

Mediadaten 2012

Anzeigenpreisliste Nr. 16
(gültig ab 1. Januar 2012)



RUNNING
DAS LAUFMAGAZIN

Sehr geehrte Damen und Herren!

Nutzen Sie **RUNNING – Das Laufmagazin für Ihre Marketingstrategie!**

Hier möchten wir Ihnen unsere Mediadaten von **RUNNING – Das Laufmagazin** für das Jahr 2012 vorstellen. **RUNNING – Das Laufmagazin** gehört auf dem stetig wachsenden Markt der Ausdauersportmagazine im deutschsprachigen Raum zu den auf-lagenstärksten. Wir bieten Ihnen also eine optimale Plattform, um mit hoher Zielgruppenrelevanz Ihre Marketingmaßnahmen punktgenau und somit erfolgreich zu platzieren. Vergrößern Sie jetzt mit uns treffsicher die Reichweite Ihrer Marketingstrategie. Nutzen Sie unsere Erfahrung und Kompetenz als Werkzeuge für Ihren Erfolg. Gerne berät Sie unsere hauseigene Grafikabteilung jederzeit bei der Umsetzung Ihrer Ideen.

Profitieren Sie direkt von unserer Medienpartnerschaft mit dem größten Firmenlauf der Welt in Frankfurt (mehr als 72.000 Teilnehmer). **RUNNING – Das Laufmagazin** wird bundesweit auf über 40 Marathonmessen vertreten sein, wie zum Beispiel: Berlin, München, Frankfurt, Bonn, Mannheim, Düsseldorf, Freiburg etc. Schon dort gehen insgesamt circa 250.000 Magazine direkt an Ihre Zielgruppe (zusätzlich zum Handel). Nehmen Sie mit **RUNNING – Das Laufmagazin** die große Chance wahr, bei diesen Veranstal-

tungen in den Aufmerksamkeitsfokus der für Sie relevanten Zielgruppe zu gelangen.

RUNNING – Das Laufmagazin definiert, wie Laufen in Deutschland aussieht! **RUNNING – Das Laufmagazin** ist bei allen großen Laufevents in Deutschland vor Ort präsent. Unsere Redakteure berichten von den angesagten Hot Spots des Ausdauersports aus aller Welt. **RUNNING – Das Laufmagazin** informiert umfassend, testet und beurteilt für seine Leser alles, was zum Laufsport dazu gehört. Werfen Sie einfach einen Blick in die Ihnen hier vorliegenden Mediadaten unseres Magazins und finden Sie Informationen über Auflagenstärke, Anzeigenformate sowie Preise. Entdecken Sie **RUNNING – Das Laufmagazin** als Ihren kompetenten Partner im Laufsport. Nutzen Sie unsere Ideen, Kontakte und Erfahrungen in der Welt des Ausdauersports. Bei Fragen oder Informationsbedarf steht Ihnen unser Advertising Editor Achim Kempinski jederzeit zur Verfügung.

Ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2012 wünscht Ihnen Ihr Team von **RUNNING – Das Laufmagazin** Freiburg im Oktober 2011



Armin Schirmaier
(Herausgeber)



Achim Kempinski
(Advertising Editor)



Inhaltsverzeichnis	2
Vorwort	3
Infos	5
Anzeigenformate und Preise	6
Sonderinsertionen	8
Technische Daten	10
Erscheinungstermine	11
Bannerwerbung im Internet	12
Allgemeine Geschäftsbedingungen	13
Kontakt	15



Im deutschsprachigen Raum laufen Millionen Menschen regelmäßig. Laufen boomt, was auch die Umsatzzahlen und das Engagement der Sportartikelindustrie sowie branchenfremder Marken in diesem Segment belegen. **RUNNING – Das Laufmagazin** erreicht die an einem aktiven Lebensstil interessierte Bevölkerung. Unsere Leser verstehen das Laufen als Ausgleich zum fordernden Job, verbessern damit die eigene Gesundheit, ihr Wohlbefinden oder stellen den ambitionierten Laufsport in den Vordergrund. **RUNNING – Das Laufmagazin** ist das Special-Interest-Magazin für diese Zielgruppe. Der ausführliche Ratgeberanteil behandelt alle Themenbereiche, die für Ausdauersportler von Interesse sind. Von aktuellen sportwissenschaftlichen Erkenntnissen aus der Medizin und Sportlernahrung über Produktinformationen bis hin zu Trainingsfragen. **RUNNING – Das Laufmagazin** bringt neueste Nachrichten, spannende Reportagen und interessante Interviews. Wenn Sie Läufer erreichen wollen, ist **RUNNING – Das Laufmagazin** das optimale Medium für dieses Ziel.

RUNNING – Das Laufmagazin berichtet sechsmal jährlich über alles, was aktive Menschen in Deutschland, Benelux, Österreich, Italien und der Schweiz wissen müssen. Mit **RUNNING – Das Laufmagazin** erhalten Sie die aktuellsten Nachrichten aus der Laufszene von kompetenten Insidern sowie die neuesten Erkenntnisse aus Training, Medizin, Psychologie und Ernährung von renommierten Experten. Die Redakteure von **RUNNING – Das Laufmagazin** sind vor Ort, berichten spannend, informativ und kompetent aus der internationalen Welt des Laufsports, genauso wie von den interessantesten Lauf- und Ausdauersport-Events im deutschsprachigen Raum. Zusätzlich vermittelt



► Dabei sein, wenn's läuft



▶ RUNNING – laufend bei Ihrer Zielgruppe präsent sein!

der umfangreiche Ratgeberanteil unseren Lesern Grundlagen und Hintergründe sowie Tipps und Tricks zum ABC des Laufsports. Für das Jahr 2012 sind sechs Ausgaben von **RUNNING – Das Laufmagazin** fest geplant. Diese haben einen Seitenumfang zwischen mindesten 100 und maximal 148 Seiten. Jedes Magazin hat neben den bewährten Rubriken eine Titelstory. Die Themen der Titelstory sind aktuell, dem Laufmarkt angepasst auf das Interesse der Leserschaft zugeschnitten. Genauere Informationen zu den Schwerpunkten der jeweiligen Titelstory finden Sie auf der Seite 11.

Auf weitere Interessensfelder, zum Beispiel Marathonreisen, Produkt-News, frauenspezifische Laufthemen und Trail-Running, wird regelmäßig detailliert eingegangen.

RUNNING – Das Laufmagazin ist deutschlandweit als offizieller Medienpartner verschiedener großer Laufsportevents präsent. Seit 2007 erreicht **RUNNING – Das Laufmagazin** unter anderem bei dem jährlichen Frankfurter J.P. Morgan Corporate Challenge exklusiv rund 75.000 Teilnehmer. Bei weiteren Marathonveranstaltungen produziert **RUNNING – Das Laufmagazin** den Streckenfaltplan. Jährlich circa 40 Messeauftritte bei den wichtigsten deutschen Marathon- und Halbmarathonveranstaltungen sind seit langem fester Bestandteil unserer Arbeit und erhöhen effektiv unsere Reichweite.

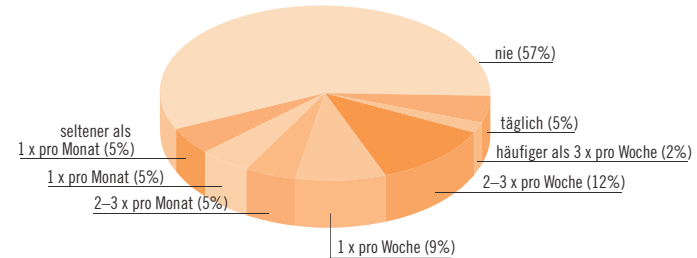
Erscheinungsweise:	sechsmal in 2012
Copy-Preis:	€ 3,50 Monatsmagazin
Mindestdruckauflage:	35.000 Stück
Maximale Druckauflage:	112.000 Stück (RUNNING Juni 2012)
Verlag:	Sportagentur WAG's

Unsere Leser

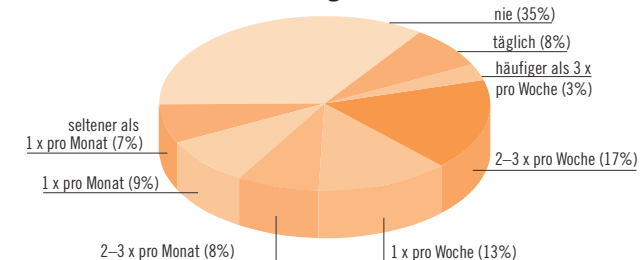
RUNNING wird im gesamten deutschsprachigen Raum Europas verkauft. Der Fokus liegt dabei auf Deutschland. Der Hauptanteil unserer Leser sind Freizeitläufer. Selbstverständlich wird das Magazin auch von den Spitzenathleten gelesen, doch sind diese relativ betrachtet lediglich ein kleiner Prozentsatz der Gesamtleerschaft. Eine Forsa-Studie aus dem Jahr 2006, die vom Sportartikelunternehmen Nike in Auftrag gegeben wurde, hat folgende Daten ermittelt: Fast ein Drittel aller Deutschen (28%) schnüren regelmäßig ihre Laufschuhe, jeder zwanzigste Bundesbürger sogar täglich. Vor allem für die jüngeren Altersgruppen ist dieser Sport besonders attraktiv: Fast zwei Drittel der 14- bis 29-Jährigen laufen, 41% sogar mindestens einmal pro Woche. Der Gesundheitsaspekt ist für einen großen Teil der Befragten ausschlaggebend für ihre Laufaktivitäten. Die hohe Zahl der Fitness- und Gesundheitsläufer, die zwei- bis dreimal pro Woche laufen (12%), bestätigt diesen Trend.

RUNNING bedient genau dieses Klientel mit Ratgeberbeiträgen aus den Bereichen Medizin, Sportlernahrung und Training. Reportagen aus der Athletenszene und von Laufveranstaltungen orientieren sich an den Leserwünschen.

Laufverhalten – Gesamtbevölkerung



Laufverhalten – 14- bis 29-Jährige



Quelle: Forsa-Institut 2006 / Nike

Anzeigenpreise:

Die angegebenen Preise gelten zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer von derzeit 19 %. Laufveranstalter erhalten für reine Veranstalteranzeigen ohne Produktwerbung einen Nachlass von 50 %. Daraufhin ist keine weitere Rabattierung wie unten stehend mehr möglich.

Magazin-Format:

210 mm x 297 mm, bei Anschnittanzeigen + 3 mm Beschnitt.
Die angegebenen Maße beziehen sich auf den Satz-spiegel (siehe unten).

Druckunterlagen:

Digitale Daten auf Quark-X-Press bzw. PDF (andere Formate nach Absprache).

Verteilerschlüssel:

Verkauf im Zeitungs-Buchhandel und in Sportfachgeschäften sowie Verteilung während der wichtigsten Marathon- und Laufveranstaltungen.

Erscheinungsweise:

sechsmal in 2012

Nachlässe:

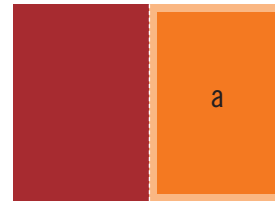
Malstaffel: ab 3 Anzeigen pro Jahr 3 %
ab 6 Anzeigen pro Jahr 5 %
ab 12 Anzeigen pro Jahr 10 %

Mengenstaffel: ab 2 Seiten: 5 %
ab 3 Seiten: 10 %

Seitenteile

Formate

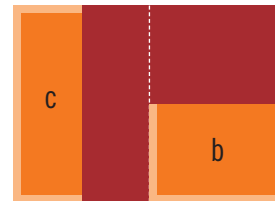
Juni 2012*



1/1 Seite
a: 190 x 277 mm
Anschnittmaß
a: 210 x 297 mm

€ 4.320,-

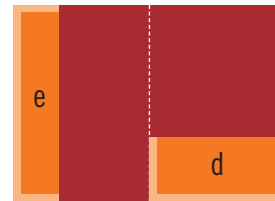
€ 9.504,-*



1/2 Seite
b: 190 x 133 mm
c: 92 x 277 mm
Anschnittmaß
b: 210 x 146 mm
c: 105 x 297 mm

€ 2.160,-

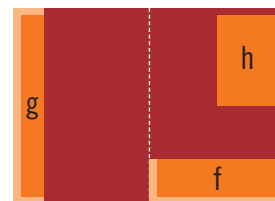
€ 4.752,-*



1/3 Seite
d: 190 x 92 mm
e: 60 x 277 mm
Anschnittmaß
d: 210 mm x 97 mm
e: 70 mm x 297 mm

€ 1.540,-

€ 3.168,-*



1/4 Seite
f: 190 x 66 mm
g: 45 x 277 mm
h: 92 x 133 mm

€ 1.080,-

€ 2.376,-*

(alle Preisangaben in € zzgl. Mwst.)

Zahlungsbedingungen:

Der Rechnungsbetrag ist innerhalb von 10 Tagen nach Rechnungsdatum rein netto zu begleichen. Bei Zahlungen, die bis zum Erstverkaufstag beim Verlag eingehen, werden 2 % Skonto gewährt (sofern keine älteren Rechnungen offenstehen). Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 5 % über dem jeweils gültigen Basiszinssatz der Deutschen Bundesbank sowie Einziehungskosten berechnet.



Kunden im Ausland müssen 50 % Anzahlung bei Auftragserteilung, 50 % nach Drucklegung (dann zahlbar innerhalb von 14 Tagen ohne Abzug) zahlen. Auslandskunden sind von der Mehrwertsteuerberechnung befreit, wenn sie


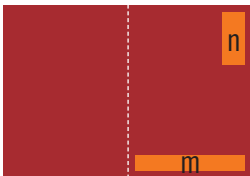
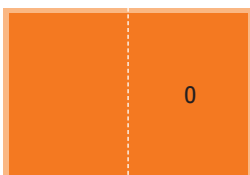

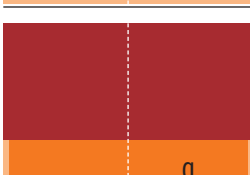
1. ihren Sitz nicht in der EU haben oder
2. uns mit der Buchung ihre Umsatzsteuer-Identitätsnummer (Ust.-Idnr.) übermitteln.

Bankverbindung:

Sparkasse Freiburg
Konto-Nr.: 101 215 39
BLZ: 680 501 01

Volksbank Freiburg
Konto-Nr.: 819 910 8
BLZ: 680 900 00

 = Satzspiegel
 = im Anschnitt

	<p>1/6 Seite i: 190 x 46 mm k: 95 x 92 mm l: 60 x 138 mm</p>	€ 770,-	€ 1.584,-*
	<p>1/8 Seite m: 190 x 33 mm n: 45 x 138 mm</p>	€ 540,-	€ 1.188,-*
	<p>2/1 Seite o: 400 x 277 mm</p> <p>Anschnittmaß o: 420 x 297 mm</p>	€ 8.640,-	€ 19.008,-*
	<p>2 x 1/2 Seite p: 400 x 133 mm</p> <p>Anschnittmaß p: 420 x 144 mm</p>	€ 4.320,-	€ 9.504,-*
	<p>2 x 1/3 Seite q: 386 x 92 mm</p> <p>Anschnittmaß q: 420 x 97 mm</p>	€ 3.080,-	€ 6.336,-*

(alle Preisangaben in € zzgl. MwSt.)

Umschlagseite

ausklappbare 2. Umschlagseite

Mindestabnahme: 3 Seiten

Titelaltarfalz

Mindestabnahme: 2 Seiten

Technische Mehrkosten individuell auf Anfrage.

Beilagen

Lose beigefügte Drucksachen

€ 90,- (pro angefangene 1.000 Exemplare) bis 25 g, je weitere angefangene 5 g zusätzlich € 5,- zzgl. Postgebühren für die Aboauflage.

Andere Beilagen auf Anfrage.

Belegungsmöglichkeiten

Gesamtauflage oder Teilaufgabe. Die Aboauflage kann ausgeklammert werden. Einzelheiten auf Anfrage. Mindestmenge: 10.000 Exemplare

Beilagenformate

Höchstformat: 200 x 280 mm.

Papiergewicht: bei 2-seitigen Beilagen mind. 120 g/m²,

bei 4-seitigen Beilagen mind. 90 g/m²,

bei umfangreicheren Beilagen mind. 60 g/m²

Beikleber

Beikleber werden auf eine Basisanzeige aufgeklebt. Sie können vom Interessenten leicht abgelöst werden und dann zur Anwendung kommen:

Aufgeklebte Postkarte

und andere ungefaltete Drucksachen

€ 45,- (pro 1.000 Exemplare)

Aufgeklebte CD

€ 90,- (pro 1.000 Exemplare)

Briefumschlag mit Inhalt

und aufgeklebte Warenproben aus flexiblem, luftundurchlässigem Material, Prospekte

ab € 49,- (pro 1.000 Exemplare)

Aufgeklebtes Booklet

ab € 52,- (pro 1.000 Exemplare)

Belegungsmöglichkeiten

Basisanzeige in der Gesamtausgabe lt. Anzeigenpreisliste.

Beikleber auf der Titelseite auf Anfrage möglich.

Beikleberformate

Mindestformat: 75 x 75 mm; Höchstformat: 190 x 277 mm

Warenproben müssen spezielle technische Voraussetzungen erfüllen.

Einzelheiten auf Anfrage. Anzeigenabnahme: 1/1 Seite, s/w oder farbig.

Berechnung siehe Preisliste.

Beihefter

Beihefter können nur in der Gesamtauflage angeboten werden.

4-seitiger Beihefter € 105,-*

6-seitiger Beihefter € 115,-*

8-seitiger Beihefter € 135,-*

12-seitiger Beihefter € 155,-*

16-seitiger Beihefter € 185,-*

Preise jeweils pro angefangene 1.000 Exemplare

* (zzgl. evtl. technischer Sonderkosten)

Beihefterformate

beschnittenes Format: 210 x 297 mm

Beschnittzugabe:

im Bund 3 mm, Kopf 5 mm, unten 3–5 mm, rechts 3–5 mm

Die Anlieferung ist in unbeschnittenem Format erforderlich.

Papiergewicht:

4-seitig mind. 100 g/m² 8-seitig mind. 80 g/m²

12-seitig mind. 70 g/m² 16-seitig mind. 65 g/m²

Auftrags- und Rücktrittstermine

Beilagen, Beikleber und Beihefter analog zum Anzeigenschlusstermin.

Disposition so früh wie möglich. Muster fünffach bei Auftragserteilung erbeten.

Anlieferung

Zuzüglich 3 % Zuschuss. Spätestens 3 Wochen vor Erstverkaufstag. Maschinell verarbeitungsfähig, einwandfrei verpackt und verarbeitet, mit Angabe der Zeitschrift und Ausgabe, ausschließlich auf Euro-Austauschpaletten frei Haus an unsere Druckerei.

Adresse und Ansprechpartner erhalten Sie auf Anfrage.

Weitere Informationen zu den Sonderinsertionen, Terminen und der Technik erhalten Sie unter:

+49 (0)761 – 2 11 72 - 0 oder 2 11 72 - 13

Weitere Anzeigenformate, Anzeigenstrecken und mögliche Sonderformen besprechen wir gerne mit Ihnen auf Anfrage.

Druckverfahren:

Rollen- bzw. Bogenoffset

Verarbeitung:

Klebebindung

Anzeigenformate:

Es können nur die in der Preisliste aufgeführten Formate veröffentlicht werden. Weitere Formate auf Anfrage.

Farbanzeigen:

Euro-Skala.

Sonderfarben oder Farbtöne, die durch den Zusammendruck von Farben der Skala nicht erreicht werden können, bedürfen besonderer Vereinbarung mit dem Verlag. Sonderfarben werden aufgrund der technischen Gegebenheiten aus der Euro-Skala aufgebaut. Schmuckfarben dürfen neben Schwarz maximal aus zwei Farben der Euro-Skala aufgebaut sein. Der eventuelle Verzicht auf die Grundfarbe Schwarz bei der Gestaltung von Farbanzeigen hat keinen Einfluss auf die Berechnung.

Angeschnittene Anzeigen, Bunddurchdruck:

Ohne Mehrkosten. Bei Anzeigen mit Anschnitt müssen werbewichtige Text- und Bildelemente ausreichend Abstand zum Nettoformat haben (mind. 10 mm). Doppelseitige Anzeigen über Bund: Bundzugabe 3 mm je Seite innerhalb des Nettoformats und als Einzelseiten abspeichern.

Datenlieferung:

Datensätze für CtP-Belichtung als unseparierte PDF-Datei. Schriften, Logos und Bilder sind enthalten oder offene Quark-X-Press-Dateien, Tiff-Dateien oder EPS-Dateien.

Auflösung:

Bildbestandteile 300 dpi

Beschnittzugabe:

allseitig 5 mm

Beschnittzeichen zentriert

Bruttoformat (Mediabox) = Anzeigennettoformat
+ rundum 10 mm

Datenträger:

CD-ROM

Kontrollunterlagen:

Bei Farbanzeigen ist ein von den gelieferten Daten erstellter farbverbindlicher 1:1-Proof mitzuliefern. Zu den Daten muss notiert sein, ob sie an das Druckverfahren oder an das Auflagenpapier angepasst wurden. Der Datenträger ist mit dem Dateinamen zu beschriften, der Dateiname enthält Objektkürzel, Ausgabe, Kundename und Formatanwendung. Das Inhaltsverzeichnis ist auszudrucken. Bei Anlieferung von nicht ausdrücklich angeforderten anderen Druckunterlagen, z.B. Filmen oder anderen Formen von Datensätzen, behalten wir uns die Berechnung der Anfertigung der PDF- bzw. PS-Dateien zum Selbstkostenpreis vor.

Erscheinungstermine

Nr.	Ausgabe	Titelstory	Druckunterlagenschluss	Erstverkaufstag (EVT)
148	2/2012	Präpariert für das Laufjahr 2012	02.01.2012	24.02.2012
149	3/2012	Der Laufsuhntest 2012	01.02.2012	02.04.2012
150	4/2012	J.P. Morgan Corporate Challenge, Sommerzeit	02.04.2012	01.06.2012
151	5/2012	Trail-Running, Women-Running	01.06.2012	01.08.2012
152	6/2012	Ernährung & Gesundheit	01.08.2012	01.10.2012
153	1/2013	Marathon & mehr (Termine, Ratgeber, Statistik)	01.10.2012	03.12.2012

Änderungen vorbehalten

Mit RUNNING im Internet werben

Neben der Schaltung von Anzeigen im Magazin können Sie auf www.running-magazin.de unterschiedliche Bannerformate für Ihren Werbeauftritt nutzen. Sie bestimmen Größe, Laufzeit und Position. Einmal monatlich erhalten Sie umfassende Nutzungsstatistiken.

Es werden maximal 3 Banner pro Platzierung hintereinander geschaltet.

Bezeichnung	Platzierung	Format	Preis/Monat
Big Size	über der Website	728 x 90 Pixel	160,- Euro
Sky Scaper	auf der rechten Seite	120 x 600 Pixel	120,- Euro
Full Size	über der Website	468 x 60 Pixel	80,- Euro
Content Ad	platziert im Content	300 x 250 Pixel	55,- Euro
Quarter (links)	auf der rechten Seite	150 x 90 Pixel	40,- Euro



1. Die allgemeinen Geschäfts- und Lieferbedingungen gelten ausschließlich. Von diesen Lieferbedingungen abweichende Bedingungen des Bestellers haben keine Gültigkeit.
2. „Auftrag“ im Sinne der nachfolgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über das Erscheinen einer oder mehrerer Anzeigen des Auftraggebers in dem Magazin RUNNING - Das Laufmagazin zum Zweck der Verbreitung.
3. Wird ein Auftrag unter Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hatte, 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.
4. Für die Aufnahme von Anzeigen und Fremdbeilagen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen des Magazins wird keine Gewähr geleistet. Dies gilt nicht, wenn der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrages ausdrücklich davon abhängig gemacht hat. Bei rubrizierten Anzeigen gewährleistet der Verlag den Abdruck in der jeweiligen Rubrik, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
5. Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
6. Der Verlag behält sich vor, rechtsverbindlich bestätigte Aufträge sowie einzelne Anzeigen 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 Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und dessen Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils des Magazins erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
7. Der Auftraggeber trägt alleine die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Der Auftraggeber stellt den Verlag von Ansprüchen Dritter frei, die diesen aus der Durchführung des Auftrages, auch wenn er storniert werden sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge oder Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen stornierte Anzeigen, so stehen dem Auftraggeber etwaige Ansprüche daraus nur im Rahmen der nachstehend abgedruckten Ziffer 8 der allgemeinen Geschäftsbedingungen zu.
8. 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 Nachfrist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf 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 Fahrlässigkeiten von Erfüllungsgehilfen, die nicht leitende Angestellte sind; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgeltes beschränkt. Reklamationen müssen, außer bei nicht offensichtlichen Mängeln, innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

9. Preiserhöhungen können nur auf Grund gestiegener Vertriebs-, Lohn-, Druck-, und/oder Papierkosten erfolgen. Eine Preiserhöhung berechtigt nicht zur außerordentlichen Kündigung. Alle angegebenen Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer und gelten für die Zustellung innerhalb der Bundesrepublik Deutschland und wenn von ausländischen Firmen keine St-ID-Nummer genannt wird.
10. 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 übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
12. Ist keine besondere Größe der Anzeige vereinbart, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zu Grunde gelegt.
13. Die Begleichung der Rechnung ist 14 Tage nach Rechnungsstellung fällig. Die Rechnung wird in der Regel am Erstverkaufstag erstellt und mit dem Belegexemplar versendet.
14. Bei Zahlungsverzug werden Zinsen in Höhe von 10 % berechnet. Dem Auftraggeber ist jedoch der Nachweis gestattet, dass ein Schaden überhaupt nicht entstanden ist, oder der Schaden wesentlich niedriger ist als die Pauschale.
Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur vollständigen Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag auch während der Laufzeit eines Auftrages berechtigt, das Erscheinen der folgenden Anzeigen von einer Vorauszahlung sowie dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
15. Erfordern die seitens des Auftraggebers vorgelegten Druckunterlagen (Datensätze) eine Überarbeitung, sind die entstehenden Kosten vom Auftraggeber zusätzlich zu tragen. Der Verlag wird den Auftraggeber über die Höhe der anfallenden Kosten zuvor informieren.
16. Der Verlag bewahrt Druckunterlagen und Datensätze bis 3 Monate nach Erscheinender jeweiligen Anzeige auf. Sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist, ist der Verlag danach berechtigt, die Unterlagen und Datensätze zu vernichten.
17. Die vereinbarten Preise beruhen auf einer Mindestauflage von 35.000. Sollte diese Auflage unterschritten werden, wird der Verlag den Auftraggeber so rechtzeitig informieren, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten kann. Der Rücktritt hat schriftlich zu erfolgen. Bereits erschienene Anzeigen werden anteilig abgerechnet.
18. Der Kunde ist mit der automatisierten Verarbeitung seiner Daten einverstanden und über deren Speicherung informiert. Die Agentur WAG's speichert Kundendaten ausschließlich für vertragsgemäße Zwecke.
19. Erfüllungsort und ausschließlicher Gerichtsstand ist Freiburg im Breisgau.
20. Die allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten sinngemäß auch für die Aufträge über Beikleber, Beihefter oder sonstige technische Sonderausführungen.



Sportagentur  **WAG's**

Badenweilerstr. 2-4

D-79115 Freiburg

Tel.: +49 (0)761 – 2 11 72-10

Fax: +49 (0)761 – 2 11 72-11

www.running-magazin.de

info@running-magazin.de

Im Unternehmensverbund
Sportagentur WAG's/imua GmbH
erscheint

TRI TIME
DAS TRIATHLON-MAGAZIN