

# falstaff

GENIESSEN WEIN ESSEN REISEN

Falstaff Preisliste Nr. 2 gültig ab 1. Januar 2012



# VERLAGSANGABEN

Falstaff Preisliste Nr. 2 gültig ab 1. Januar 2012

Verlag: Falstaff Deutschland GmbH  
Anschrift: Grabenstraße 17, 40213 Düsseldorf  
Herausgeber: Hans Mahr  
Geschäftsführerin: Ursula Haslauer  
Assistenz: Renate Franken  
Vertrieb + Events: Katharina Richter  
Telefon: +49/(0)211/966 62 99-0  
Fax: +49/(0)211/966 62 99-9  
E-Mail: info@falstaff.de  
Internet: www.falstaff.de

Anzeigenrepräsentanz und Abwicklung: HRM Media Sales and Service GmbH, Grabenstraße 17, 40213 Düsseldorf (anzeigen@falstaff.de)  
Geschäftsbedingungen: Für die Abwicklung von Aufträgen gelten die Geschäftsbedingungen des Verlages.

Erscheinungsweise: 6 Ausgaben pro Jahr

Druckauflage: 50.000 Exemplare

Heftpreis/Abopreis: EUR 7,50/41,00

Preisangaben: Alle Preisangaben erfolgen in Euro zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Verbreitungsgebiet: Deutschland

Bankverbindung: Falstaff Deutschland GmbH, Stadtparkasse Düsseldorf, Kto. 1005682727 BLZ 30050110

IBAN: DE11300501101005682727 BIC: DUSSEDDXXX (Düsseldorf)

HRM Media Sales and Service GmbH, Stadtparkasse Düsseldorf, Kto. 1005682776 BLZ 30050110

IBAN: DE46300501101005682776 BIC: DUSSEDDXXX (Düsseldorf)

Zahlungsbedingungen: Zahlung sofort nach Rechnungserhalt ohne Abzug. Bei Zahlungseingang vor Erstverkaufstag werden 2% Skonto gewährt, sofern Rechnungen älteren Datums beglichen sind.

# TITELPORTRÄT

Falstaff Preisliste Nr. 2 gültig ab 1. Januar 2012

Die Deutschland-Ausgabe des Falstaff bringt das Beste aus der Welt des Weins, elegant verpackt und edel gestaltet. Sie vereint internationale Weinkompetenz mit anregendem Lesespaß über die Welt des Essens, Genießens und Reisens. Im Falstaff finden Sie exklusive Wein- und Winzergeschichten sowie Beiträge über ausgesuchte Restaurants und aufregende Reiseziele. Dazu alle Neuigkeiten aus der Gourmetszene und jede Menge Nutzwert fürs Einkaufen, Kochen und Ausgehen. Einfach besser leben – dafür steht Falstaff!

## Falstaff war...

Sir John Falstaff war ein lebenslustiger Genießer, den William Shakespeare in einigen seiner Stücke verewigt hat. Giuseppe Verdi widmete ihm sogar eine eigene Oper.

## Die Geschichte von falstaff - ein kurzer Abriss:

- 1980 wird Falstaff von den beiden Journalisten Hans Dibold und Helmut Romé in Wien gegründet. Über die Jahre hinweg erwirbt das Magazin einen herausragenden Ruf in Sachen Weinkompetenz – nicht nur in Österreich, sondern auch in den angrenzenden Weinbau treibenden Ländern.
- 2009 übernimmt Wolfgang Rosam, ein überaus erfolgreicher österreichischer Kommunikationsunternehmer, Weinsammler und Kunstliebhaber, die Mehrheit am Falstaff-Verlag.
- 2010 erscheint Falstaff Österreich mit einem revolutionären Relaunch, steigert die Frequenz von sechs auf acht Ausgaben und wird deutlich umfangreicher. Bei der Vinitaly 2010 wählten die italienischen Winzer Falstaff zum besten internationalen Weinmagazin.
- Seit dem 15. September 2010 hat das Warten der deutschen Leser ein Ende: Es erscheint die erste Falstaff-Ausgabe für Deutschland. Wolfgang Rosam ist der Treiber der Expansion. Herausgeber der deutschen Ausgabe ist der Medienberater und ehemalige RTL-Chefredakteur Hans Mahr. Deutschland soll der Blueprint für die Verbreitung des Magazins und der Marke Falstaff in andere europäische Länder werden.



Verlagsangaben/  
Titelporträt

Inhalt/Leserschafts-  
profil

Termine/ Preise und  
Formate

Preise und Formate/  
Beilagen

Falstaff Online

Falstaff Online/  
Falstaff-Markenwelt

AGB/Technische  
Angaben

# INHALT

Falstaff Preisliste Nr. 2 gültig ab 1. Januar 2012



## ESSEN

Die Welt der Kulinarik wird immer facettenreicher – entsprechend vielfältig ist das Themenspektrum des Falstaff: Es reicht von Porträts bekannter Köche und Restaurants über klassische Gastrokritiken und perfekt inszenierte Rezeptstrecken bis hin zu investigativen Reportagen.



## REISEN

Das Thema Reisen ist untrennbar mit dem Thema „Fine Dining“ verbunden. Die kulinarischen Städte- oder Regionenporträts im Falstaff liefern kompetente Empfehlungen zu allen gastronomischen und kulturellen Highlight.

## WEIN

Porträts bekannter Winzer, Interviews mit prominenten Weinpersönlichkeiten und umfangreiche Verkostungsnotizen von Weinen aus allen Weinregionen der Welt – Weinfreunde kommen im Falstaff voll auf ihre Rechnung.



## GENUSS

Die besten Hotels zum Wohlfühlen, Kunst und Kultur, pure Lebensfreude – alles, was zum Lifestyle gehört, hat seinen festen Platz im Falstaff Magazin.

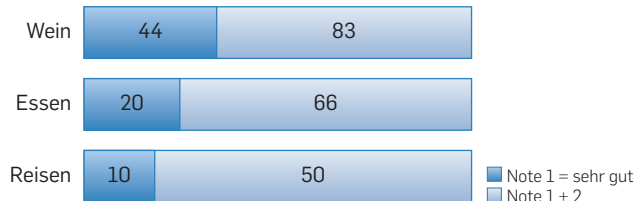


# LESERSCHAFTSPROFIL

Falstaff Preisliste Nr. 2 gültig ab 1. Januar 2012

## Beurteilung der Themenschwerpunkte

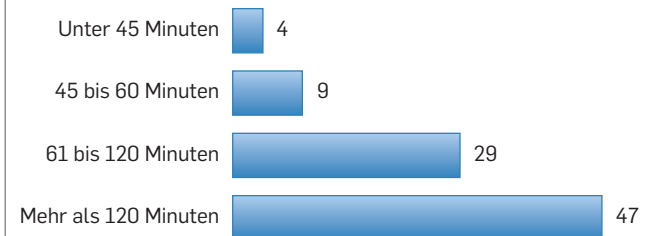
6-stufige Skala



Angaben in %

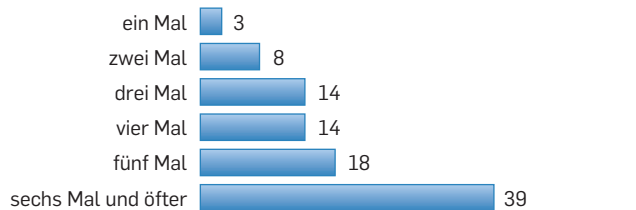
## Lesedauer

→ Durchschnittliche Lesedauer: 174 Minuten



## Häufigkeit der In-die-Hand-Nahme

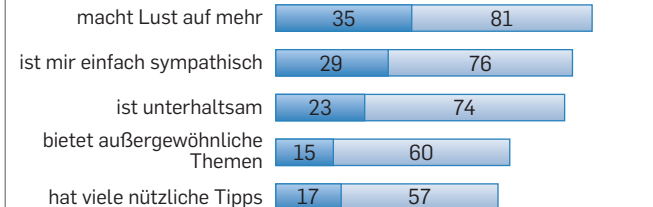
→ Durchschnittliche In-die-Hand-Nahme: sechs Mal



Keine Angaben 11%

Angaben in %

## Falstaff ...



Angaben in %

Quelle: CZAIA MARKTFORSCHUNG. Grundgesamtheit: Leser/Leserinnen des Magazins Falstaff, Ausgabe Nr. 01 vom 15. September 2010; Fallzahl: 672 Interviews (netto), davon 604 via schriftlicher Befragung und 68 via Internet; Erhebungszeitraum: 15. September bis 31. Oktober

Verlagsangaben/  
Titelportrait

Inhalt/Leserschafts-  
profil

Termine/ Preise und  
Formate

Preise und Formate/  
Beilagen

Falstaff Online

Falstaff Online/  
Falstaff-Markenwelt

AGB/Technische  
Angaben

# TERMINE

Falstaff Preisliste Nr. 2 gültig ab 1. Januar 2012

Ausgabe	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss
1	15.02.12	18.01.12	23.01.12
2	18.04.12	21.03.12	26.03.12
3	30.05.12	30.04.12	04.05.12
4	05.09.12	08.08.12	13.08.12
5	17.10.12	19.09.12	24.09.12
6	28.11.12	31.10.12	05.11.12

# PREISE UND FORMATE

Falstaff Preisliste Nr. 2 gültig ab 1. Januar 2012

FORMAT	Satzspiegelformat	Angeschnittenes Format	Preis in EURO
Breite x Höhe in mm	Breite x Höhe in mm	vierfarbig	
<b>Basisformate</b>			
2/1 Seite	406 x 268	466 x 300	14.400,00
1/1 Seite	203 x 268	233 x 300	9.000,00
2/3 Seite	131 x 268	147 x 300	7.425,00
1/2 Seite hoch	102 x 268	114 x 300	5.130,00
1/2 Seite quer	203 x 132	233 x 148	5.130,00
1/3 Seite hoch	62 x 268	81 x 300	3.780,00
1/3 Seite quer	203 x 80	233 x 96	3.780,00
1/4 Seite hoch	48 x 268	64 x 300	2.900,00
1/4 Seite quer	203 x 58,5	233 x 74,5	2.900,00
<b>Sonderplatzierungen*</b>			
Opening Spread (U2 und Seite 3)			18.000,00
U4			10.800,00
U3			9.950,00
1. Doppelseite			16.200,00
2. Doppelseite			15.300,00
1. re. Seite			10.440,00
2. re. Seite			9.900,00
1. li. Seite			9.900,00
2. li. Seite			9.540,00
<b>PR/Advertorial:</b>			
1/1, Texte beigestellt			9.000,00
2/1, Texte beigestellt			14.400,00
Tarife exkl. Gestaltung/Texte und Bilder rechtfrei beigestellt.			
Gestaltung: Pro 1/1 Seite EUR 1.800,00 (inkl. 2 Korrekturdurchgängen. Jeder weitere Korrekturdurchgang EUR 150,00)			
*Anzeigenschluss ist 2 Wochen vor dem regulären Anzeigenschluss.			

## Rabatte nach Malstaffel

2 Schaltungen	5%
4 Schaltungen	10%
6 Schaltungen	15%

**Rücktritt:** Rücktritt nur schriftlich. Der Rücktrittstermin entspricht dem Anzeigenschlusstermin.

Verlagsangaben/  
Titelporträt

Inhalt/Leserschafts-  
profil

Termine/ Preise und  
Formate

Preise und Formate/  
Beilagen

Falstaff Online

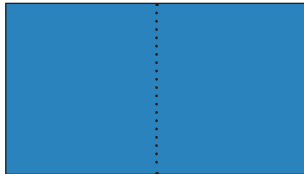
Falstaff Online/  
Falstaff-Markenwelt

AGB/Technische  
Angaben

# PREISE UND FORMATE

Falstaff Preisliste Nr. 2 gültig ab 1. Januar 2012

## FORMATE (Breite x Höhe)

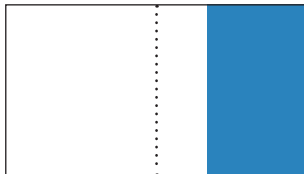


**2/1 Seite:**  
**Anschnitt** (Satzspiegel):  
466 (406) mm x 300 (268) mm  
EUR 14.400,00

Bei Bunddruckdruck ca. 3 mm Bunddoppelung je Seite

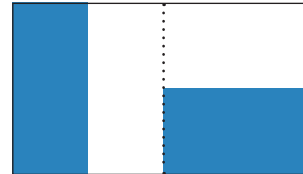


**1/1 Seite:**  
**Anschnitt** (Satzspiegel):  
233 (203) mm x 300 (268) mm  
EUR 9.000,00

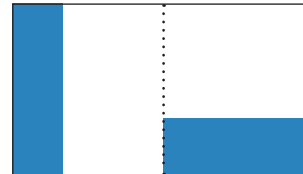


**2/3 Seite:**  
**Anschnitt** (Satzspiegel):  
147 (131) mm x 300 (268) mm  
EUR 7.425,00

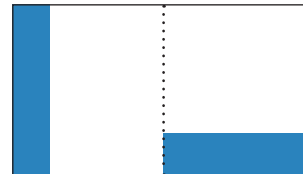
Achtung: **Beschnittzugabe 3 mm** rundum



**1/2 Seite:**  
Hoch, **Anschnitt** (Satzspiegel):  
114 (102) mm x 300 (268) mm.  
Quer, **Anschnitt** (Satzspiegel):  
233 (203) mm x 148 (132) mm  
EUR 5.130,00



**1/3 Seite:**  
Hoch, **Anschnitt** (Satzspiegel):  
81 (62) mm x 300 (268) mm.  
Quer, **Anschnitt** (Satzspiegel):  
233 (203) mm x 96 (80) mm  
EUR 3.780,00



**1/4 Seite:**  
Hoch, **Anschnitt** (Satzspiegel):  
64 (48) mm x 300 (268) mm.  
Quer, **Anschnitt** (Satzspiegel):  
233 (203) mm x 74,5 (58,5) mm  
EUR 2.900,00

# BEILAGEN/BEIKLEBER/BEIHEFTER

Falstaff Preisliste Nr. 2 gültig ab 1. Januar 2012

<b>BEILAGEN:</b>	Beilagen sind verarbeitungsfertig angelieferte Drucksachen, die der Zeitschrift lose beigelegt werden.
<b>Beilagenpreise:</b>	bis 20g Beilage EUR 250,00 pro Tsd.. Pro 20 g Mehrgewicht EUR 16,00/1.000 Exemplare.
<b>Rabatte + Provisionen:</b>	Auf die Kosten des Beilegens wird kein Rabatt gewährt. Agenturprovision wird gewährt.
<b>Beilagenformate:</b>	minimal: A6 (Postkartengröße), maximal: 220 mm x 290 mm
<b>BEIKLEBER:</b>	Beikleber sind verarbeitungsfertig angelieferte Produkte, die auf eine Trägeranzeige aufgeklebt werden, so dass sie vom Leser leicht abgenommen werden können.
<b>Beikleberpreise:</b>	95,00 EUR pro 1.000 Exemplare
<b>Mindestabnahme:</b>	1/1 Seite in der Gesamtausgabe (50.000 Exemplare)
<b>Rabatte+Provisionen:</b>	Auf die Kosten des Beiklebens wird kein Rabatt gewährt. Agenturprovision wird gewährt.
<b>Belegungsmöglichkeit:</b>	Gesamtauflage
<b>Formate:</b>	auf Anfrage
<b>BEIHEFTER:</b>	Beihefter sind verarbeitungsfertig angelieferte Drucksachen, die beim Verarbeiten fest mit der Zeitschrift verbunden werden.
<b>Beihefterpreise:</b>	2 Seiten EUR 95,00/1.000 Exemplare 4 Seiten EUR 115,00/1.000 Exemplare
<b>Beihefterformate:</b>	Mindestformat: 135 mm x 210 mm Höchstformat: 220 mm x 280 mm

# FALSTAFF ONLINE: [www.falstaff.de](http://www.falstaff.de)

Falstaff Preisliste Nr. 2 gültig ab 1. Januar 2012

Treffen Sie Ihre exklusive, konsumfreundliche Zielgruppe in einem redaktionellen Umfeld, das den schönen Dingen des Lebens mit Kompetenz und Liebe zum Detail gewidmet ist.

Home Login Neuhilfen Account? Jetzt registrieren.

**falstaff** WEIN GOURMET REISEN SERVICE + COMMUNITY

E-Paper Aktuelles Heft Abservice Guides & Bücher

Suche

**Bahnreisen in Indien: Luxus am Zug**

Zugreisen liegen im Trend. Vor allem die luxuriösen Angebote in aller Welt locken anspruchsvolle Touristen. So etwa der »Golden Chariot«, der die Reisenden auf eine exklusive Reise durch den Süden Indiens entführt.

**Kolumnen Meistgelesen**

- Das letzte Abendmahl mit 49 Gängen *Stefan Klein*
- Ein wenig Hoisk auf dem Weg zum Flughafen Nizza, eine satte Abzocke in Paris und Ferran Adrià...
- Frühstücken wie ein Kaiser *Florian Hauer*
- Die erste Mahadev des Tages ist in Hotels oftmals ein Argwohn. A-la-carte-Service ist selten...
- Indoor-Gärten: Grillpfannen und Teppanplatten *Philipp Hämmerle*
- Die Spuren des Feuers auf Steaks und Flachen muss man auch bei Böhschweiter nicht misen...

Alle Beiträge

facebook

Falstaff  
Gefällt mir

6.696 Personen gefällt Falstaff.

Perli Johannes Lukas Wintho Jilke

**SUCHE** [Weine, Winzer, Restaurant] [Winzer] [Suchen] Erweiterte Suche

**WEIN**

- Deutscher Spätburgunder Preis 2011: Regionalsieger Franken  
Das Weingut Roth belegt mit seinem 2008 Wiesentbrunn Heller Berg Spätburgunder »Geden
- Deutsche trinken 20,5 Liter Wein pro Kopf und Jahr  
Das beliebteste Getränk im Ranking ist nach wie vor Kaffee. Beim Wein sind die Franzosen...
- Deutscher Spätburgunder Preis 2011: Regionalsieger Saale-Unstrut  
Kimmans Auszeit 2009 belegt den ersten Platz.

**GOURMET**

- Heiße Buchtipps für Grill-Fans**  
Von »Steaks bis »Austro: Liebhaber des Outdoor-Genusses kommen mit diesen Titeln auf ihre Kosten...
- »Koch des Jahres« - Finalisten stehen fest**  
Gesucht werden die besten Profiköche Deutschlands, Österreichs und der Schweiz: Dieter Müller...
- Kulinarisches Interview mit Johann Lafer**  
»Ein Leben für den guten Geschmack«, so das Motto des Spitzenkochs, der Insekten und Hering meidet...

**REISEN**

- Business-Traveling in Los Angeles**  
Schauspieler und Buchautor Hannes Jaenicke verrät seine Tipps für die Metropole an der Westküste.
- Verrückte Hotels - vom Flugzeug bis zum Weinfass**  
Urlaub in einer Höhle, im Iglu, in einer Kirche, im Gefängnis, einem Müllberg oder noch...
- Die Garküchen Vietnams**  
Das einstige Reich des Revolutionärs Ho Chi Minh bietet Reisenden eine Küche, die als die...

# FALSTAFF ONLINE:

Falstaff Preisliste Nr. 2 gültig ab 1. Januar 2012

## Leistungen und Preise



### CONTENT AD/ MEDIUM RECTANGLE

300 x 250 Pixel, Fixplatzierung  
auf der Startseite

Pro Monat EUR 990,00  
Pro Woche EUR 320,00

### CONTENT AD/ MEDIUM RECTANGLE

300 x 150 Pixel, Fixplatzierung  
auf der Startseite

Pro Monat EUR 820,00  
Pro Woche EUR 290,00



### SKYSCRAPER

160 x 600 Pixel,  
Platzierung rechts neben  
Content-Bereich

Pro Monat EUR 990,00  
Pro Woche EUR 320,00



### SITEBAR

300 x 600 Pixel,  
Platzierung rechts neben Content-Bereich  
Bleibt auch beim Scrollen im Bild

Pro Monat EUR 1.090,00  
Pro Woche EUR 350,00

Verlagsangaben/  
Titelporträt

Inhalt/Leserschafts-  
profil

Termine/ Preise und  
Formate

Preise und Formate/  
Beilagen

Falstaff Online

Falstaff Online/  
Falstaff-Markenwelt

AGB/Technische  
Angaben

# FALSTAFF ONLINE

Falstaff Preisliste Nr. 2 gültig ab 1. Januar 2012

## Leistungen und Preise



### ADVERTORIAL

PR-Artikel im Look & Feel der Falstaff News, 7 Tage garantiert auf der Startseite, dann im passenden Ressort erreichbar.

Pro Monat, inkl. Teaser auf Facebook, 30 Tage  
garantiert auf der Startseite

EUR 990,00

Advertorial inkl. Bildergalerie mit bis zu 20 Bildern

EUR 1,490,00

Advertorial inkl. Gewinnspiel

EUR 1,490,00

Advertorial inkl. Quiz mit 10 Fragen

EUR 1,490,00

Advertorial inkl. Quiz und Gewinnspiel

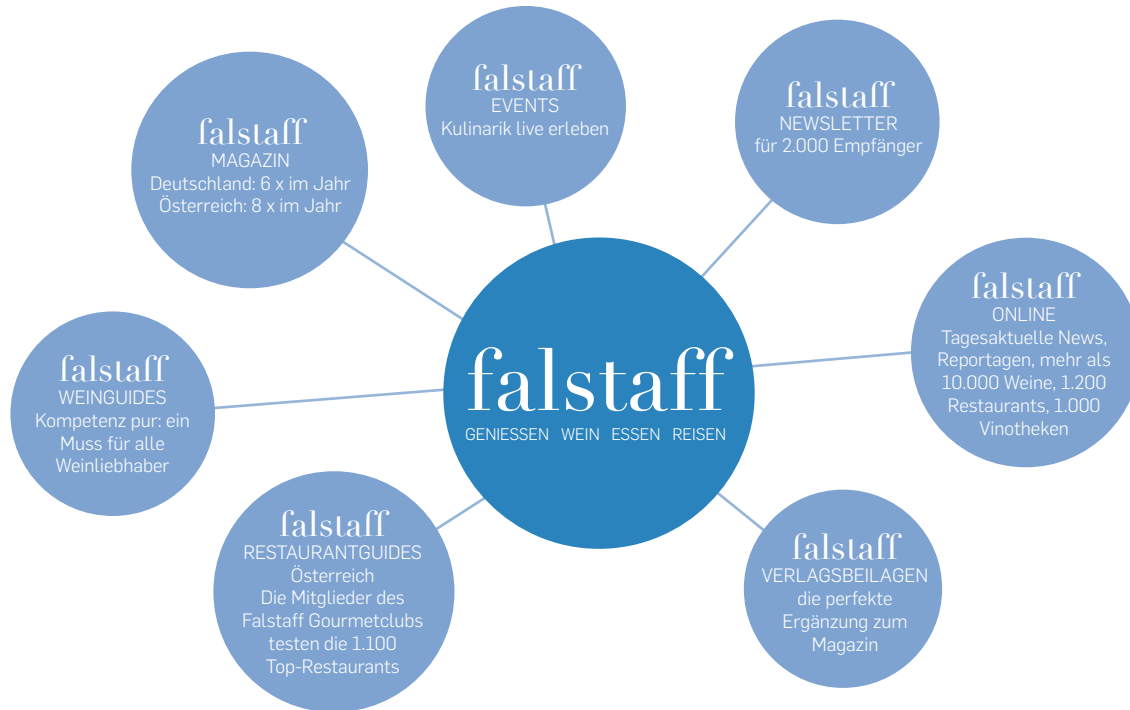
EUR 1,790,00

Die Preise (TKP) richten sich nach Run-Over-Site (ROS) Platzierungen, das heißt die Werbemittel werden über alle Seiten verteilt ausgespielt. Gerne beraten wir Sie über Fixplatzierungen und Frequenzsteuerung. Die verschiedenen Werbemittel können beliebig kombiniert werden.

Ansprechpartner Online: Renate Franken, E-Mail: [renate.franken@falstaff.de](mailto:renate.franken@falstaff.de)

# DIE FALSTAFF-MARKENWELT

Falstaff Preisliste Nr. 2 gültig ab 1. Januar 2012



Verlagsangaben/  
Titelporträt

Inhalt/Leserschafts-  
profil

Termine/ Preise und  
Formate

Preise und Formate/  
Beilagen

Falstaff Online

Falstaff Online/  
Falstaff-Markenwelt

AGB/Technische  
Angaben

# ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Falstaff Preisliste Nr. 2 gültig ab 1. Januar 2012

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 Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger 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 höhere 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.
6. Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen 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 Musters 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.
8. Für die rechtzeitige Lieferung einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
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 Nachfrist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Rücktrittsrecht. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen. In den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten für grobe Fahrlässigkeit ein Ersatz 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 der 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 Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlungen werden nach der Preisliste gewährt.
12. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Dem Kunden bleibt der Nachweis eines geringeren Verzugschadens vorbehalten. 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 und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
13. Der Verlag liefert nach der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages 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 Druckvorlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte und zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
15. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Gerichtsstand ist, soweit das Gesetz zwingend nichts anderes vorsieht, der Sitz des Verlages.

# ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Falstaff Preisliste Nr. 2 gültig ab 1. Januar 2012

## Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages:

- a) Die Allgemeinen und unsere zusätzlichen Geschäftsbedingungen, die Auftragsbestätigung und die jeweils gültige Preisliste sind für jeden Auftrag maßgebend. Der erteilte Auftragsauftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.
- b) Bei fernmündlich veranlassten Änderungen in Anzeigen und Abbestellungen übernimmt der Verlag keine Haftung.
- c) Platzierungsvorschriften werden nur durch ausdrückliche Bestätigung des Verlages anerkannt.
- d) Sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist, treten neue Tarife bei Preisanpassungen auch für laufende Aufträge sofort in Kraft.
- e) Bei höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme oder Betriebsstörungen hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80 % der garantierten verkauften Auflage erfüllt sind. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, indem die garantierte verkaufte Auflage zur tatsächlich gelieferten Auflage steht. Alle weiteren Ansprüche auf Erfüllung oder Schadenersatz sind ausgeschlossen.
- f) Bei Druckvorlagen, die zusätzlich Satzkosten verursachen, werden diese in Rechnung gestellt. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungtreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Bei Überschreitung der im Terminplan festgelegten Daten für die Übersendung der Druckunterlagen kann keine Gewähr für eine einwandfreie Druckwiedergabe übernommen werden. Die Pflicht der Aufbewahrung von Druckunterlagen erlischt drei Monate nach dem Erscheinen der Anzeige, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist. Fehlende oder fehlerhaft gedruckte Kontrollangaben ergeben keinen Anspruch für den Auftraggeber.
- g) Für die Anwendung eines Konzernrabattes auf Tochtergesellschaften ist der schriftliche Nachweis einer Kapitalbeteiligung von mehr als 50 % erforderlich.
- h) Die Werbungsmitler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- i) Bei Kunden/Werbeagenturen, die erstmalig mit dem Verlag in Geschäftsverbindung treten, kann Vorauskasse bis zum Anzeigenschlusstermin verlangt werden.
- j) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des Anzeigentextes/ Bildmotivs. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesem aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Der Verlag ist berechtigt, Werbung für Arznei- und Heilmittel von einer schriftlichen Zusicherung des Verantwortlichen über die rechtliche Zulässigkeit abhängig zu machen und/oder auf Kosten des Auftraggebers die Werbevorgabe von einer sachverständigen Stelle auf die rechtliche Zulässigkeit überprüfen zu lassen.

## TECHNISCHE ANFORDERUNGEN/PRINT

Highres-Druck-PDF mit mindestens 300 dpi; Schriften vollständig eingebettet bzw. als Pfade; Farbprofil: ISO coated\_v2\_300 (ECI); mindestens 3 mm Beschnittzugabe (»Überfüller«) rundherum.

Datenübertragung: [anzeigen@falstaff.de](mailto:anzeigen@falstaff.de)  
Ansprechpartner: Renate Franken, E-Mail: [renate.franken@falstaff.de](mailto:renate.franken@falstaff.de)

Verlagsangaben/  
Titelportrait

Inhalt/Leserschafts-  
profil

Termine/ Preise und  
Formate

Preise und Formate/  
Beilagen

Falstaff Online

Falstaff Online/  
Falstaff-Markenwelt

AGB/Technische  
Angaben

# ANSPRECHPARTNER

Falstaff Preisliste Nr. 2 gültig ab 1. Januar 2012

---

## **Geschäftsführung**

Ursula Haslauer

Tel. +49/(0)211/966 62 99-0

E-Mail: ursula.haslauer@falstaff.de

## **Assistenz/Anzeigendisposition**

Renate Franken

Tel. +49/(0)211/966 62 99-0

E-Mail: renete.franken@falstaff.de

## **Vertrieb und Events**

Katharina Richter

Tel. +49/(0)211/966 62 99-3

E-Mail: katharina.richter@falstaff.de

## **Nielsen 1, 2 und 3a**

Katja Maria Wulf

Keniastraße 16

47269 Duisburg

Tel. +49/(0)203/7 10 31 15

E-Mail: katja.wulf@falstaff.de

## **Nielsen 3b und 4**

Andreas Vester

Gaildorfer Straße 19

70374 Stuttgart

Tel. +49/(0)711/5 05 12 49

E-Mail: andreas.vester@falstaff.de

## **Falstaff Deutschland GmbH**

Grabenstraße 17

40213 Düsseldorf

www.falstaff.de

Tel. +49/(0)211/966 62 99-0

Fax: +49/(0)211/966 62 99-9

## **Beratung Gastronomie und Hotels**

Monika Uschkamp

Tel. +49/(0)211/966 62 99-4

E-Mail: monika.uschkamp@falstaff.de

## **Beratung Vinotheken**

Corinna Dohm

Tel. +49/(0)211/966 62 99-2

E-Mail: corinna.dohm@falstaff.de