro Millimeter / Spalte

14,20 Euro für s/w, SF und 4c

Preiskalkulation

Anzahl der Spalten
x Höhe in mm x 14,20 Euro

Gelegenheitsbörse / Gestaltete Millimeter-Anzeigen

Größenbeispiele	Breite x Höhe [mm]		Preis in Euro
1/8 hoch einspaltig	43	118	1.675,60
1/8 zweispaltig	90	57	1.618,80
1/8 quer vierspaltig	185	27	1.533,60
1/16 hoch	43	57	809,40
1/16 quer	90	27	766,80
1/32	43	27	383,40

Die ACE LENKRAD-Gelegenheitsbörse ist eine gesonderte Rubrik für gestaltete Klein- und Fließtextanzeigen.

	Beilagen		Beikleber		Beihefter	
Definiton	Beilagen sind verarbeitungsfertig angelieferte Produkte, die der Zeitschrift lose beigelegt werden.		Beikleber sind verarbeitungsfertig angelieferte Produkte, die auf eine Trägeranzeige aufgeklebt werden und durch den Interessenten abgelöst werden können.		Beihefter sind fest in die Zeitschrift integrierte Drucksachen/Prospekte eines Werbenden. Sie können verarbeitungsfertig vom Auftraggeber angeliefert oder auf Anfrage durch uns erstellt werden.	
Preis je angef. 1000	Gewicht bis	Beilagenpreis*		Beikleberpreis*	Umfang bis	Beihefterpreis*
	25 g	88,-	a) Postkarten	45,-	4-seitig	88,-
	30 g	92,-			8-seitig	97,-
	40 g	99,-	b) Warenproben, Booklets, CD-ROMs etc.	auf Anfrage	12-seitig	106,-
	50 g	107,-			16-seitig	114,-
Auftrags-/Rücktritts-termin	Termine wie Anzeigen laut Terminkalender. Bei Auftragserteilung ist die Vorlage eines Musters (10-fach) erforderlich. Der Auftrag wird für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und dessen Billigung verbindlich.		Termine wie Anzeigen laut Terminkalender. Die endgültige Annahme jedes Auftrages ist von der Vorlage eines verbindlichen Beiklebemusters, bei Warenproben und Prospekten außerdem von der Durchführung eines Probelaufs abhängig. Dafür müssen vom Auftraggeber 1.000 Originalmuster kostenlos zur Verfügung gestellt werden.		Termine wie Anzeigen laut Terminkalender. Disposition so früh wie möglich. Bei Auftragserteilung ist die Vorlage eines Musters (10-fach) erforderlich. Der Auftrag wird für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters und dessen Billigung verbindlich.	
Belegung	Gesamtauflage oder Teilaufgaben, Einzelheiten auf Anfrage. Mindestauflage: 20.000 Exemplare Selektionen nach Gebieten und/oder Zielgruppen für Teilaufgaben-Belegungen sind möglich. Details auf Anfrage. Aufpreis je angefangene 1.000 Exemplare: ab 3,-		Basisanzeige in der Gesamtausgabe laut Preisliste. Format: 1/1 Seite oder 2/1 Seite. Für Beikleber können Aufgabenteile ausgeklammert werden. Einzelheiten auf Anfrage. Die benötigte Beiklebermenge muss bei Auftragserteilung abgestimmt werden.		Gesamtauflage oder Teilaufgaben, Mindestauflage: 100.000 Exemplare Selektionen nach Gebieten und/oder Zielgruppen für Teilaufgaben-Belegungen sind möglich. Details auf Anfrage. Aufpreis je angefangene 1.000 Exemplare: ab 3,-	
Formate	Mindestformat: Höchstformat:	95 x 148 mm 200 x 255 mm	Mindestformat: Höchstformat:	55 x 85 mm 200 x 255 mm	Heffformat: Unbeschnittenes Format: Beschnittenes Endformat: Beschnittzugabe: 4 mm (Kopf- und Fußbeschnitt)	216 x 273 mm 210 x 265 mm
Papiergewicht	2-seitige Beilagen: 4-seitige Beilagen: Umfangreichere Beilagen:	mind. 100 g/m ² mind. 70 g/m ² mind. 50 g/m ²	max. 40 g/Ex.		4 Seiten: mind. 80 g/m ² 8 Seiten: mind. 70 g/m ² 12 Seiten: mind. 65 g/m ² 16 Seiten: mind. 60 g/m ²	
Technische Hinweise	Beilagen werden maschinell in das Heft eingefügt und müssen deshalb besondere Voraussetzungen erfüllen. Bei mehrseitigen Beilagen liegt die geschlossene Seite stets parallel zum Rücken der Zeitschrift. Zickzackgefaltete Beilagen oder Beilagen mit angeklammerter Postkarte können auf der Einsteckmaschine nicht verarbeitet werden. Postkarten müssen grundsätzlich seitlich am linken Rand mit einer Streifenleimung angeklebt sein, damit sie sich bei der maschinellen Verarbeitung nicht lösen können. Bei eventuell auftretenden Verarbeitungsschwierigkeiten hat die Fertigstellung der Auflage Vorrang gegenüber der Belegung.		Papiergewicht für ungefaltete Drucksachen in der Regel 150 g/m ² für andere Drucksachen nach Absprache. Höchstgewicht für Briefumschläge mit Inhalt 20 g. Warenproben dürfen keinen gefährlichen Inhalt haben oder Verarbeitung und Versand einer Massenaufgabe beeinträchtigen. Folienverschweißte Beutel müssen einem Berstdruck von mindestens 1.000 kp unbeschädigt standhalten.		Maschinelle Verarbeitung (Nachfalz: 10 mm, Kopfschnitt, Beschnitt am Fuß und nach vorn: 5 mm). Die Anlieferung ist im unbeschnittenen Format erforderlich. Vom Heffformat abweichende Beihefter sind nach besonderer Vereinbarung möglich. Bei eventuell auftretenden Verarbeitungsschwierigkeiten hat die Fertigstellung der Auflage Vorrang gegenüber der Beiheftung. Kennzeichnung Falls nicht als Werbung erkennbar: Beihefter mit dem Wort „ANZEIGE“ in 10-Punkt-Versalien halbfett kennzeichnen. Genaue Absprache nach Vorlage eines Musters.	
Anlieferung	Einwandfrei verarbeitet und verpackt frei Druckerei liefern an: HeiRa GmbH, Robert-Bunsen-Straße 50, 64579 Gernsheim/Rhein. Die Begleitpapiere müssen Angaben über die Stückzahl der Transporteinheiten, Zeitschriftentitel und Heft-Nummer enthalten. An jeder Verpackungseinheit muss sichtbar ein Beilagenmuster angebracht sein.		Beikleber müssen einwandfrei verpackt und maschinell verarbeitungsfähig frei Druckerei geliefert werden an: HeiRa GmbH, Robert-Bunsen-Straße 50, 64579 Gernsheim/Rhein. Die Begleitpapiere müssen Angaben über die Stückzahl der Transporteinheiten, Zeitschriftentitel und Heft-Nummer enthalten. An jeder Verpackungseinheit muss sichtbar ein Beilagenmuster angebracht sein.		Einwandfrei verarbeitet, auf Paletten gestapelt und verschnürt frei Druckerei geliefert (Anschrift s.o.). Die Begleitpapiere müssen Angaben über die Stückzahl der Transporteinheiten, Zeitschriftentitel und Heft-Nr. enthalten. An jeder Verpackungseinheit muss sichtbar ein Beiheftermuster angebracht sein.	

Ansprechpartner Dennis Schediwy, Telefon: 0711/53 03-40 11, Telefax: 0711/53 03-30 11, E-Mail: dennis.schediwy@ace-lenkrad.de

* Alle Preisangaben in Euro; die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen.

TERMINE AD SPECIALS 2012













Ausgabe	Anlieferung		Ausgabe	Anlieferung	
	frühestens	spätestens		frühestens	spätestens
01/2012	29.12.2011	03.01.2012	07/2012	02.07.2012	04.07.2012
02/2012	02.02.2012	06.02.2012	08/2012	02.08.2012	06.08.2012
03/2012	02.03.2012	06.03.2012	09/2012	31.08.2012	04.09.2012
04/2012	29.03.2012	02.04.2012	10/2012	02.10.2012	04.10.2012
05/2012	02.05.2012	04.05.2012	11/2012	02.11.2012	06.11.2012
06/2012	01.06.2012	05.06.2012	12/2012	30.11.2012	04.12.2012

Heft-Nr.	Erscheinungsdatum	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss
01/2012	13.01.2012	15.12.2011	21.12.2011
02/2012	15.02.2012	13.01.2012	19.01.2012
03/2012	15.03.2012	15.02.2012	21.02.2012
04/2012	13.04.2012	15.03.2012	21.03.2012
05/2012	15.05.2012	13.04.2012	19.04.2012
06/2012	15.06.2012	15.05.2012	21.05.2012
07/2012	13.07.2012	15.06.2012	21.06.2012
08/2012	15.08.2012	13.07.2012	19.07.2012
09/2012	13.09.2012	15.08.2012	21.08.2012
10/2012	15.10.2012	14.09.2012	20.09.2012
11/2012	15.11.2012	15.10.2012	18.10.2012
12/2012	13.12.2012	15.11.2012	21.11.2012

	Ausgabe	Thema	Details
	02/2012	Sommerreifen	Test: aktuelle Sommerreifen im Vergleich
	03/2012	Autopflege	Ratgeber: Pflegeprodukte und -tips
	04/2012	Autofinanzierung	Ratgeber: Finanzierung eines Neuwagens
	05/2012	Freizeit Garten und Grill	Vorstellung: Produkte und Zubehör rund um den Garten und das Grillen
	07/2012	Kindersitze	Test: aktuelle Kindersitze im Vergleich
	08/2012	Freizeit Outdoor-Zubehör	Vorstellung: Zubehörprodukte für Outdoor-Aktivitäten
	09/2012	Winterreifen	Test: aktuelle Winterreifen im Vergleich
	10/2012	Kfz-Versicherung	Ratgeber: Anbieterauswahl Kfz-Versicherung
	11/2012	Kfz-Versicherung	Ratgeber: So geht's Schritt für Schritt – Wechsel der Kfz-Versicherung

Änderungen vorbehalten

Die Reisetemen 2012 finden Sie auf den nachfolgenden Seiten!

	Ausgabe	Thema	Details
	01/2012	Südafrika	Safari in den Waterbergen Ant's Nest.
	02/2012	Côte d'Azur, Provence, Mallorca, Südtirol und Holland	Blütenrouten – auf der Suche nach dem Frühling.
	03/2012	Jordanien	Aktivurlaub mit Wüsten-Trekking, Bodyrafting, Kultur in Petra und Entspannen am Toten Meer.
	04/2012	Frankreich/Aquitanien	Familien-Autorundreise zu Felszeichnungen, Burgen, mittelalterlichen Städten im Périgord und an den Atlantik.
	05/2012	Kroatien	Tour von den Plitvicer Seen über Zadar nach Zagreb.
	06/2012	Polen	Das EM-Land 2012 – Reise nach Podlasien im Nordosten Polens – Natur pur!
	07/2012	Kanada	Bahnfahrt mit dem Rocky Mountaineer von Vancouver nach Calgary.
	08/2012	Tessin im Reisemobil	Wo die Schweiz ganz italienisch wird. Reisemobiltour nach Ascona, Locarno, Lugano und zum Hermann Hesse-Museum.
	09/2012	Wanderreviere	Vorstellung der beeindruckendsten Wanderregionen.
	10/2012	Im Winter an die Sonne	Welche Trends bringt die Wintersaison 2012/2013? ACE LENKARD beschreibt die tollsten Sonnenziele.
	11/2012	Wintersportreviere	Die besten Wintersportreviere in Deutschland und den Nachbarländern.
	12/2012	Winter im Spreewald	Impressionen vom weißen Spreewald.

Änderungen vorbehalten

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung und Verbreitung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Zeitung oder Zeitschrift.
2. Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen 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. Vereinbarte Nachlässe werden nur innerhalb dieses Insertionsjahrs gewährt.
3. Unsere Auftragsbestätigung und die jeweils gültige Preisliste sind für jeden Auftrag maßgebend. Der erteilte Anzeigenauftrag kommt erst nach Bestätigung in Schrift- oder in Textform durch uns zustande. Bei fernmündlich oder handschriftlich aufgegebenen Anzeigen bzw. in dieser Form verfassten Änderungen und Abstellungen übernehmen wir keine Haftung für die sachliche Richtigkeit.
4. Platzierungswünsche werden nur durch unsere ausdrückliche Bestätigung, schriftlich oder in Textform, als verbindlich anerkannt. Die Übersendung von mehr als zwei Vorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen, die nicht zu Reklamationen berechtigen. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden diese erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Für Reproduktion und Satz entstehende Kosten werden dem Kunden berechnet.
5. Wird ein Auftrag vom Auftraggeber storniert, ohne dass der Verlag dies zu vertreten hat, so wird bei einer Stornierung nach Anzeigenschluss ein Entgelt (Stornopauschale) von 50 Prozent des Anzeigen-

- preises berechnet (bei Umschlagseiten in Höhe von 75 Prozent). Der Nachweis eines höheren Ausfallschadens bleibt uns vorbehalten; der Auftraggeber kann den Nachweis führen, dass ein Schaden nicht entstanden oder wesentlich niedriger ist. Werden mehrere Anzeigen in Auftrag gegeben und zumindest eine davon storniert, so hat der Auftraggeber, von der Stornopauschale unabhängig, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Gesamtabnahme entsprechenden Nachlass zu erstatten.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die ausschließlich in bestimmten Heftnummern oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig bei uns 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.
 7. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
 8. Der Verlag behält sich ohne Anerkennung einer Prüfungspflicht vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen, insbesondere wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder Werbung Dritter oder für Dritte enthalten ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei den Verlagsrepräsentanten aufgegeben werden. Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells und dessen Billigung bindend. Soweit der Verlag von seinem Ablehnungsrecht bezüglich von Werbemitteln, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung) keinen Gebrauch macht, bedürfen diese in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlags. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlags. Beilagen oder Behefter, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck erwecken, Bestandteil des Heftes zu sein, werden nicht angenommen. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
 9. Der Auftraggeber garantiert, dass die in der Anzeige beworbenen Waren und/oder Dienstleistungen keinen rechtswidrigen oder anstößigen Inhalt haben. Dieses Garantieverprechen schützt auch unsere Mitarbeiter bzw. den für den Anzeigenteil Verantwortlichen.

10. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche, insbesondere urheber-, persönlichkeits- und wettbewerbsrechtliche Zulässigkeit der gelieferten Text- und Bildvorlagen und stellt den Verlag frei von Ansprüchen Dritter – auch bei stornierten Anzeigen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter bzw. geltendes Recht beeinträchtigt werden.
11. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Bei erkennbar ungeeigneten oder beschädigten Vorlagen wird unverzüglich Ersatz angefordert. Kosten des Verlags für vom Auftraggeber gewünschte oder zu tretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen.
12. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Werbungtreibenden zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels.
13. Der Werbungtreibende hat bei einer mangelhaften Veröffentlichung der Anzeige, etwa bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck oder Abdruck an falscher Stelle Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, sofern die Kosten für Letztere nicht im Hinblick auf den Mangel unverhältnismäßig hoch sind. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gesetzte angemessene Frist verstreichen oder schlägt die Nacherfüllung fehl, so ist der Auftraggeber wahlweise berechtigt, Kostenminderung oder – bei erheblichen Mängeln – Rückgängigmachung des Auftrags zu verlangen.
14. Der Verlag haftet nach den gesetzlichen Bestimmungen, sofern der Auftraggeber Schadenersatzansprüche geltend macht, die auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit der Verlagsmitarbeiter einschließlich der Vertreter oder Erfüllungsgehilfen beruhen. Soweit dem Verlag keine vorsätzliche Vertragsverletzung angelastet wird, ist die Schadenersatzhaftung auf den vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Schaden begrenzt. Der Verlag haftet auch nach den gesetzlichen Bestimmungen, sofern er schuldhaft eine wesentliche Vertragspflicht

verletzt; in diesem Fall ist die Schadenersatzhaftung auf den vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Schaden begrenzt. Die gleiche Begrenzung gilt, wenn dem Werbungtreibenden ein Anspruch auf Ersatz des Schadens statt der Leistung zusteht. 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 Veröffentlichung geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren nach einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

15. a) Aus einer Auflagenminderung kann – vorbehaltlich der Regelung der Ziffer 15. b) – bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantiefaulauf unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie

- bei einer Garantiefaulauf bis zu 50.000 Exemplaren mindestens 20 Prozent
- bei einer Garantiefaulauf bis zu 100.000 Exemplaren mindestens 15 Prozent
- bei einer Garantiefaulauf bis zu 500.000 Exemplaren mindestens 10 Prozent
- bei einer Garantiefaulauf über 500.000 Exemplaren mindestens 5 Prozent beträgt.

Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziffer 24 bleibt unberücksichtigt. Als Garantiefaulauf gilt die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche verkaufte Auflage des vorausgegangenen Kalenderjahres. Darüber hinaus sind bei geschlossenen Preisminderungsansprüchen 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.

15. b) Abweichend von Ziffer 15.a) berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagenenden veröffentlichen, nur dann zu einer Preisminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (Garantiefaulauf) von bis zu 500.000 Exemplaren 10 Prozent und bei einer Auflage (Garantiefaulauf) von über 500.000 Exemplaren 5 Prozent überschreitet. Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziffer 24 bleibt unberücksichtigt. Die der Garantie zugrunde liegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IVW. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr aus dem Auflagen-durchschnitt 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 Preisminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengentabelle 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 2.500 Euro beträgt.

16. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Expressbriefe 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. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 überschreiten sowie Waren, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

17. Korrekturbzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Werbungtreibende trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Korrekturbzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung der Korrekturbzüge gesetzten Frist mitgeteilt werden.

18. 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. Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

19. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Gleiches gilt bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers.

20. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrags werden auch Anzeigenausschnitte,

Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine verbindliche Bescheinigung des Verlags über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

21. Die Werbungsmitarbeiter und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlags zu halten.

22. Preis-/Rabattänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind gegenüber Unternehmen wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt werden. In diesem Fall steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

23. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernrabatte bedürfen der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag.

24. Bei Betriebsstörungen, in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Vertrieb des Verlags 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 Prozent der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die Garantiefaulauf zu tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

25. Beilagen müssen sachgemäß verpackt, unbeschädigt und genau gefalzt angeliefert werden, sonst übernehmen wir keine Haftung. Die angelieferte Stückzahl wird nicht kontrolliert. Eine Unterzeichnung des Lieferscheins ist keine Bestätigung.

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

IHRE ANSPRECHPARTNER**Herausgeber**

ACE Verlag GmbH
Schmidener Straße 227
70374 Stuttgart
www.ace-lenkrad.de

Anzeigenleitung

Jörg Eisenach
Telefon: 0 711/53 03-40 10
Telefax: 0 711/53 03-30 10
E-Mail: joerg.eisenach@ace-lenkrad.de

Anzeigenverkaufsleitung

Ursula Hörning
(Kontaktdaten siehe Nielsen 3b)

**Anzeigenverkauf und
Auftragsmanagement**

Dennis Schediwy
Telefon: 0 711/53 03-40 11
Telefax: 0 711/53 03-30 11
E-Mail: dennis.schediwy@ace-lenkrad.de

Nielsen 1

KONTOR M
Gesellschaft für Medienvermarktung GbR
Fuhlsbüttler Straße 145
22305 Hamburg
Telefon: 0 40/63 90 84-0
Telefax: 0 40/63 90 84-44
E-Mail: info@kontorm.de
www.kontorm.de

Nielsen 2

Medienservice Barbara Berger
Dukatenweg 14
50859 Köln
Telefon: 0 22 34/98 99-416
Telefax: 0 22 34/98 99-463
E-Mail: medienservice.bb@t-online.de

Nielsen 3a

QM Quadro Media GmbH
Am Lindenbaum 24
60433 Frankfurt am Main
Telefon: 0 69/53 09 08-0
Telefax: 0 69/53 09 08-50
E-Mail: frankfurt@krimmer.com

Nielsen 3b und Ausland

Ursula Hörning
Schmidener Straße 227
70374 Stuttgart
Telefon: 0 711/53 03-40 12
Telefax: 0 711/53 03-32 05
E-Mail: ursula.hoerning@ace-lenkrad.de

Nielsen 4

Medien Service Bayern
Friedrichshafener Straße 1
82205 Oberpfaffenhofen/Gilching
Telefon: 0 81 05/90 70-0
Telefax: 0 81 05/90 70-30
E-Mail: kontakt@vonschroetter.de
www.vonschroetter.de

Nielsen 5-7

Verlagsbüro Krimmer
Bülowstraße 66
10783 Berlin
Telefon: 0 30/89 38 27-0
Telefax: 0 30/89 38 27-33
E-Mail: berlin@krimmer.com