

TRAUE
KEINEM
ÜBER
DIN A6



mediadaten national 2010 / 11

subculture

urban navigator - since 1995

Titelprofil / Verbreitung

subculture

Clubkulturträger seit 1995 - die Facts

subculture erscheint monatlich in Stuttgart, Ulm/NeuUlm, RheinMainNeckar, KoblenzBonnKöln, Freiburg und SchwarzwaldBaarBodensee mit einer Gesamtauflage von **105.000** Exemplaren.

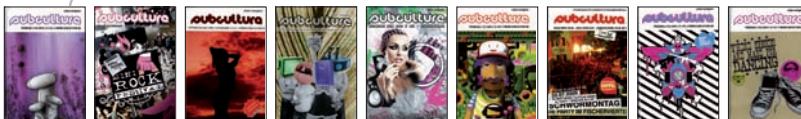
Der Inhalt | subculture beschäftigt sich vorrangig mit aktuellen Themen aus Mode, Kultur, Lifestyle, Technik und natürlich dem kompletten Spektrum der Dancemusik. Redaktionell wird bei subculture dezentral gearbeitet, was bedeutet, dass jede Ausgabe autonom handelt, um das szenennahe Konzept mit regionalen Schwerpunkten authentisch umsetzen zu können.

Der Preis | subculture ist kostenlos in der Trendgastronomie, in Clubs/Diskotheiken und im affinen Einzelhandel erhältlich.

Das Format | Das Espressoformat passt in jede Hosen- oder Hemdtasche und wird (nicht nur deshalb) schneller als Magazine konventioneller Formate ‚abgegriffen‘.

Die Zielgruppe | subculture, der Navigator durch das urbane Leben, bedient die moderne medien-, freizeit- und konsumorientierte Kernzielgruppe der 18-35-Jährigen.

Die Verteilung | Durch ein klares, zielgruppenorientiertes Konzept, einhergehend mit einer ausgefeilten Vertriebsstruktur, wurden die Streuverluste auf ein Minimum reduziert. Die über 2.000 Auslagestellen garantieren eine maximale Durchdringung, Verfügbarkeit und Flächendeckung. Hier wird nicht nur an der Oberfläche gekratzt...



subculture ist Träger der Initiative ‚Vertrauen statt Kontrolle‘ (VSK) und unterliegt keiner Auflagenkontrolle. Über 2.200 garantierte Auslagestellen sprechen jedoch für sich.

Freiburg	20.000	Stück
KoblenzBonnKöln	20.000	Stück
RheinMainNeckar	15.000	Stück
SchwarzwaldBaarBodensee	10.000	Stück
Stuttgart	25.000	Stück
Ulm/NeuUlm	15.000	Stück
Gesamt	105.000	Stück

Leserstruktur

Alter: 85% der Leser sind 18-35 Jahre alt
Geschlecht: 45% weiblich, 55% männlich

Verteilung

50% Einzelhandel
40% Clubs/Diskotheiken/Café/Bars
10% Handverteilung/Promotion (Hand2Hand)

Auflage

Druckauflage 105.000
verbreitete Auflage 103.000

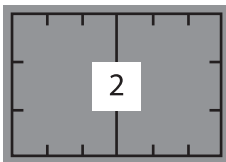
Werbeanteil

maximal 40%

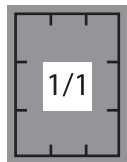


Formate / Tarife / Rabatte

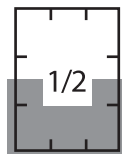
Preisliste gültig ab 01.08.2010
Alle Preise in Euro zzgl. MwSt.



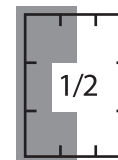
Format 210 x 148 mm (A5 quer)
Format + Beschnitt 216 x 154 mm
Satzspiegel 200 x 138 mm



Format 105 x 148 mm (A6)
Format + Beschnitt 111 x 154 mm
Satzspiegel 95 x 138 mm



Format 105 x 74 mm (A7 quer)
Format + Beschnitt 111 x 80 mm
Satzspiegel 95 x 69 mm



Format 52 x 148 mm (A7 hoch)
Format + Beschnitt 58 x 154 mm
Satzspiegel 47 x 138 mm

	2/1 4c	1/1 4c	1/2q 4c	1/2h 4c
Stuttgart	1300,-	750,-	450,-	450,-
Freiburg	1200,-	650,-	350,-	350,-
KoblenzBonnKöln	1200,-	650,-	350,-	350,-
RheinMainNeckar	1200,-	650,-	350,-	350,-
Ulm/NeuUlm	1100,-	550,-	350,-	350,-
SchwarzwaldBaarBodensee	1000,-	500,-	300,-	300,-

	U2 (innen / vorne)	U3 (innen / hinten)	U4 (außen / hinten)	Mitteldoppelseite
Stuttgart	1/1 Seite + 200,-	1/1 Seite + 200,-	1/1 Seite + 300,-	2/1 Seite + 200,-
Freiburg	1/1 Seite + 150,-	1/1 Seite + 150,-	1/1 Seite + 250,-	2/1 Seite + 150,-
KoblenzBonnKöln	1/1 Seite + 150,-	1/1 Seite + 150,-	1/1 Seite + 250,-	2/1 Seite + 150,-
RheinMainNeckar	1/1 Seite + 150,-	1/1 Seite + 150,-	1/1 Seite + 250,-	2/1 Seite + 150,-
Ulm/NeuUlm	1/1 Seite + 150,-	1/1 Seite + 150,-	1/1 Seite + 250,-	2/1 Seite + 150,-
SchwarzwaldBaarBodensee	1/1 Seite + 100,-	1/1 Seite + 100,-	1/1 Seite + 150,-	2/1 Seite + 100,-

Kulturrabatt / Ortspreis

Kulturträger, -veranstalter und Vereine sowie Regionalkunden erfragen ihre Konditionen bitte bei der jeweiligen Regionalausgabe.

Agenturen

Bei Agenturbuchungen werden 15% AE auf die oben genannten Anzeigenpreise gewährt.

Zahlungsbedingungen

Bankeinzug oder Vorkasse.
Nach Vereinbarung innerhalb 14 Tagen ab Rechnungsdatum.

Kombirabatt

ab 3 Regionalausgaben: 3 %
ab 5 Regionalausgaben: 8 %

Der Kombirabatt richtet sich produktbezogen nach Anzahl der gebuchten Einzeltitel pro Ausgabe.

Malrabattstaffel

ab 3 Anzeigen 3 %
ab 6 Anzeigen 5 %
ab 10 Anzeigen 8 %
ab 12 Anzeigen 15 %

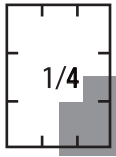
Mengenrabattstaffel

ab 3 Seiten 5 %
ab 6 Seiten 10 %
ab 9 Seiten 12 %
ab 12 Seiten 15 %
ab 18 Seiten 20 %

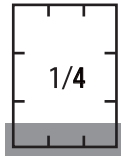
Rabatte nach Mal- und Mengenstaffel werden pro gebuchten Einzeltitel berechnet. Rabattabschlüsse werden kundenbezogen maximal für den Zeitraum von einem Jahr eingerichtet.

Ad Specials / Sonderwerbeformen

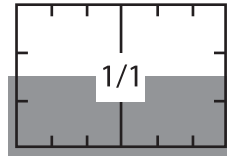
Preisliste gültig ab 01.08.2010
Alle Preise in Euro zzgl. MwSt.



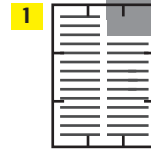
Format 52 x 74 mm (1/4 hoch)
Format + Beschnitt 58 x 80 mm
Satzspiegel 46 x 69 mm



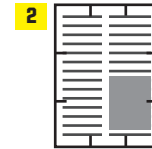
Format 105 x 37 mm (1/4 quer)
Format + Beschnitt 111 x 43 mm
Satzspiegel 95 x 33 mm



Format 210 x 74 mm (1/1 quer)
Format + Beschnitt 216 x 80 mm
Satzspiegel 200 x 148 mm



Format 46 x ca. 30 mm
Präsentation



Format 46 x 64 mm
Stopper



Text + Bild
Advertorial

Ausgabe	Auflage	1/4*	1/1 quer*	1 Präsentation**	2 Stopper*	3 Advertorial / Promotio[n]text***
Stuttgart	25.000	300,-	850,-	450,-	300,-	150,-
Freiburg	20.000	250,-	750,-	400,-	250,-	150,-
Koblenz/Bonn/Köln	20.000	250,-	750,-	400,-	250,-	150,-
Rhein/Main/Neckar	15.000	250,-	750,-	400,-	250,-	150,-
Ulm/Neu-Ulm	15.000	250,-	650,-	350,-	250,-	150,-
Schwarzwald/Baar/Bodensee	10.000	200,-	600,-	300,-	200,-	150,-

*Preise zzgl. MwSt., ** Laufzeit mindestens 6 Monate (auch alle zwei Monate möglich). Preise pro Ausgabe und Schaltung zzgl. MwSt., *** Preise weder rabattfähig noch kompensierbar durch Verlosungsartikel, zzgl. MwSt.



1 Präsentation / Rubriken- / Seitensponsoring

Werben Sie dort wo Sie zu Hause sind. Präsentieren Sie glaubwürdig und regelmäßig eine Rubrik Ihrer Wahl. Mögliche Rubriken: Partypics, Soundcheck, Termine, Newsflash, Charts...



2 Stopper / Anzeigenblocker im Veranstaltungskalender

Ganz klar ein Eyecatcher, mit optimaler und termingenaue[r] Wirkung. Die Platzierung eines terminzugehörigen Fotos, einer Event- oder Kleinanzeige. Auch weitere Rubriken und Formatabweichungen sind hier möglich.



3 Advertorial / Promotio[n]text / Gewinnspiel

Ausgehend von gestelltem Text- & Bildmaterial produzieren wir ohne weitere Zusatzkosten einen redaktionellen Beitrag (1.000 - 1.500 Zeichen inkl. Leer) im Look & Feel von subculture. Dieser überdurchschnittlich glaubwürdigen Präsentationsform der Inhalte steht i.d.R. eine höhere Aufnahmebereitschaft gegenüber, da unser Leser die Werbebotschaft innerhalb seines gewohnten redaktionellen Umfeldes empfängt.

Benefit: Ohne weitere Kosten wird der Artikel prominent (inkl. Illustration und Wunschl[ink]) auf www.subculture.de veröffentlicht.



www.subculture.de

Online- und Newsletterwerbung

Das Web-Portal | subculture.de ist kein weiteres Community-Portal, welches sich in den Schatten weniger Großer und unzähliger Kleiner einreihet. Unser Portal bietet neben der größten Datenbank für Partytermine in Deutschland (über 3.000 Termine monatlich!) auch einen der größten wie kostenlosen redaktionellen Online-Inhalte im Lande, wenn es um Themen wie Party, Musik und Lifestyle geht. Die Kernstücke der Website sind die Rubriken Magazin, Termine, Location, Partytips und Community. Durch eine ausgeklügelte Verlinkung aller Elemente werden logische Verknüpfungen zwischen den Rubriken hergestellt. Dies erhöht die Verweildauer und stärkt den ohnehin ausgeprägten Infotainment-Charakter. Angemeldete User können ein eigenes Microprofil anlegen, Kommentare abgeben, Artikel und Fotos bewerten, virtueller Stammgast Ihrer Lieblingslocation werden, oder sich mit anderen Usern vernetzen. Ergänzend werden User, auf Ihren Wunsch hin, wöchentlich mit Infos via Newsletter versorgt.

Wir bieten an strategisch ausgewählten Positionen Werbeoptionen an, die es Ihnen ermöglichen, kontaktstark für Produkte, Dienstleistungen, Veranstaltungen und / oder Ihr Unternehmen zu werben.

Webstatistik*

Seite / Region	Visits	PageViews
RheinMainNeckar	30.386	156.384
Stuttgart	26.143	124.688
Freiburg	24.835	158.636
KölnBonnKoblenz	9.738	46.720
SchwarzwaldBaarBodensee	7.282	26.247
Ulm/NeuUlm	5.763	27.646
Summe	104.147	540.321

*Monatlich / Mittelwert aus Zeitraum 01.01 - 30.06.2010

Web / Bannerwerbung

Preisliste gültig ab 01.08.2010
Alle Preise in Euro zzgl. MwSt.

Banner	Region	pro Woche	Banner	Region	pro Woche
1 Super-Banner Maße: 728 x 90 pxl	Stuttgart Freiburg KölnBonnKoblenz Ulm/NeuUlm RheinMainNeckar SchwarzwaldBaarBodensee	130,- 120,- 95,- 70,- 130,- 70,-	4* Banner Box Maße: 200 x 300 pxl (Höhe variabel max. 300 pxl)	Stuttgart Freiburg KölnBonnKoblenz Ulm/NeuUlm RheinMainNeckar SchwarzwaldBaarBodensee	95,- 85,- 60,- 50,- 95,- 50,-
2 Skyscraper Maße: 120 x 600 pxl	Stuttgart Freiburg KölnBonnKoblenz Ulm/NeuUlm RheinMainNeckar SchwarzwaldBaarBodensee	110,- 95,- 70,- 60,- 110,- 60,-	5* Medium Rectangle Maße: 300 x 250 pxl	Stuttgart Freiburg KölnBonnKoblenz Ulm/NeuUlm RheinMainNeckar SchwarzwaldBaarBodensee	95,- 85,- 60,- 50,- 95,- 50,-
3 Fullsize Maße: 480 x 60 pxl	Stuttgart Freiburg KölnBonnKoblenz Ulm/NeuUlm RheinMainNeckar SchwarzwaldBaarBodensee	60,- 50,- 35,- 30,- 60,- 30,-	Formate	max. 200 kb	jpg gif swf

*Hier nicht angezeigt, auf allen Unterseiten sichtbar.

Web / Sonderwerbeformen

Preisliste gültig ab 01.08.2010
Alle Preise in Euro zzgl. MwSt.



1 Advertorial / Promotiontext

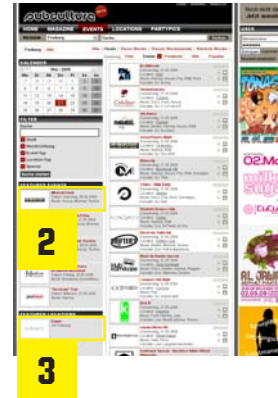
Ausgehend von gestelltem Text- und Bildmaterial erstellen wir einen redaktionellen Beitrag (circa 2.000 Zeichen inkl. Leerz.) welcher bevorzugt dargestellt wird. Advertorials werden als „Featured“ und zusätzlich „OnStart“ auf der Home-Seite positioniert.

Region	Featured + onStart
Freiburg	60,-
KölnBonnKoblenz	40,-
RheinMainNeckar	60,-
SchwarzaldBaarBodensee	25,-
Stuttgart	60,-
Ulm/NeuUlm	25,-

2 TOP-Events

Partys, Konzerte und weitere Anlässe werden in der Regel kostenlos auf subculture.de eingetragen. Voraussetzung hierfür ist natürlich das Vorliegen einer Pressemeldung mit allen relevanten Informationen. Sie können Ihre Veranstaltung prominent als „Featured“ Event „OnStart“ auf der Home-Seite darstellen lassen.

Region	Featured + onStart
Freiburg	35,-
KölnBonnKoblenz	25,-
RheinMainNeckar	35,-
SchwarzaldBaarBodensee	25,-
Stuttgart	35,-
Ulm/NeuUlm	25,-



4 Bildergalerie / Partypics

Bildergalerien gehören zu den beliebtesten Inhalten der subculture.de User. Wir publizieren Galerien kostenlos und nach eigenem Ermessen. Wenn Sie Interesse an einer kooperativ produzierten Bildergalerie haben, oder eine bestimmte Veranstaltung / Location fotografiert haben möchten, dann nehmen Sie gerne Kontakt mit uns auf.

Die **Preisangaben** auf dieser Seite gelten pauschal je Region und **pro Woche**. Die Anzahl an Advertorials und TOP-Events sind je auf maximal 10 pro Region limitiert.

Newsletter / Anzeigenwerbung

Preisliste gültig ab 01.08.2010
Alle Preise in Euro zzgl. MwSt.



Region	Teilnehmer	Versand	Buchungsschluss
Freiburg (FR)	6.000	wöchentlich do. / fr.	mittwochs 18h
KölnBonnKoblenz (KBK)	7.500	wöchentlich mittwochs	dienstags 18h
RheinMainNeckar (RMN)	190.000	wöchentlich mittwochs	dienstags 18h
Stuttgart (ST)	4.500	wöchentlich donnerstags	mittwochs 18h
SchwarzwaldBaarBodensee (SBB)	3.500	wöchentlich mittwochs	dienstags 18h

Formen, Formate und Preise

Werbeart

	Region / Preis				
	FR	KBK	RMN	ST	SBB
1 Feature-TOP Bild 560 x 240 pxl (jpg, png, gif), Text max. 2.000 Zeichen (inkl. LZ), Hyperlink	120,-	130,-	500,-	110,-	100,-
2 Anzeige Bild 160 x 226 pxl (jpg, png, gif), Text max. 500 Zeichen evtl. Logo, Hyperlink	60,-	70,-	250,-	50,-	40,-
3 Advertorial / Promotioext Bild 130 x 184 pxl (jpg, png, gif), Text max. 600 Zeichen (inkl. LZ), Hyperlink	50,-	60,-	200,-	40,-	30,-
4 Feature-Bottom Bild 130 x 184 pxl (jpg, png, gif), Text max. 600 Zeichen (inkl. LZ), Hyperlink	35,-	45,-	150,-	25,-	20,-
Stand-Alone Werbeexklusivität (der Newsletter beinhaltet nur Ihre Werbung) max. 10 Bilder oder Videos, max. 5.000 Zeichen (inkl. LZ), Hyperlinks	550,-	560,-	1150,-	540,-	300,-

Termine / Kontakte

Ausgabe

Erscheinungstag

September	01. September 2010
Oktober	01. Oktober 2010
November	29. Oktober 2010
Dezember	01. Dezember 2010
Januar	31. Dezember 2010 / 03. Januar 2011 12/01 Doppelausgabe*
Februar	01. Februar 2011

*Doppelausgabe: Rhein/Main/Neckar, Ulm/Neu/Ulm

Ausgabe

Erscheinungstag

März	26. März 2011
April	30. März 2011
Mai	29. April 2011
Juni	31. Mai 2011
Juli	30. Juni 2011
August	29. Juli 2011 07 / 08 Doppelausgabe*

Redaktionsschluss

jeweils zum 10. des Vormonats

Buchungsschluss

13 Tage vor Erscheinungstag

Druckunterlagenchluss

10 Tage vor Erscheinungstag

Die Termine entsprechen der Jahresplanung 2010 / 11 und sind nicht bindend. Irrtümer und Änderungen vorbehalten. Die genauen Schlusstermine erhalten Sie mit Ihrer Anzeigenbuchung oder ggf. monatlich aktualisiert per E-Mail. Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften siehe www.subculture.de.

Überregionale Anzeigen subculture - general office

subculture - urban media
subculture GmbH & Co. KG
Amtsgericht / Sitz: Freiburg, HRA 702059
Zähringer Straße 13b
D - 79108 Freiburg

Redaktion & Anzeigenleitung:
Thorsten Leucht
Fon +49 (0) 761 / 55 73 78 0
Fax +49 (0) 761 / 55 73 78 88
Mail info@subculture.de
Web www.subculture.de

SOMA 2 webcombi Onlinewerbung

Die nationale Onlinevermarktung von www.subculture.de erfolgt durch:

SOMA 2 GmbH (WebCombi)
Mike Steinert
Industriestraße 12 - 14
82110 Germering
Fon +49 (0) 89 / 452 06 85 - 25
Fax +49 (0) 89 / 452 06 85 - 18
Mail ms@soma2.de
Web www.webcombi.de

Leserprofil

Die nachfolgend dargestellte Aufschlüsselung unserer Leser und deren Verhalten resultiert aus unsere Umfrage (Januar 2008), bei der sich 3.600 Leser beteiligten. Die komplette Auswertung senden wir gerne auf Mailanfrage zu.

Alter

Unter 18 Jahre	7,89 %
18 bis 24 Jahre	30,81 %
25 bis 34 Jahre	44,86 %
Älter als 34 Jahre	16,44 %

Berufliche Stellung

SchülerIn	5,89 %
StudentIn	17,82 %
Selbständig	9,21 %
Arbeitssuchend	4,23 %
Azubi	7,7 %
Berufstätig	52,72 %
Bund/Zivi/soz. Jahr	2,11 %

Wie viele Personen lesen dein subculture noch mit?

keine	33,53 %
1 Person	33,38 %
2 Personen	21,45 %
3 Personen	5,74 %
mehr	5,74 %

Geschlecht

weiblich	44,11 %
männlich	55,59 %

Schulbildung

Abitur	28,4 %
Mittlere Reife	34,29 %
Uni/FH	13,75 %
Hauptschulabschluss	9,97 %
Kein Abschluss	1,36 %
BK/Fachhochschulreife	11,93 %

Wie gestaltest du deine Freizeit?

60,27 % Sport, 86,56 % Freunde, 79,46 % Musik, 55,44 % Lesen, 66,16 % Bars/Restaurants, 61,63 % PC/Internet, 69,34 Fernsehen/DVD, 78,55 % Party/Konzert, 43,81 % Theater/Kino, 27,19 % Sonstiges

Wofür gibst du dein Geld gerne aus?

77,49 % Kleidung, 57,85 % Clubbing, 36,71 % Zeitschriften/Magazine, 10,88 % Konsole/Computerspiele, 27,34 % Unterhaltungselektronik allg., 26,76 % Sport, 34,59 % Kino/DVD, 52,11 % Musik, 26,89 % Wellness/Beauty, 46,53 % Reisen/Urlaub, 69,03 % Essen/Trinken, 23,26 % Auto, 18,43 % Sonstiges

Technische Daten

Format	DIN A6, 105 mm x 148 mm (geschlossen) Rückstich Klammerheftung
Druck	Offsetdruck, 4c / Bogenoffset (ISO 12647-2)
Sonderfarben	Auf Anfrage und gegen Aufpreis möglich
Druckraster	70er Raster
Druckerprofil	auf Anfrage

Druckunterlagen

Wir akzeptieren ausschließlich digital gelieferte Anzeigenvorlagen in den Formaten *.jpg, *.tif oder *.pdf, mit einer Auflösung von 350 dpi im CMYK-Modus. Angelieferte Daten sollten eindeutig benannt werden: kunde_ausgabe_format

Anzeigendaten

E-Mail: info@subculture.de (bis 20 MB Größe). Bei größeren Datenmengen empfehlen wir die Daten auf einem Datenträger zu liefern. Akzeptierte Datenträger: CD, DVD+/-R, DVD-Rom/Ram.

Dateierstellung

Alle Farbbilder sind im CMYK-Modus abzuspeichern. Duplexfarben sind nicht verarbeitbar, Sonderfarben müssen im CMYK-Modus abgespeichert sein. Für eine optimale Positionierung ist es aus drucktechnischen Gründen wichtig, einen **3 mm Beschnitt auf allen Seiten** anzulegen.

Bitte platzieren Sie außerdem wichtige/relevante Anzeigeninhalte (wie Text, Adressen, Telefonnummern o.ä.) zusätzlich 3 mm vom eigentlichen Anzeigenrand entfernt, da es je nach Platzierung im Heft durch den Bundversatz zu Verschiebungen kommen kann.

Ausdruck/Proof

Im Idealfall liefern Sie einen Ausdruck Ihres fertigen, fehlerfreien Datensatzes. Ein Ausdruck/Proof ist stets von Vorteil. Ohne farbverbindlichen Proof oder Ausdruck beziehungsweise farbseperierten Ausdruck können wir keine Gewähr für die Qualität/Farbverbindlichkeit übernehmen. Das Gleiche gilt bei unkorrekter Übermittlung der Daten. Geringe Tonabweichungen sind im Toleranzbereich des Offsetverfahrens begründet. (Digitalproof 1:1 von den gelieferten Daten nach ISO 12647-2, Papierklasse 2)

Wir behalten uns vor, bei Nichteinhaltung einer der genannten Punkte oder bei nicht vorhersehbaren Problemen während der Abwicklung der gelieferten Dokumente entstehende Kosten weiter zu berechnen.

Dependancen

general office SUBCULTURE - URBAN MEDIA

subculture GmbH & Co. KG
Amtsgericht / Sitz: Freiburg, HRA 702059

Zähringer Straße 13b
D 79108 Freiburg

Redaktion & Anzeigenleitung: Thorsten Leucht

Fon: +49 (0) 761 / 55 73 78 20
Fax: +49 (0) 761 / 55 73 78 88
Mail: leucht@subculture.de
Web: www.subculture.de

subculture STUTTGART

Barone, Ivankovic & Schneider GbR
Augustenstraße 63, 70178 Stuttgart

Anzeigenleitung: Dennis Schneider
Mail: dennis@stuttgart.subculture.de

Redaktionsleitung: Christian Schmidt
Mail: chris@stuttgart.subculture.de

Fon: +49 (0) 711 / 22 93 27 - 0
Fax: +49 (0) 711 / 22 93 27 - 23
Mail: info@stuttgart.subculture.de

subculture ULM/NEUULM

Kirchweg 41, 89275 Thalfingen

Redaktion & Anzeigenleitung: Jürgen Diebold
Mail: diebold@ulm.subculture.de

Fon: +49 (0) 731 / 26 400 127
Fax: +49 (0) 731 / 26 400 128
Mail: info@ulm.subculture.de

subculture SCHWARZWALD/BAAR/BODENSEE

Modern Life GbR
Schulstraße 10, 79853 Lenzkirch

Redaktion & Anzeigenleitung:
Sebastian Morath
Cell: +49 (0) 172 / 728 21 47
Mail: morath@sbb.subculture.de

Christian Schweizer
Cell: +49 (0) 151 / 22 63 54 64
Mail: schweizer@sbb.subculture.de

Fon: +49 (0) 7653 / 960 68 15
Mail: info@sbb.subculture.de

subculture KOBLENZ/BONN/KÖLN

Karl-Busch-Straße 21, 56130 Bad Ems

Redaktion & Anzeigenleitung (Koblenz): Henrik Schneider
Mail: schneider@kbk.subculture.de

Fon: +49 (0) 2603 / 50 43 05
Cell: +49 (0) 172 / 65 32 738
Fax: +49 (0) 2603 / 60 64 33
Mail: info@kbk.subculture.de

Anzeigenleitung (Bonn/Köln): Oliver Klein
Mail: klein@kbk.subculture.de

Fon: +49 (0) 228 / 24 28 664
Fax: +49 (0) 228 / 18 01 813

subculture RHEIN/MAIN/NECKAR

United Stars Event GmbH
Lachener Straße 112, 67433 Neustadt a.d. Weinstraße

Redaktion & Anzeigenleitung: Sven Hartmüller
Mail: sven@rmn.subculture.de

Fon: +49 (0) 6321 / 679 06 74
Fax: +49 (0) 6321 / 679 03 65
Mail: info@rmn.subculture.de

**AKTUELL DECKT DAS SUBCULTURE NETZWERK MIT EINER
GESAMTAUFLAGE VON 105.000 EXEMPLAREN UND ÜBER
2.200 AUSLAGESTELLEN FOLGENDE REGIONEN AB:**

Achern, Albstadt, Auggen, Bad Krozingen, Bad Waldsee,
Balingen, Bendorf, Bonn, Darmstadt, Donaueschingen,
Emmendingen, Esslingen, Freiburg, Freudenstadt,
Friedrichshafen, Gengenbach, Gosheim, Gundelfingen,
Hechingen, Heidelberg, Hinterzarten, Horb, Kaiserslautern,
Karlsruhe, Kehl, Koblenz, Köln, Konstanz, Lahr, Lindau,
Lörrach, Ludwigshafen, Ludwigsburg, Mannheim, Markdorf,
Meßkirch, Mülheim-Kärlich, Neuenburg, Neu-Ulm, Neustadt,
Oberndorf, Oberkirch, Offenburg, Pforzheim, Radolfzell,
Reutlingen, Rottweil, Schwetzingen, Sigmaringen, Singen,
Spaichingen, Speyer, Stuttgart, Sulz, Titisee-Neustadt,
Trossingen, Tübingen, Tuttlingen, Überlingen, Ulm,
Vallendar, Villingen-Schwenningen, Waldkirch, Weil am
Rhein, Weinheim, Zimmern.

AGBs

§ 1 Vertragspartner: Vertragspartner ist der jeweilige Verlag und eine Gesellschaft oder Privatperson unter Nennung des korrekten Namens und der Anschrift. Bei falschen Angaben des Werbenden erlischt der Vertrag mit sofortiger Wirkung und daraus resultierende Schadenersatzansprüche werden geltend gemacht.

§ 2 Vertrag: Ein Anzeigenauftrag im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung. Der Vertrag erlangt Gültigkeit, sobald er von dem Werbenden unterschrieben wurde. Sämtliche Eintragungen in den Vertrag müssen vorher begutachtet werden, da eine spätere Änderung nicht mehr möglich ist.

§ 3 Anzeigentyp: Als Anzeigentyp kann nur einer der im Vertrag angegebenen Typen akzeptiert werden. Ausnahmen müssen schriftlich vereinbart werden. Im Normalfall verzichtet der Werbende auf das Recht an einer von ihm gewählten Positionierung im Heft. Ausnahmen bilden die Umschlagnenseiten und die Rückseite oder der Fall, dass eine Positionierung vertraglich festgelegt wurde.

§ 4 Anzeigentyp: Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht deutlich als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich gemacht.

§ 5 Abweichungen: Bei Abweichungen, mehrseitigen Anzeigen, Beilagen, Ausfahrten etc. werden vertraglich festgelegte Bedingungen getroffen. Ansonsten gelten die Standard-Werbebedingungen.

§ 6 Anzeigenschaltung: Die Anzeigen werden nach der vertraglich vereinbarten Reihenfolge geschaltet. Der Werbende hat mit der Schaltung seiner Anzeige keinerlei Einfluss auf den redaktionellen Teil des Magazins.

§ 7 Zahlungsweise: Die Leistung wird bei Erscheinen der Ausgabe zur Zahlung fällig. Generell gilt die Zahlungsfrist von 14 Tagen rein netto oder innerhalb von 3 Tagen unter Abzug von 2% Skonto. Bei Vorauskasse kann ein Skonto von 4% in Anspruch genommen werden. Bei Anzeigenschaltungen in mehreren Ausgaben erfolgt die Zahlung i.d.R. monatlich, es kann jedoch eine vertragliche Sondervereinbarung getroffen werden.

§ 8 Zahlungsweise: Bei Zahlungsverzug oder Stundung berechnet der Verlag unter Vorbehalt weitergehender Rechte Verzugszinsen in Höhe von 3% über dem jeweiligen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags 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 Betrags und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

§ 9 Zahlungsform: Gezahlt werden kann entweder in bar, per Scheck oder via Banküberweisung auf das Geschäftskonto laut Anzeigenvertrag.

§ 10 Anzeigenvorlage: Für die rechtzeitige Lieferung einwandfreier Druckunterlagen (ausschließlich digital) in einem der im Vertrag genannten Formate oder der Beilagen, Beihefter, Beikleber etc. ist der Auftraggeber verantwortlich. Der Werbende ist verpflichtet, die Anzeige bis zum Druckschluss auf eigene Kosten zu liefern (falls nicht ausdrücklich anders vereinbart). Falls die Vorlagen an den Auftraggeber zurückgeschickt werden sollen, sollte der Vorlage ein schriftlicher Hinweis mit Anschrift beiliegen. Die Kosten hierfür werden dem Werbenden in Rechnung gestellt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet sechs Monate nach Ablauf des Auftrages. Sollten die Druckunterlagen nicht bis zum Druckerunterlagenschluss eingegangen sein, ist der Verlag berechtigt, den Betrag für die nicht abgedruckte Anzeige trotzdem in Rechnung zu stellen. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

§ 11 Anzeigenqualität: Für die Qualität der Anzeige beim Druck übernimmt der Verlag keine Haftung, vorausgesetzt es besteht kein Verschulden seitens des Verlages oder der Druckerei. Ist der Grund auf den Werbekunden zurückzuführen, kann keine Minderung der Leistung gewährt werden. Wird mit den Druckunterlagen kein farberbindlicher Ausdruck geliefert, können bei geringen Farbabweichungen dem Verlag gegenüber keine Ansprüche auf Preisermäßigung geltend gemacht werden. 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 Preisermäßigung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadenersatzansprüche sind auf den voraussehbaren Schaden bis hin zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen, außer bei nicht offensichtlichen Mängeln, innerhalb von 2 Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Im Falle höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung vom Verlag auf Erfüllung von Aufträgen und Leistungen von Schadenersatz. Insbesondere wird auch kein Schadenersatz für nicht veröffentlichte oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen geleistet. Dies gilt auch, wenn der Verlag eine geplante Ausgabe nicht auf den Markt bringt.

§ 12 Anzeigeninhalt und Beilagen: Für den Inhalt der Anzeige ist ausschließlich der Werbekunde verantwortlich. 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 nach pflichtgemäßem Eressen des Verlages gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten 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 dessen Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteiles der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

§ 13 Inhaltsänderung einer Anzeige: Änderungen des Inhalts oder des Erscheinungsbildes sind nur bis zum Anzeigenschluss der jeweiligen Ausgabe möglich.

§ 14 Vertragsende: Der Vertrag endet automatisch mit der Schaltung der (letzten) Anzeige und der Zahlung des Werbekunden. Vertragsverlängerung: Eine Verlängerung des Vertrages kann nur von Seiten des Werbenden erfolgen.

§ 15 Vorzeitige Beendigung des Vertrages: Sollte der Werbende den Vertrag, aus welchen Gründen auch immer, vorzeitig beenden wollen, ist er zu einer Zahlung von 50% des verbleibenden Vertragswertes verpflichtet. Eine Stornierung des Auftrags ist nur bis 24 Tage vor dem Termin der Drucklegung möglich.

§ 16 Anzeigenpreise: Die aktuellen Anzeigenpreise sind der Preisliste zu entnehmen und gelten jeweils für den angegebenen Zeitraum. Alle im Vertrag genannten Preise verstehen sich netto zuzüglich der gesetzlich vorgeschriebenen Mehrwertsteuer. Die Anzeigenpreise ergeben sich aus der bei Vertragsabschluss gültigen Anzeigenpreisliste des Verlages. Ändert sich der Anzeigentarif nach Vertragsabschluss, ist der Verlag berechtigt, den Preis nach der zum Zeitpunkt der Veröffentlichung gültigen Preisliste anzuleihen. Die Werbungsmitler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungsmitlerangaben die aktuelle Preisliste zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittelvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

§ 17 Preisänderungen: Der Verlag behält sich aufgrund ständig steigender Herstellungskosten Preisänderungen vor. Die aktuellen Preise werden immer einer Periode zugeteilt, die der jeweiligen Preisliste zu entnehmen ist. Verträge über mehrere Anzeigen bleiben zu den Konditionen bestehen, zu denen sie abgeschlossen wurden.

§ 18 Belegexemplare: Der Verlag liefert mit der Rechnung einen Anzeigenbeleg an eine Adresse. Belege an mehrere Adressen werden dem Auftraggeber in Rechnung gestellt. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrags werden Anzeigenabschnitte, 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. Werbebedingungen:

§ 19 Werbebedingungen: Diese Werbebedingungen werden mit der Unterschrift eines Werbevertrages ausnahmslos vom Werbenden akzeptiert.

§ 20 Gerichtsstand: Erfüllungsort und Gerichtsstand für beide Teile ist, soweit das Gesetz zwingend nichts anderes vorsieht, der Sitz des jeweiligen Verlages.

www.subculture.de