

Ideen für Ihr Zuhause

Wohnen

Mediadaten 2020

- Titelporträt & Zielgruppe 3
- Basisdaten & Rabattstaffeln 4
- Themen & Termine 6
- Standardformate & -preise 8
- Sonderformate & -werbeformen 10
- Beilagen & Beikleber 12
- Online & Crossmedia 14
- Leserschaft 16
- AGB 18
- Ansprechpartner 20



Bauen & Modernisieren



Land in Sicht!

Christin und Benjamin Svoboda wollen übermüdete Großeläter – aber dann Königsitz sich Nachschubs zu. Da beschränken sie sich auf die eigenen vier Wände, die sie auf fünf Land-Entwürfe lassen. Bis die eigenen vier Wände im Berlin-Kiez endlich standen, mussten jedoch einige Schwermüher bewältigt werden.

«Viele Freunde sagen: Du wachst ja so weit drauf. Aber das stimmt eigentlich nicht. Es zu realisieren heißt bin ich nur 32 Minuten unterwegs.»

Christin Svoboda

Es ist ein Leben, das sich nicht nur in der Stadt, sondern auch im Land entfalten kann. In der Stadt, die immer noch die meisten Menschen anzieht, ist es ein Leben, das sich nicht nur in der Stadt, sondern auch im Land entfalten kann. In der Stadt, die immer noch die meisten Menschen anzieht, ist es ein Leben, das sich nicht nur in der Stadt, sondern auch im Land entfalten kann.

Garten



STEFAN BUCHNER

«Es macht mir Freude, mit verschiedenen Obst- und Gemüsesorten zu experimentieren.»

Stefan Buchner hat auf dem Hof in der Nähe von München ein eigenes Obst- und Gemüseproduktionsgeschäft.

Buchner hat sich für die Herstellung von Obst- und Gemüseprodukten entschieden. Er hat eine große Auswahl an verschiedenen Obst- und Gemüsearten, die er in verschiedenen Rezepten verarbeitet. Er hat sich für die Herstellung von Obst- und Gemüseprodukten entschieden. Er hat eine große Auswahl an verschiedenen Obst- und Gemüsearten, die er in verschiedenen Rezepten verarbeitet.



Stefan Buchner hat sich für die Herstellung von Obst- und Gemüseprodukten entschieden. Er hat eine große Auswahl an verschiedenen Obst- und Gemüsearten, die er in verschiedenen Rezepten verarbeitet. Er hat sich für die Herstellung von Obst- und Gemüseprodukten entschieden. Er hat eine große Auswahl an verschiedenen Obst- und Gemüsearten, die er in verschiedenen Rezepten verarbeitet.

Wohnen & Dekorieren



Zauberhafter Empfang

Einmalige Tischdekoration für den Festabend

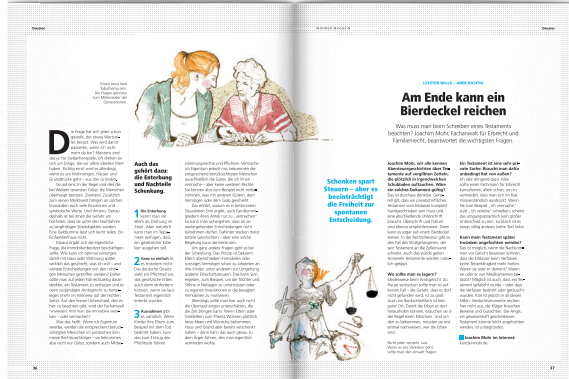
Glamouröse Gestecke

Einmalige Tischdekoration für den Festabend

Einmalige Tischdekoration für den Festabend

Einmalige Tischdekoration für den Festabend

Dossier



Am Ende kann ein Bierdeckel reichen

Wie hoch man beim Grundstückserwerb zahlen muss, hängt von vielen Faktoren ab. Ein Bierdeckel kann hier ein wichtiger Faktor sein.

Schenken spart Steuern - aber es bedarf einer klugen Entscheidung

Das Schenken kann eine gute Möglichkeit sein, um Steuern zu sparen. Es ist jedoch wichtig, die rechtlichen Konsequenzen zu verstehen.

Wohnen ist das Magazin für Leser, die ihr Leben in den eigenen vier Wänden genießen wollen. Das Magazin wird von interessierten Kunden der BHW Bau-sparkasse kostenpflichtig abonniert. Mehr als 80 Prozent der Heftauflage erreichen die Leser persönlich adressiert per Post. Ihre Werbung kommt garantiert ans Ziel.

Die rund 20 Millionen Bausparer in Deutschland sind eine hochattraktive Zielgruppe. Sie sind besser ausgebildet als der Bevölkerungsdurchschnitt, sozial besser situiert und stehen beim Nettoeinkommen ebenso wie beim finanziellen Spielraum besser da (siehe auch Seite 5).

Die Leser von **Wohnen** sind:

- Wohneigentümer, Immobilienkäufer, Bauherren – und jene, die von den eigenen vier Wänden träumen
- Frauen und Männer mit starkem Informationsbedürfnis rund um Bauen und Wohnen – und sie sind besonders empfänglich für entsprechende Produktbotschaften
- vielfach Exklusiv-Leser – also nur selten über andere Magazine aus dem Bereich Haus und Garten zu erreichen

Wohnen ist der unterhaltsame Begleiter, der viele ganz konkrete Tipps fürs Wohlfühlen zu Hause gibt. Das Magazin ist der nutzwertige Ratgeber, der die Leser zu kompetenten Gesprächspartnern für Architekten, Handwerker usw. macht.

Mit annähernd 1,3 Lesern pro Exemplar* genießt das Heft eine hohe Akzeptanz. Diese Leser-Blatt-Bindung kommt auch unseren Werbepartnern zugute.

* „Leser pro Exemplar“ nennt man die Anzahl der Personen, die dasselbe Exemplar einer Zeitschrift lesen. Der Leser pro Exemplar wird nicht direkt erhoben, sondern ist eine rechnerische Größe und ergibt sich aus „Leser pro Ausgabe“ dividiert durch „verbreitete Auflage“. Quelle: AWA 2019

WOHNEN 2020:

Seit 2018 erscheint **Wohnen** im neuen Look, mit überarbeiteter Struktur und besonders attraktiven Umfeldern. Die Reaktionen der Leser auf das neu gestaltete Magazin waren außerordentlich positiv – die Aufmerksamkeit auf den redaktionellen Inhalt wurde durch den Relaunch spürbar weiter gesteigert.

Die Ressorts von **Wohnen**:

Bauen & Modernisieren

Von A wie Außenwand bis Z wie Ziegel: In diesem Ressort erfahren unsere Leser alles rund um Werkstoffe, Baumaßnahmen, Planung und Inspiration für Bau, Umbau, Sanierung oder Kauf. **Wohnen** schildert Cases, berät und stellt Produkte vor. Für 70.000 Leser* steht zum Beispiel in den nächsten zwei Jahren die Modernisierung ihrer Heizungsanlage an. Und 130.000 Leser* planen in den nächsten zwei Jahren, ihr Bad zu renovieren oder modernisieren.

Dossier

Wie wohne ich umweltbewusst? Wie bereite ich mich aufs Wohnen im Alter vor? Ist meine Immobilie sicher? Jedes Dossier geht auf acht bis zehn Seiten einer großen Frage auf den Grund. Ein Special, das aufbewahrt werden soll.

Wohnen & Dekorieren

Farben, Möbel, Accessoires – die Einrichtung gibt dem Zuhause die Atmosphäre. **Wohnen** eröffnet Produktpaletten für unterschiedliche Wohntypen. Laut Umfrage haben 1.100.000 Leser* Interesse an den Themen Wohnen und Einrichten.

Garten

Artikel zum grünen Wohnzimmer und zu sonstigen Außenanlagen, zu Zäunen und Toren, Pflanzen und Gewächshäusern, Sicherheit und Open-Air-Aktivitäten kommen bei unseren Lesern gut an. 930.000 Leser* interessieren sich ganz besonders für die Themen Gartenpflege und -gestaltung.

Tipps & Trends

Ob neue Energiesparverordnungen, Hilfe mit der Steuererklärung oder Innovationen im Bereich Smart Home – unsere Leser interessieren sich für aktuelle Entwicklungen. Der Kurzratgeber fürs Quartal zum Abschluss der Ausgabe.

Wohnen 04/19



Wohnen 03/19



Wohnen 02/19



MAGAZINDATEN



Erscheinungsweise	4x jährlich
Reichweite	1,23 Mio. Leser (AWA 2019)
Druckauflage	950.653 Exemplare (IVW III/2019)
Verkaufte Auflage	950.223 Exemplare (IVW III/2019)
Verbreitungsgebiet	überwiegend Deutschland
Vierfarb-Anzeige 1/1-Seite	36.600 Euro

Advertorials

Formate und Preise für redaktionell gestaltete Promotion erhalten Sie auf Anfrage.

Das besondere Plus

Jede Anzeige nimmt auf Wunsch kostenfrei am Bestellservice für Kataloge, Broschüren usw. über Kennziffern teil. Dazu finden die Leser im Heft eine nutzwertige Übersicht, in der alle Anzeigen noch einmal in Miniatur wiederholt werden.

RABATTE BEI ABNAHME INNERHALB EINES ANZEIGENJAHRES

Malstaffel		Mengenstaffel	
✓ 2 Anzeigen	3 %	✓ ab 1,5 Seiten	3 %
✓ 3 Anzeigen	5 %	✓ ab 2 Seiten	8 %
✓ 4 Anzeigen	8 %	✓ ab 3 Seiten	12 %
✓ 6 Anzeigen	10 %	✓ ab 4 Seiten	15 %

Bei Buchung über eine von uns anerkannte Werbeagentur gewähren wir 15% Agenturermäßigung (AE).

Alle Preise zuzüglich Mehrwertsteuer. Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen.

- 650.000 Leser sind zwischen 30 und 59 Jahre alt.
- 760.000 Leser verfügen über ein Haushaltsnettoeinkommen von 3.000 Euro und mehr.
- 960.000 Leser besitzen ein Einfamilienhaus, ein Zweifamilienhaus oder eine Eigentumswohnung.
- 190.000 Leser planen in den nächsten zwei Jahren den Bau oder Erwerb einer Immobilie.
- 890.000 Leser interessieren sich für die Themen Bauen, Modernisieren, Renovieren.
- 1.100.000 Leser haben Interesse an den Themen Wohnen und Einrichten.
- 70.000 Leser planen in den nächsten zwei Jahren die Modernisierung der Heizungsanlage.
- 130.000 Leser planen in den nächsten zwei Jahren die Modernisierung des Sanitärbereichs.
- 170.000 Leser planen in den nächsten zwei Jahren die Renovierung von Fenstern und Türen.
- 60.000 Leser planen in den nächsten zwei Jahren eine Wärmedämmung für Dach und Fassade.
- 30.000 Leser planen in den nächsten zwei Jahren eine Investition in Solarenergie.
- 30.000 Leser planen in den nächsten zwei Jahren einen altersgerechten bzw. barrierefreien Umbau.

Quelle: AWA 2019

Bausparer gehören überwiegend zur attraktiven Zielgruppe der 30- bis 59-Jährigen.

	Basis		Besitz von Geldanlagen (Bausparvertrag)		
Gesamt	70,60 Mio.	100 %	18,62 Mio.	100 %	Index 100
30–39 Jahre	10,23 Mio.	14 %	3,31 Mio.	18 %	123
40–49 Jahre	10,60 Mio.	15 %	3,52 Mio.	19 %	126
50–59 Jahre	13,19 Mio.	19 %	3,82 Mio.	21 %	110

Bausparer stehen finanziell besser da als der Bevölkerungsdurchschnitt.

	Basis		Besitz von Geldanlagen (Bausparvertrag)	
Gesamt	70,60 Mio.		18,62 Mio.	
Nettoeinkommen Hauptverdiener	2.294,20 €		2.547,30 €	
Nettoeinkommen Haushalt	3.163,40 €		3.626,20 €	
finanzieller Spielraum	435,00 €		509,00 €	

Bausparer sind vielseitig interessiert und offen für Trends und Innovationen.

	Basis		Besitz von Geldanlagen (Bausparvertrag)		
Gesamt	70,60 Mio.	100 %	100 %	18,62 Mio.	Index 100
Sehr breites Interessenspektrum	10,78 Mio.	15 %	20 %	3,82 Mio.	134
Sehr Aktive	27,31 Mio.	39%	48 %	9,29 Mio.	129
Innovatoren	3,78 Mio.	5 %	8 %	1,47 Mio.	147
Trendsetter	7,32 Mio.	10 %	15 %	2,70 Mio.	140

1/2020

■ **Erscheinungstag**

28.02.2020

■ **Anzeigenschluss***

Umschlag: 22.01.2020

Advertorials: 10.01.2020

Inhalt: 16.01.2020

■ **Annahmeschluss****Beilagenbuchung****

13.01.2020

Titelstory

Case-Reportage aus dem Themenfeld Renovieren/Sanieren/Bauen

Online-Shops

Welchen Service bieten Internetplattformen, die Bauherren mit Material und Zubehör beliefern?

Dach

Frühjahrscheck und Sanierungstipps

DOSSIER**Nachhaltigkeit beim Bauen**

So können Bauherren und Sanierer für die bestmögliche Ökobilanz sorgen.

Türen

Wie man die schönsten, sichersten und trotzdem preiswertesten findet.

Küche

Neue Ideen für Ausstattung und Möblierung

Arbeitszimmer zu Hause

So richtet man sich das Home Office ein

Gartenteich und Pool

Wie plant man die Wasserstelle im Garten?

Sonnenschutz

Was man über Markisen, Jalousien etc. wissen sollte

2/2020

■ **Erscheinungstag**

29.05.2020

■ **Anzeigenschluss***

Umschlag: 16.04.2020

Advertorials: 17.03.2020

Inhalt: 30.03.2020

■ **Annahmeschluss****Beilagenbuchung****

02.04.2020

Titelstory

Case-Reportage aus dem Themenfeld Renovieren/Sanieren/Bauen

Fertighäuser

Welche Standards und Spezialitäten bietet der Markt? Und wie läuft der Kauf- und Bauprozess ab?

Boden

Tipps und Infos über Beläge und Innovationen

Solarthermie und Photovoltaik

Wann es sich lohnt und wie man die beste Lösung findet.

Fenster

Expertentipps zu Energieeffizienz und Sicherheit

DOSSIER**Die Zukunft des Wohnens**

Von der Stadtplanung bis zur Heimtechnologie: Wie wir 2030 (womöglich) leben werden

Grillen

Neue Ideen und Tools für eine Sommertradition

Rasenmäher

Der richtige Mäher für jeden Typ

Sicherheit in der Urlaubszeit

Der beste Schutz gegen unerwünschte Besucher

3/2020

<ul style="list-style-type: none"> ■ Erscheinungstag 14.08.2020 ■ Anzeigenschluss* Umschlag: 07.07.2020 Advertorials: 24.06.2020 Inhalt: 30.06.2020 ■ Annahmeschluss Beilagenbuchung** 29.06.2020 	<p>Titelstory Case-Reportage aus dem Themenfeld Renovieren/ Sanieren/Bauen</p> <p>Fliesen Die schönsten Materialien, Oberflächen und Farben und fürs Bad</p>	<p>Treppen Auswahl, Einbau und Pflege</p> <p>Wärmedämmung Die beste Preis-Leistungs-Lösung für die Fassade</p>	<p>DOSSIER Heimwerker – Die beste Ausrüstung Gerüstet für jeden Fall: Werkzeug, Geräte und Materialien im Überblick</p> <p>Wohnen für Allergiker Die besten Tipps und Hilfen für Betroffene</p> <p>Sanitär Tipps und Ideen zur Badrenovierung</p>	<p>Ofen und Kamin Wie finde ich das passende Modell? Ein Überblick mit Tipps</p> <p>Gewächshaus So kauft und montiert man es richtig</p>
---	--	--	---	--

4/2020

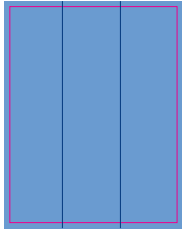
<ul style="list-style-type: none"> ■ Erscheinungstag 13.11.2020 ■ Anzeigenschluss* Umschlag: 05.10.2020 Advertorials: 21.09.2020 Inhalt: 28.09.2020 ■ Annahmeschluss Beilagenbuchung** 28.09.2020 	<p>Titelstory Case-Reportage aus dem Themenfeld Renovieren/ Sanieren/Bauen</p> <p>Leuchten Die besten Lampen für drinnen und draußen</p>	<p>Barrierefreies Wohnen Die wichtigsten Grundsätze für Bau und Umbau – mit besonderem Blick aufs Bad</p> <p>DOSSIER Heizungserneuerung Technologien, Optionen und Projektpläne – Überblick über ein komplexes Thema</p>	<p>Umzug Die Checkliste für den Wohnungswechsel</p> <p>Sauna Tipps und Ideen zur Einrichtung und Optimierung</p> <p>Smart Home Neues und Spannendes aus der digitalen Heimtechnik</p>	<p>Carport/Garage Wie man den geeigneten Unterstand fürs Auto findet</p> <p>Wintergarten So packt man das Bau- oder Anbauprojekt am besten an</p>
---	--	---	--	---

* Anzeigenschluss ist gleich Druckunterlagenschluss und Rücktrittstermin

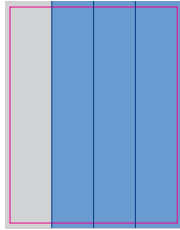
** Lieferschluss für Beilagen Ausgabe 1/2020 07.02.20 • Ausgabe 2/2020 07.05.20 • Ausgabe 3/2020 24.07.20 • Ausgabe 4/2020 23.10.20

Alle Anzeigen nehmen kostenfrei am Leserservice für Produktinformationen mit Anzeigenkennziffern **1 2 3 4** teil, sofern wir keinen anderslautenden Auftrag erhalten. Ihre Kataloganzeige wird auf einer speziellen Katalogseite

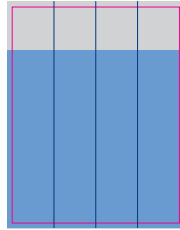
unter der Überschrift „Ihr persönliches Info-Paket“ abgebildet. Falls nicht anders gewünscht, erscheint sie auch im Online-Bestellservice auf der **Wohnen**-Website www.wohnen-magazin.de.



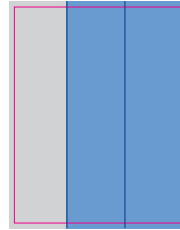
1/1-Seite
 S 190x260 mm
 A 210x280 mm
 4c 36.600 Euro



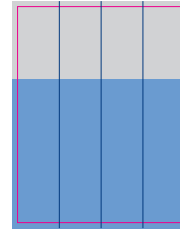
3/4-Seite hoch
 S 140x260 mm
 A 147x280 mm
 4c 29.000 Euro



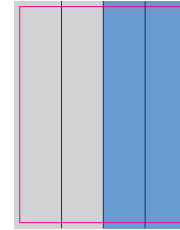
3/4-Seite quer
 S 190x200 mm
 A 210x210 mm
 4c 29.000 Euro



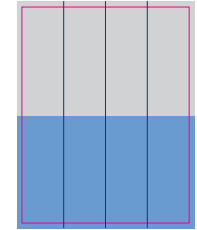
2/3-Seite hoch
 S 115x260 mm
 A 125x280 mm
 4c 25.900 Euro



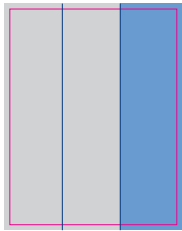
2/3-Seite quer
 S 190x175 mm
 A 210x185 mm
 4c 25.900 Euro



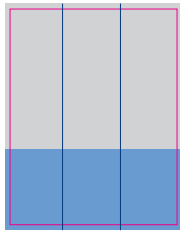
1/2-Seite hoch
 S 88x260 mm
 A 99x280 mm
 4c 19.530 Euro



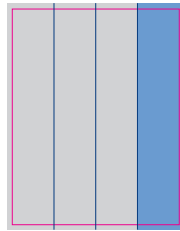
1/2-Seite quer
 S 190x120 mm
 A 210x130 mm
 4c 19.530 Euro



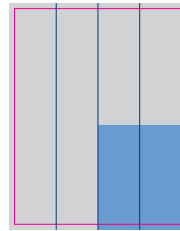
1/3-Seite hoch
 S 54x260 mm
 A 64x280 mm
 4c 13.140 Euro



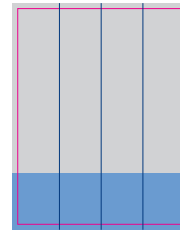
1/3-Seite quer
 S 190x83 mm
 A 210x93 mm
 4c 13.140 Euro



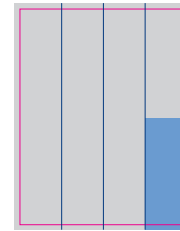
1/4-Seite 1-spaltig
 S 44x260 mm
 A 51x280 mm
 4c 9.880 Euro



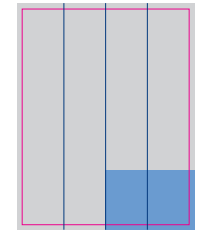
1/4-Seite 2-spaltig
 S 92x127 mm
 A 95x130 mm
 4c 9.880 Euro



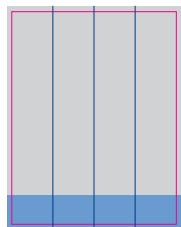
1/4-Seite 4-spaltig
 S 190x60 mm
 A 210x70 mm
 4c 9.880 Euro



1/8-Seite 1-spaltig
 S 44x127 mm
 A –
 4c 5.040 Euro



1/8-Seite 2-spaltig
 S 92x60 mm
 A –
 4c 5.040 Euro

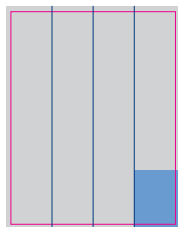


1/8-Seite 4-spaltig

S 190x27 mm

A –

4c 5.040 Euro

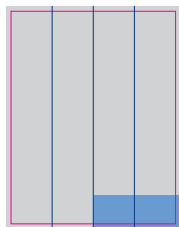


1/16-Seite 1-spaltig

S 44x60 mm

A –

4c 2.670 Euro

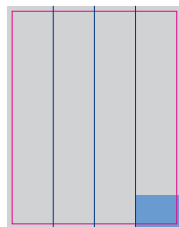


1/16-Seite 2-spaltig

S 92x27 mm

A –

4c 2.670 Euro



1/32-Seite 1-spaltig

S 44x27 mm

A –

4c 1.430 Euro

LEGENDE

Formatangaben: Breite x Höhe

S = Anzeige im Satzspiegel

A = Anzeige im Anschnitt
(immer plus 4 mm Beschnitt rundum)

4c = Vierfarb-Anzeige

Die hier gezeigten Muster sind
für die Platzierung nicht bindend.

Alle Preise zuzüglich Mehrwertsteuer.

Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf
den Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen.

TECHNISCHE ANGABEN

Maße	210x280 mm (BreitexHöhe)
Beschnitt	3 mm an allen Seiten. Alle anschnittgefährdeten Text- oder Bildelemente bitte mindestens 5 mm vom Beschnitt entfernt platzieren.
Druck	Offset
Verarbeitung	Klebebindung
Druckunterlagen	Offset-Daten – mit Proof, 4-farbig, Geringe Tonabweichungen sind im Toleranzbereich des Offset-Druckverfahrens begründet. Umschlag: 1/1-Seite 210x280 mm plus 4 mm Beschnitt PDF (CMYK), Bogenoffset, IsoCoated V2 300_Fogra39L, 4 Seiten Umschlag Innenteil: PDF (CMYK), Innenteil: Rollenoffset, PSO_LWC_Improved_Fogra45L

Datenanlieferung	PDF X4
Bildauflösung	mindestens 300 dpi, 120 l/cm
Digitalproof	Anzeigenmotiv Umschlag IsoCoated V2 Innenteil PSO LWC Improved
Lieferung	per Post: Anzeigen Wohnen Magazin C3 Creative Code and Content GmbH Heiligegeistkirchplatz 1 10178 Berlin per E-Mail: anzeigen@wohnen-magazin.de per Internet: auf Anfrage

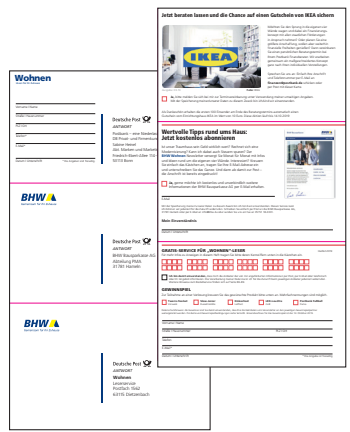
1



1 Einhefter/Beileger

Ein Einhefter ist ein individueller Heftbestandteil. Format, Umfang und Veredelung sind variabel. Sie können entscheiden, ob Ihre Seiten herausnehmbar als eigenes beiliegendes Produkt erkennbar oder im Look & Feel von **Wohnen** erscheinen soll. Preis auf Anfrage. Mindestauflage: 100.000 Exemplare.

2



2 Postkarte am Heftende

Auf dem Durchkleimer am Heftende von **Wohnen** können Sie eine Antwortkarte buchen. Neben Ihrer Adresse drucken wir auf Wunsch auch die Kontaktdaten der Leser ein, um diesen die Rücksendung zu erleichtern. Die unmittelbare Nähe Ihrer Postkarte zur Servicekarte für die Anforderung von Katalogen und die Teilnahme an Verlosungen garantiert eine besondere Aufmerksamkeit. Preis auf Anfrage.

3

ANZEIGE



**ELEMENTS: Einfach schön!
Und so schön einfach ...**

Mit dem effizienten 3D-Design auf www.elementrivers.de kann jedermann seine eigene Traumwelt designen.

Eine repräsentative Umfrage brachte es deutlich zum Ausdruck: Menschen sind nicht nur bei der Wahl ihrer Wohnräume im Hinblick auf ästhetische Dinge wie Farbe und Muster, sondern auch bei der Gestaltung ihrer Wohnwelt. Die 3D-Design-Software auf www.elementrivers.de ermöglicht es jedem, sich seine Traumwelt zu designen. Das virtuelle 3D-Design ermöglicht es jedem, sich seine Traumwelt zu designen. Das virtuelle 3D-Design ermöglicht es jedem, sich seine Traumwelt zu designen.



Realität als Modellbild in Ihrer Vision zu realisieren

Das virtuelle 3D-Design ermöglicht es jedem, sich seine Traumwelt zu designen. Das virtuelle 3D-Design ermöglicht es jedem, sich seine Traumwelt zu designen.

www.elementrivers.de



3 Advertorial

Promotion-Seiten sind im Look & Feel von **Wohnen** gestaltet. Auch mehrseitige Strecken sind möglich. Die redaktionelle Aufmachung sorgt für besondere Aufmerksamkeit. Preis auf Anfrage.

4



Das richtige Molto für alle Situationen

Viel zu oft werden die falschen Produkte für die verschiedenen Situationen verwendet. Das führt zu unnötigen Kosten und schlechten Ergebnissen. Molto ist die richtige Wahl für alle Situationen.

Welches Scheitern steckt hinter 60 Jahre Molto Erfolg?

Nach über 60 Jahren ist Molto ein bekannter Name. Das liegt daran, dass Molto die richtige Wahl für alle Situationen ist.



Ordert Assort!

Das richtige Molto für alle Situationen.

+

Jetzt können Sie auch die Chance auf einen Tagelohn sichern



Das richtige Molto für alle Situationen.

4 Advertorial plus Postkarte am Heftende

Promotion-Seiten können durch die Buchung einer Postkarte am Heftende um ein attraktives Response-Tool erweitert werden. Preis auf Anfrage.

BEILAGEN

Beilagen sind der Zeitschrift lose und unplatziert beigefügte Drucksachen. Sie können verarbeitungsfertig vom Auftraggeber angeliefert oder auf Anfrage durch uns gegen Aufpreis hergestellt werden.

Mindestformat	100x150 mm	
Höchstformat	200x270 mm	
Papiergewicht	2-seitige Beilage	mind. 100 g/qm, max. 300 g/qm
	4-seitige Beilage	mind. 100 g/qm, max. 300 g/qm
	6-seitige Beilage	mind. 60 g/qm, max. 250 g/qm
	> 8-seitige Beilage	mind. 52 g/qm, max. 200 g/qm

Preise pro angefangene Tsd.-Auflage*

	Gesamtauflage
bis 20 g	49,40 Euro
bis 30 g	57,90 Euro
bis 40 g	68,70 Euro

* **Inklusive Postgebühren.** Weitere Gewichte auf Anfrage. Die Preise können sich bei erschwerter Verarbeitung erhöhen.

Mindestauflage	Auf Anfrage.
Belegung	Gesamtauflage oder Belegung nach Alter, Geschlecht, fortlaufend nach Postleitzahlen- und nach Nielsen-gebiet möglich. Die zu belegenden Auflagen unterliegen Schwankungen, die tatsächlich benötigte Menge muss daher bei Auftragserteilung abgestimmt werden. Verarbeitungszuschuss: 3 %.
Mustervorlage	Bei Auftragserteilung erwünscht, spätestens eine Woche vor Anzeigenschluss erforderlich (3 Exemplare). Umfang (Seitenzahl) bitte absprechen.
Verbundaufschlag	Beilagen mit mehreren Werbungtreibenden sind nach vorheriger Abstimmung mit dem Verlag möglich. Der Verbundaufschlag beträgt 30 %.

Die Belegung kann verarbeitungsbedingt je nach Format, Gewicht bzw. Dicke der Beilage eingeschränkt sein.

BEIKLEBER

Beikleber werden auf eine 1/1-Trägeranzeige so aufgeklebt, dass sie gut abgelöst und verwendet werden können.

Mindestformat	100x140 mm
Höchstformat	200x270 mm

Größere oder kleinere Formate nach Rücksprache. Abstand vom Bund des Heftes mindestens 2 cm.

Preise pro angefangene Tsd.-Auflage*

Postkarten 39 Euro
Preise für Briefe, Booklets und Warenproben auf Anfrage.

* **Inklusive Postgebühren.** Voraussetzung ist die Buchung mindestens einer 1/1-Anzeigenseite s/w. Die Preise können sich bei erschwerter Verarbeitung erhöhen.

Gewicht	Höchstgewicht für Postkarten: 10 g Papiergewicht für Postkarten: mindestens 150 g/qm
Belegung	Auflage mindestens 500.000, fortlaufend, keine Differenzierung nach Alter, Geschlecht, Postleitzahlen- oder Nielsengebiet möglich. Die Gesamtauflage unterliegt Schwankungen, die tatsächlich benötigte Menge muss daher bei Auftragserteilung abgestimmt werden. Verarbeitungszuschuss: 3 %.
Mustervorlage	Bei Auftragserteilung erwünscht, spätestens eine Woche vor Anzeigenschluss erforderlich (3 Exemplare).

Aus technischen Gründen gelten für die Buchung und Anlieferung von Beiklebern besondere Termine. Wir erstellen Ihnen gerne ein individuelles Angebot.

Alle Preise zuzüglich Mehrwertsteuer. Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen. Beilagen und Beikleber sind nicht rabattierbar.

Wir selektieren für Sie nach:

- Postleitzahlengebiet
- Nielsengebiet
- Alter
- Geschlecht

Die Teilbelegung bedeutet für Sie:

- günstiger Beilagenpreis
- Postgebühren inklusive
- Selektionsgebühren inklusive

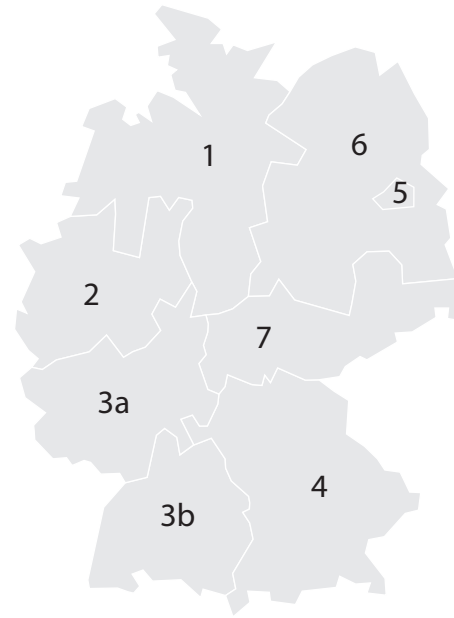
Der Abo-Split garantiert Ihnen:

- keine Streuverluste
- personalisierte Distribution
- keine Remission
- direkter Konkurrenzausschluss möglich

Postleitzahlengebiet



Nielsengebiet



Altersstufen

- Stufe 1
bis 19 Jahre
- Stufe 2
20–29 Jahre
- Stufe 3
30–39 Jahre
- Stufe 4
40–49 Jahre
- Stufe 5
50–59 Jahre
- Stufe 6
60–69 Jahre
- Stufe 7
70–79 Jahre
- Stufe 8
80–89 Jahre
- Stufe 9
90–99 Jahre

Die aktuelle Auflagenhöhe für die jeweilige Selektion nennt Ihnen der **Wohnen**-Anzeigenservice.

Auch auf der **Wohnen**-Website www.wohnen-magazin.de erreichen Sie unsere hochattraktive Zielgruppe – zusätzlich zum Heft oder ausschließlich übers Netz. Die Homepage erschien zum Januar 2019 in frischem Gewand – zudem bringen weiter ausgebaut Social-Media-Angebote (siehe S. 15) deutlich mehr User auf die Seite. In jeder Print-Ausgabe weisen wir ausführlich auf unser Online-Angebot hin. Neben ergänzendem Nutzwert-Content sorgen Exklusiv-Gewinnspiele und Aktionen für regelmäßige Visits aus dem Kreis der 1,23 Millionen Magazinleser sowie weiterer Internetuser mit Interesse an Bauen, Modernisieren, Einrichten und Wohlfühlen zu Hause. SEO-optimierte Texte stellen sicher, dass **Wohnen** leicht ergoogelt werden kann. Die Verknüpfung der **Wohnen**-Kanäle Print und Online erhöht die Nutzerzahlen.

FORMATE* & PREISE

Large Leaderboard	972 x 90 Pixel	950 Euro pro Monat
Banner**	160 x 300 Pixel	350 Euro pro Monat
Large Billboard	932 x 120 Pixel	1.100 Euro pro Monat
Half-Page-Banner	300 x 496 Pixel	500 Euro pro Monat
Billboard	782 x 90 Pixel	900 Euro pro Monat

* Breite x Höhe

** Banner werden untereinander dargestellt und erscheinen in einer Wechselroutine.

Alle Preise zuzüglich Mehrwertsteuer. Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen.



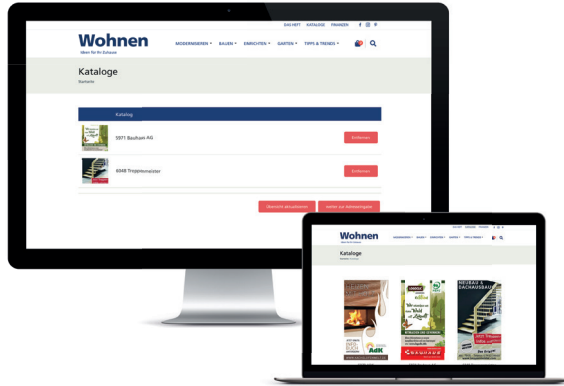
- Print-Anzeige** 1 Ihr Katalog wird auf einer speziellen Katalogseite im Heft abgebildet und erhält eine eigene Kennziffer für den Bestellservice.
- Bestellservice** 2 Die Print-Anzeige in der aktuellen Ausgabe von **Wohnen** wird für drei Monate in den Katalog-Bestellservice unter www.wohnen-magazin.de aufgenommen. Dafür brauchen Sie Ihre Anzeige nicht zu überarbeiten.
- Direkt-Link** 3 Beim Bestellservice im Internet steht unter der Anzeige ein Link direkt zu Ihrer Homepage.

Für dieses Paket berechnen wir Ihnen einen **Pauschalpreis** von 3.520 Euro.

1



2



TECHNISCHE ANGABEN

Anzeigenformat Kataloganzeige

44 mm breit x 80 mm hoch

Datenlieferung Banner

Ad-Code via E-Mail oder JPG/GIF via E-Mail, Download-Link oder FTP-Server

Datenlieferung Video

bevorzugt MP4-Format via Download-Link oder FTP-Server, alternativ via Videolink

SOCIAL-MEDIA-KANÄLE



Auf dem **Instagram**-Kanal zeigt Wohnen die schönsten Fotos und Anregungen zu den Themen Wohnen, Einrichten und Lifestyle. ([instagram.com/wohnen.magazin](https://www.instagram.com/wohnen.magazin)).



Über **Facebook** kommuniziert Wohnen mit den Lesern, weist auf neue Online-Inhalte hin und lobt exklusive Gewinnspiele und Aktionen aus. ([facebook.com/Wohnen.Magazin](https://www.facebook.com/Wohnen.Magazin))



Auf dem **Pinterest**-Board zeigt Wohnen Ideen zu Einrichtung, Gestaltung und Garten und vernetzt sich mit der weltweiten Community. ([pinterest.de/wohnenmagazin](https://www.pinterest.de/wohnenmagazin))

Lesebeispiel:

53 % der Leser von **Wohnen** besitzen ein Einfamilienhaus. Im Verhältnis zur Gesamtbevölkerung (35 %) entspricht dies einem Index von 152.

	Anzahl Wohnen-Leser	Anteil an Gesamtbevölkerung (70,60 Mio.) in %	Anteil Wohnen -Leserschaft (1,23 Mio.) in %	Index Gesamtbevölkerung = 100
	1.230.000	100	–	–
Geschlecht				
■ Männer	670.000	49	54	109
■ Frauen	570.000	51	46	91
Alter				
■ 30–39 Jahre	170.000	14	14	95
■ 40–49 Jahre	180.000	15	14	96
■ 50–59 Jahre	300.000	19	25	131
■ 60–69 Jahre	280.000	14	23	163
■ 70 Jahre und älter	230.000	17	19	108
Berufsbildung				
■ abgeschl. Fachhochschulstudium	160.000	6	13	225
■ abgeschl. Hochschulstudium (Universität, Hochschule)	190.000	12	15	128
Beruf				
■ leitende Angestellte + höhere Beamte	340.000	14	27	195
■ nicht leitende Angestellte + einfache Beamte	570.000	47	46	98
Haushaltsnettoeinkommen				
■ unter 2.000 Euro	210.000	28	18	64
■ 2.000–2.999 Euro	250.000	25	21	84
■ 3.000–3.999 Euro	320.000	23	26	113
■ 4.000–4.999 Euro	210.000	12	17	142
■ 5.000 Euro und mehr	230.000	12	19	158

Finanzieller Spielraum

■ zwischen 500 und 1.000 Euro	290.000	20	24	120
■ 1.000 Euro und mehr	320.000	14	26	182

Immobilienbesitz

■ Einfamilienhaus	650.000	35	53	152
■ Zweifamilienhaus	130.000	7	11	144
■ Eigentumswohnung	180.000	9	15	158

Interesse an ...

■ Bauen, Modernisieren, Renovieren	890.000	45	72	162
■ Heimwerken, Do-it-yourself- Arbeiten	840.000	51	68	135
■ Wohnen und Einrichten	1.100.000	76	90	118
■ Gartenpflege, Gartengestaltung	930.000	52	75	146

Planung von Immobilienbesitz in
1–2 Jahren

■ ein Haus bauen	40.000	2	3	204
■ ein Haus kaufen	70.000	3	6	174
■ eine Eigentumswohnung kaufen	80.000	4	6	173

Renovierungs-/Modernisierungs-
pläne in 1–2 Jahren

■ Küche	140.000	7	11	158
■ Heizungsanlage	70.000	2	6	273
■ Fenster und Türen	170.000	5	13	260
■ Dach- oder Kellerausbau	80.000	2	6	311
■ Sanitärbereich	130.000	6	11	178
■ Wärmedämmung (Dach, Fassade)	60.000	2	5	232
■ altersgerechter Umbau	30.000	1	2	197
■ Solarenergie	30.000	1	2	311
■ Einbruchsicherung	70.000	2	5	225
■ Fußböden	110.000	4	9	217

- § 1 „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Zeitung oder Zeitschrift zum Zweck der Verbreitung.
- § 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, sofern die erste Anzeige innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird.
- § 3 Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.
- § 4 Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
- § 5 Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder 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. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
- § 6 Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
- § 7 Der Verlag behält sich vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen, wenn
- deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
 - deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
 - deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist, sowie Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten.
- Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Musters und dessen Billigung bindend. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundzuschlags. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
- § 8 Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.
- § 9 Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Verbreitung der Anzeige.
- § 10 Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn diese
- einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder
 - für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre.
- Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder die Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist

- verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden. Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung, nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Geld geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.
- § 11 Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.
- § 12 Wenn keine besonderen Großenschriften gegeben sind, wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
- § 13 Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt. Bei Neuaufnahme einer Geschäftsbeziehung behält sich der Verlag vor, Vorauszahlung zum Anzeigenschluss zu verlangen.
- § 14 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. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenausschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlussstermin und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
- § 15 Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrags 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.
- § 16.1 Aus einer Auflagenminderung kann – vorbehaltlich der Regelung der Ziffer 16.2 – nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantieauflage unterschritten wird.
- Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie
- bei einer Garantieauflage von bis zu 50.000 Exemplaren mindestens 20 v. H.,
 - bei einer Garantieauflage von bis zu 100.000 Exemplaren mindestens 15 v. H.,
 - bei einer Garantieauflage von bis zu 500.000 Exemplaren mindestens 10 v. H.,
 - bei einer Garantieauflage von über 500.000 Exemplaren mindestens 5 v. H.
- beträgt. Eine Auflagenminderung aus Gründen des § 23 bleibt unberücksichtigt. Als Garantieauflage gilt die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte Garantieauflage oder, wenn eine Auflage nicht genannt ist, die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vorausgegangenen Kalenderjahres. Die Garantieauflage von **Wohnen** beträgt 900.000 Exemplare.
- Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche 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.
- § 16.2 *Sondervorschrift bei Auflagenminderungen für Titel, die heftbezogene Auflagedaten veröffentlichen*
- Abweichend von § 16.1 berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagedaten veröffentlichen, nur dann zu einer Preisminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (Garantieauflage) von bis zu 500.000 Exemplaren 10 v. H. und bei einer Auflage (Garantieauflage) von über 500.000 Exemplaren 5 v. H. überschreitet. Eine Auflagenminderung aus Gründen des § 23 bleibt unberücksichtigt. Die der Garantie zugrunde liegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengenstaffel 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 Kundennetzes unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalzuschuß oder, wenn dies nicht mehr möglich ist, als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2.500 Euro beträgt.

- § 17 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 A 4 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.
- § 18 Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nichtkaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.
- § 19 Die Werbungsmitter und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten.
- § 20 Preisänderungen für erteilte Auftragsaufträge sind gegenüber Unternehmern wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.
- § 21 Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszugs nachzuweisen. Der Nachweis muss spätestens bis zum Abschluss des Insertionsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.
- § 22 Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelieferten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Auftragsauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen Urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlichen Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.
- § 23 Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80 Prozent der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugewählten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen werden zur Anwendung im Anzeigen- und Fremdbeiliegengeschäft unverbindlich empfohlen. Es bleibt den Vertragsparteien unbenommen, abweichende Vereinbarungen zu treffen. Zusätzliche Bedingungen des Verlages:

- 1) Die Allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beileber, Beihelfer oder technische Sonderausführungen. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.
- 2) Die Werbungsmitter und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- 3) Sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist, treten neue Tarife bei Preisanpassungen auch für laufende Aufträge sofort in Kraft. Wird die Anzeigenpreisliste geändert, so treten die neuen Bedingungen auch bei laufenden Anzeigenaufträgen sofort in Kraft. Dies gilt gegenüber Nichtkaufleuten nicht bei Aufträgen, die innerhalb von vier Monaten nach Vertragsabschluss abgewickelt werden sollen.
- 4) Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszugs nachzuweisen. Der Nachweis muss spätestens bis zum Abschluss des Insertionsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.
- 5) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrags, 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 Vertriebsleiters oder sonst dafür Verantwortlichen über die rechtliche Zulässigkeit abhängig zu machen und/oder auf Kosten des Auftraggebers die Werbevorlage von einer sachverständigen Stelle auf die rechtliche Zulässigkeit überprüfen zu lassen.
- 6) Nach Anzeigenschluss sind Sistierungen, Änderungen von Größen, Formaten und der Wechsel von Farben nicht mehr möglich. Bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen oder fernmündlich erteilten Korrekturen haftet der Verlag nicht für die Richtigkeit der Wiedergabe. Eine Haftung wird nicht übernommen, wenn sich Mängel an der Vorlage erst bei der Reproduktion oder beim Druck zeigen. Der Werbungtreibende hat bei ungenügendem Abdruck dann keine Ansprüche. Eventuell entstehende Mehrkosten müssen weiterberechnet werden.
- 7) Der Verlag übernimmt keine Gewähr, wenn durch eine verspätete Anlieferung der Druckunterlagen vereinbarte Platzierungen nicht eingehalten werden können und eine Minderung der Druckqualität eintritt. Für Druckunterlagen jeglicher Art erlischt nach acht Wochen die Aufbewahrungspflicht, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist.
- 8) Bei Anlieferung fertiger Filmsätze gelten für die technische Abwicklung besondere Bedingungen. Hierüber informiert der Verlag auf Anfrage.
- 9) Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80 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 garantierte verkaufte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht. Es erlischt jede Verpflichtung des Verlages auf Erfüllung von Aufträgen und Leistungen von Schadenersatz, insbesondere wird auch kein Schadenersatz für nicht veröffentlichte oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen geleistet.

VERLAG

C3 Creative Code and Content GmbH,
Heiligegeistkirchplatz 1, 10178 Berlin
Tel. 030 44032-0
Fax 030 44032-20
E-Mail info@c3.co



Group Management Board: Christian Breid, Adel Gelbert, Natalie Jupe, Karsten Krämer
Geschäftsführung: Christian Breid, Adel Gelbert, Franzis Heusel, Karsten Krämer
Founders & Chairmen: Lukas Kircher, Rainer Burkhardt;
Sitz: Berlin, Amtsgericht Charlottenburg HRB 81360 B
USt-IdNr. DE217652478

BANKVERBINDUNG

C3 Creative Code and Content GmbH
Heiligegeistkirchplatz 1, 10178 Berlin
Berliner Sparkasse
IBAN DE341 0050 0000 190 3225 60

ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

Rechnungen sind am Erscheinungstag der Ausgabe fällig, in der die Anzeige veröffentlicht wird.

Bei Vorauszahlung, die in voller Höhe vor dem Erscheinungstermin eingeht, werden 2 % Skonto gewährt, es sei denn, es bestehen noch ältere Verlagsforderungen.

ANZEIGENGESTALTUNG

Auf Anfrage möglich. Bitte wenden Sie sich an den **Wohnen**-Anzeigenservice.

ANZEIGENLEITUNG UND -VERWALTUNG

Veit Medienvermarktung
Sebastian Veit
Brahmsweg 7
14532 Kleinmachnow
Tel: 033203/899 836
E-Mail: kontakt@veitmedia.de

VERLAGSVERTRETUNGEN

PLZ 1/2/5/7, 30000 bis 32999, 38000 bis 39999, 48000 bis 49999, 66000 bis 67999 und Benelux

Sabine Berger
medienkom Sabine Berger, Franzstr. 45, 50226 Frechen
Tel. 02234 9899474
Fax 02234 9899476
E-Mail info@medienkom-berger.de

PLZ-Bereich 0, 33000 bis 37999, 40000 bis 47999 und 6 mit Ausnahme der Gebiete 66000 bis 67999

Rainer Karpenfeld
MD Medien Dienste GmbH, Baumweg 19, 60316 Frankfurt am Main
Tel. 069 943331-22
Fax 069 4990386
E-Mail karpenfeld@mdmedien.de

PLZ-Bereich 8/9 und Österreich

Robert Macher
Mediasüd, Dr.-Eberle-Str. 2, 92318 Neumarkt
Tel. 09181 2999-477
Fax 09181 2999-479
E-Mail robert.macher@mediasued.de