

greenup

Nachhaltiger leben!

MEDIADATEN NR. 5 > 2021 > GÜLTIG AB 01.01.2021

Das Magazin für einen
nachhaltigen Lebensstil!

greenup ...

- > denkt die Dinge zu Ende
- > gibt Impulse und frische Ideen
- > macht Lust auf Veränderung

***JETZT
MIT BLOG**

Nutzen Sie unsere
Online-Advertorials
für Ihre Marken-
botschaft

greenup-magazin.de*

facebook.com/greenup.magazin



DAS MAGAZIN FÜR NATÜRLICH BEWUSSTE LEBENSZEIT

greenup widmet sich auf authentische Art und Weise dem umfassenden Bereich der Nachhaltigkeit. Mit fundiert recherchierten Artikeln und themenrelevanten Neuigkeiten bietet **greenup** eine ansprechende Mischung für weit-sichtige und gebildete Leser. Vorgestellt werden innovative, kreative Ideen und Konzepte, die das Leben „grüner“ machen. **greenup** holt den Leser im eigenen Leben ab und zeigt auf, wie einfach nachhaltiges Denken und Wirken sein kann.

Berichtet wird über Persönlichkeiten mit Vorbildcharakter, über Unternehmen mit grüner DNA, über gesunde und nachhaltige Produkte, die überzeugen und fest mit den Attributen Qualität und Sicherheit verbunden sind. Es werden Alternativen zu konventioneller Ernährung oder auch zu klassischer Kosmetik aufgezeigt.

Nachhaltigkeit ist längst kein Trend mehr, sondern ist in der gesellschaftlichen Gegenwart angekommen. **greenup** regt an, einen weiteren Schritt in eine bessere Welt zu machen: mit konkreten, sinnvollen Tipps für ein bewusst grünes Leben.



© Alena Ozerova/Adobe Stock



© Floydine/Adobe Stock



© slavaun/Adobe Stock

Seite	Inhalt
2	Titelporträt
3	greenup Leser/-innen (Leserumfrage 2020)
6	Inhaltliche Struktur des Magazins
7	Verlagsangaben, Termine, Reichweite, Auflagen
8	Anzeigen Grundformate/-preise
9/10	Advertorial (Print/Online) Grundpreis
11	Display-Werbung Grundpreis
12	Sonderwerbung likeBOX
13	Beilagen, Rabatte, Malstaffel
14	Medienpartner
15	Technische Daten, Zahlungsbedingungen
17	AGB



ZIELGRUPPE

greenup fokussiert sich auf die stetig wachsende Zielgruppe der LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability). LOHAS, das sind nachhaltig orientierte Konsumenten, die sinnvoll genießen. In der Wertewelt der LOHAS müssen Genuss, Gesundheit und Wellness mit einem umweltverträglichen und sozialbewussten Handeln in Einklang gebracht werden. Die **greenup** Leserschaft ist durchschnittlich 30+, hat einen gehobenen Bildungsabschluss und verfügt über ein Haushalts-Nettoeinkommen von über 2.000 Euro. Das Magazin wird gleichermaßen von weiblichen und männlichen Lesern konsumiert.

- > Qualitäts- und Nachhaltigkeitsbewusst
- > Fokussiert auf Umwelt- und Sozialaspekte
- > Weitsichtig, kaufkräftig, gebildet

KONSUMVERHALTEN

Den LOHAS geht es nicht um einen Konsumverzicht, sondern vielmehr um einen bewussten Konsum. Das Konsumbewusstsein ist das schlagkräftige Stichwort für diese kaufkräftige Zielgruppe, bei der die Frage nach dem „WIE wird konsumiert?“ im Vordergrund steht. Gekauft werden vorzugsweise Produkte und Dienstleistungen mit Mehrwert – sei es, weil innovative und fortschrittliche Lösungen dahinterstehen, das Produkt Umweltbewusstsein unterstützt und klimaschonend ist, es unter guten Sozialbedingungen hergestellt wurde oder mit dem Kauf des Produktes gesellschaftliche Verantwortung übernommen wird.

- > Konsumbewusstsein statt -verzicht
- > Kauf von Produkten mit nachhaltigem Mehrwert
- > Produkthintergrund steht im Vordergrund

KAUFENTSCHEIDUNG

Für die Kaufentscheidung sind vor allem die Qualität des Produktes und das Einhalten bestimmter Kriterien bei der Herstellung relevant. Dazu gehören beispielsweise die Langlebigkeit des Produktes, eine umweltfreundliche und faire Herstellung, bei der weder Mensch noch Tier zu Schaden gekommen sind oder die Auszeichnung mit ökologisch fairen Siegeln. Das entscheidende Argument ist nicht der Preis des Produktes, sondern dessen Qualität und Design sowie das damit vermittelte Lebensgefühl. Handelt es sich um ein Produkt von einem authentischen und wertebasierten Unternehmen, das sozialverträglich und umweltfreundlich agiert, ist der Preis nicht die entscheidende Komponente.

- > Produktqualität und -design
- > Umwelt- und sozialverträgliche Herstellung
- > Ökologisch, faire Siegel

DIE GREENUP LESER/-INNEN

71%

BESCHÄFTIGEN SICH MEHR
ALS 1 STUNDE MIT DEM MAGAZIN

46%

NEHMEN GREENUP
MIND. 2 X PRO WOCHE IN DIE HAND

IN 71%

ALLER LESER-HAUSHALTE
WIRD DAS MAGAZIN VON
MIND. 2 PERSONEN GELESEN

69%

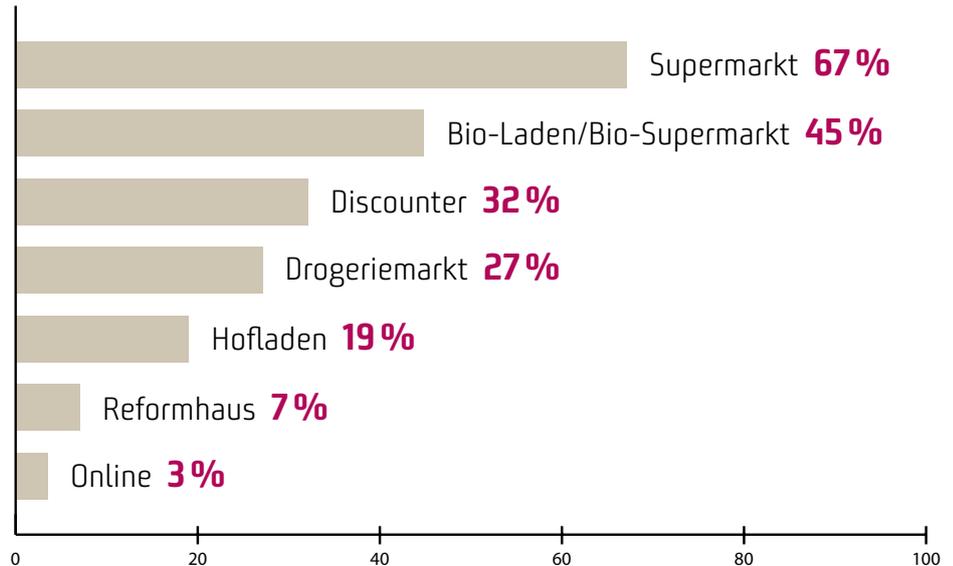
ALLER GREENSIGN HOTELGÄSTE
LESEN DAS MAGAZIN MIT MIND. 2 PERSONEN

56%

HABEN EINEN GEHOBBENEN
BILDUNGSABSCHLUSS (FH/UNIVERSITÄT)

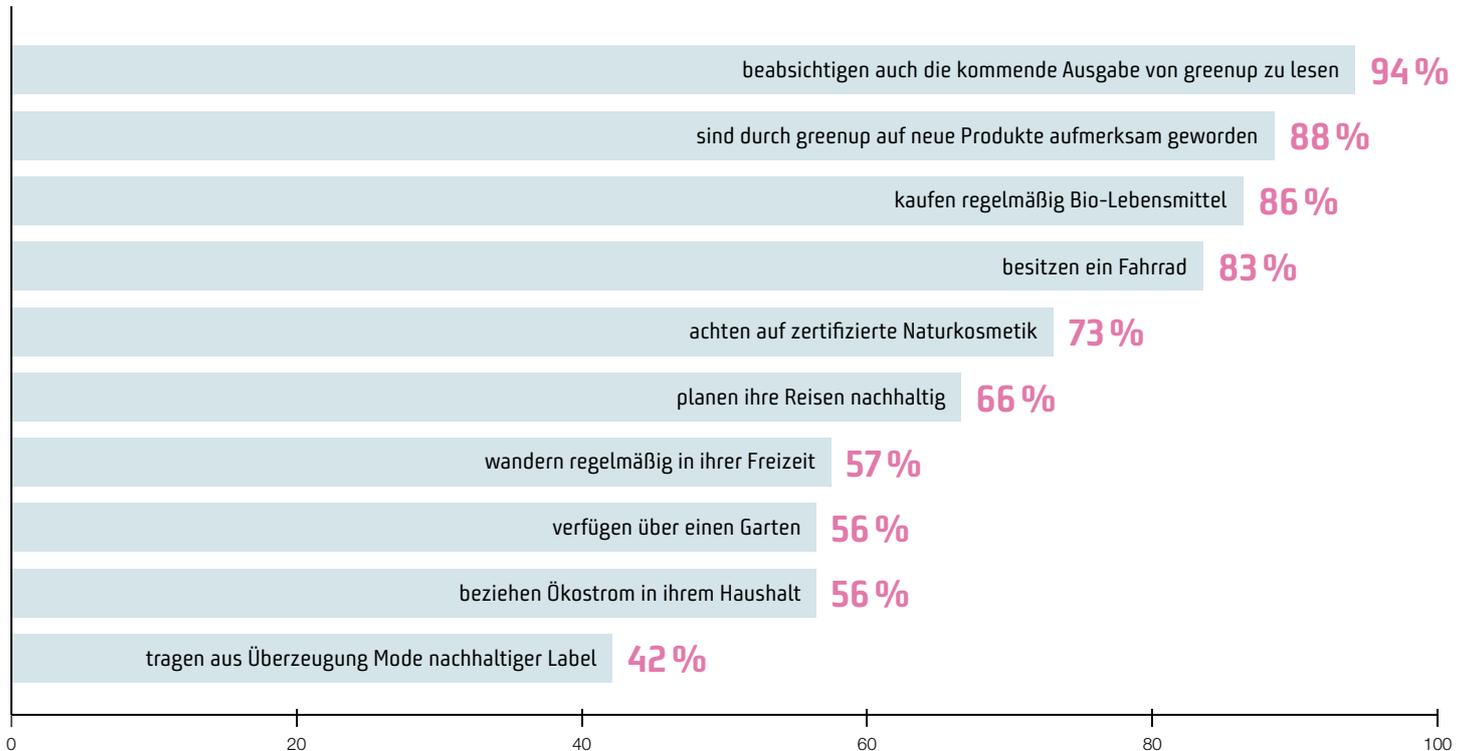
Quelle: greenup Leserumfrage 2020

Erledigung des wöchentlichen Lebensmitteleinkaufs:*



* Mehrfachnennung möglich

DIE GREENUP LESER/-INNEN



Quelle: greenup Leserumfrage 2020

INHALTLICHE STRUKTUR

Das klare und gut strukturierte Layout stellt den Inhalt in den Mittelpunkt. So umfassend das nachhaltige Bewusstsein alle Bereiche des Lebens berührt, so breit sind auch die Themen angelegt.

Beispielhaft sind hier einige Inhalte genannt:

PINBOARD

Neuigkeiten aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft, nachhaltige Lifestyle-Tipps, grüne Lektüre, neue Shop- und Arbeitsweltkonzepte, DIY (Do-it-yourself), Online-Medien, Produktvorstellungen

FASHION

Fair Fashion, Recyclingmode, Öko-/Fair-Labels, Vegane Kleidung, Porträts nachhaltiger Modeschöpfer, DIY (Do-it-yourself)

BEAUTY

Alles aus der Welt der Naturkosmetik: Beiträge zu aktuellen Themen und Innovationen, Produktvorstellungen, Beauty-Tipps, Zertifizierungen und Prüfsiegel

STARTUP

Ideen und Projekte junger Gründer

URBAN LIFE

Kommunale Entwicklungspolitik, Smart City, Neue Lebensmodelle, Städte international, nachhaltige Stadtentwicklung, Energie sparen, Haustechnik, Leben in Passivhäusern, nachhaltige Baumaterialien, Bauvisionen, Lebenszyklus von Bauwerken, Einrichten und Wohnen, Dekoration, „grüne“ Wohntextilien, Bürowelten

PROFILE

Nachhaltige Unternehmen, Produkte mit Mehrwert, Personen mit Vorbildcharakter, Wissensratgeber, Recycling und Ressourcen, Bildung

INVESTMENT

Nachhaltige Banken und Geldanlagen

MOBILITY

Elektromobilität, Bike, Carsharing, nachhaltige Mobilitätskonzepte, Reisen und Reiseregionen

FOOD

Gesunde und bewusste Ernährung, Regionalität, Getränke, Biowein, Slow Food, Vegetarismus, Veganismus, Rezepte, Nachhaltigkeitskonzepte in der Gastronomie, Urban Gardening

NAVIGATOR

Termine zu Messen, Events, Kongressen, Filmfestivals, Preisverleihungen; Medienpartner

Die Liebe zum Wald gehört zur Identität der Deutschen

76 Mio. Menschen leben in der Stadt und auf dem Land, 122 Mio. Menschen leben auf dem Land, 1,1 Mio. Menschen leben in der Stadt und auf dem Land, 7 Milliarden Menschen leben weltweit.

Wenig gelüftet oder verschmutzt

JEDEN TAG COOL GEPFLEGT

Sauber ohne Seife

500 & cremig

3 Minuten

Basteln mit 10 TL

Düster und Zittern sind bei der Gamszoope alle Körperpflege-Aktivitäten. Grund genug, sie zu überhören. Die richtigen Pflege- und Wellness-Tipps werden natürlich nicht - und auch nicht zu überhören.

FÜR DICH ENTDICKT FOOD

KERNIG UND LECKER. ANGEWANDTES ERNÄHRUNGSMITTEL IN DER KÜCHE

FLÜSSIG-FRÜCHTLICH

Rind Paragel

QUINOA WÜRSTCHEN UND VORKOCHTOPF

Käse wird Käse

Lupinen

MANIE

Sagghetti Mal Ganz Anders

VERLAGSANGABEN / TERMINE / AUFLAGE

VERLAG, HERAUSGEBER UND ANZEIGENVERTRIEB

Busche Verlagsgesellschaft mbH, Schleefstraße 1, D-44287 Dortmund
 Fon: +49 231 44477-0, Fax: +49 231 44477-77
 www.busche.de, anzeigen@busche.de

BANKVERBINDUNG

Sparkasse Dortmund
 IBAN: DE72 4405 0199 0001 0862 00, BIC: DORTDE33

VERTRIEB

Moderner Zeitschriften Vertrieb MZV GmbH & Co. KG
 Ohmstraße 1, D-85716 Unterschleißheim
 Fon: +49 89 31906-0, Fax: +49 89 31906-161

GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Für die Durchführung der Anzeigenaufträge gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen, Zeitschriften und Büchern sowie zusätzlich die Geschäftsbedingungen des Verlages.

VERTRIEBSWEGE

Bahnhofs- und Flughafenbuchhandel; GreenSign zertifizierte Hotels (Auslage in Gästezimmern); Abonnement (Print und E-Paper); Fach- und Endverbraucher messen; Branchenveranstaltungen; Preisverleihungen, Aktionswochen und Filmfestivals zum Thema Nachhaltigkeit; ausgesuchter Multiplikatoren-Verteiler, insbesondere kommunale Entscheidungsträger mit dem Arbeitsschwerpunkt Nachhaltige Stadtentwicklung

Ausgabe	Anzeigenschluss		Druckunterlagenschluss		Erscheinungstermin
	Advertorial	Anzeige	Advertorial	Anzeige	
#10 Mai–Okt. 2021	12.03.'21	26.03.'21	19.03.'21	02.04.'21	07.05.'21
#11 Nov. 2021–Apr. 2022	10.09.'21	24.09.'21	17.09.'21	01.10.'21	05.11.'21
Erscheinungsweise		halbjährlich			
Erscheinungsgebiet		Deutschland			
Druckauflage		30.000			
Reichweite <small>Leserkontakte je Ausgabe</small>		549.449*			
1/1-Seite 4c		€ 5.453,00			
Copypreis		€ 6,00			

* Quellen: DEHOGA-Zahlenspiegel III/2019 für Reichweite in GreenSign-Hotels, verbeitete Auflage, greenup Leserumfrage

GREENSIGN

GreenSign ist das führende Nachhaltigkeitssiegel für die Hotellerie. Bisher wurden 256 Hotels in Deutschland, Belgien, Dänemark, Frankreich, Italien, Niederlande, Österreich, Polen, Schweiz, Slowakei, Spanien, Südafrika, Tschechien und Ungarn zertifiziert. Aufgrund der Medienpartnerschaft mit GreenSign liegt **greenup** als Gästelektüre auf rund **10.000 Zimmern** in Deutschland aus. Mehr Informationen zu GreenSign finden Sie unter **greensign.de**



ANZEIGEN GRUNDFORMATE /-PREISE



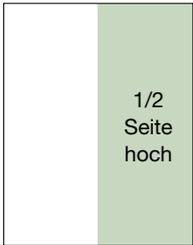
Formate in mm	4c/sw
A* 210 x 91 / 69 x 270	€ 2.226,-
S** 176 x 74 / 53 x 237	€ 2.226,-

Im redaktionellen Teil



Formate in mm	4c/sw
A* 210 x 133 / 100 x 270	€ 3.227,-
S** 176 x 116 / 84 x 237	€ 3.227,-

Im redaktionellen Teil



Formate in mm	4c/sw
A* 210 x 270	€ 5.453,-
S** 176 x 237	€ 5.453,-

Im redaktionellen Teil



Formate in mm	4c/sw
A* 420 x 270	€ 10.573,-
S** 388 x 237	€ 10.573,-

Im redaktionellen Teil



Formate in mm	4c/sw
A* 210 x 270	€ 6.344,-
S** -	-

Vorzugsplatzierung **U2 / U3**



Formate in mm	4c/sw
A* 210 x 270	€ 7.345,-
S** -	-

Vorzugsplatzierung **U4**

*A = Anzeige im Anschnitt **S = Anzeige im Satzspiegel

Zu allen Maßen (B x H) ist eine Beschnittzugabe von 3 mm umlaufend hinzuzurechnen. Alle Preise in Euro zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer

ADVERTORIAL GRUNDPREIS



Advertorial

Formate in mm	4c/sw
A* 210 x 270	-
S** 176 x 237	€ 6.121,-
Im redaktionellen Teil	

ADVERTORIALS IM INDIVIDUELL GESTALTETEN LAYOUT

Auf Wunsch gestalten wir Advertorials, die individuell auf die Kommunikationsziele des Kunden ausgerichtet sind.

Druckfähige Bilder, Logos und Texte werden rechtzeitig vom Kunden zur Verfügung gestellt

*A = Anzeige im Anschnitt **S = Anzeige im Satzspiegel

Zu allen Maßen (B x H) ist eine Beschnittzugabe von 3 mm umlaufend hinzuzurechnen. Alle Preise in Euro zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer



Exemplarisches
Advertorial

(siehe auch Seite 7 > Termine und Seite 15 > Technische Daten > Bildrechte bei Produktabbildungen und Advertorials).

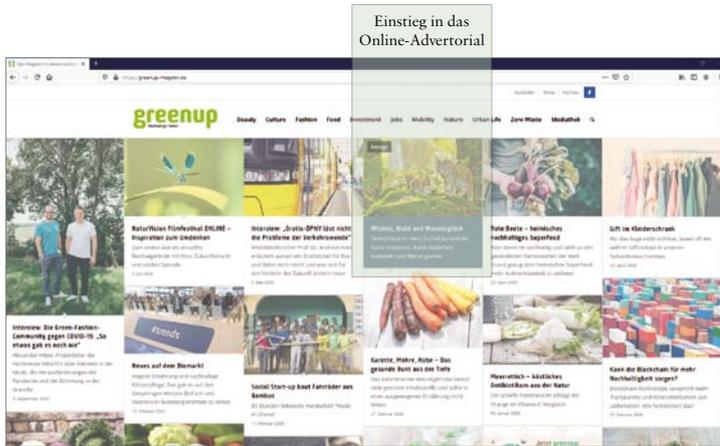
Advertorials werden zu dem gültigen Grundpreis abgerechnet und sind nicht rabattfähig. Die Gestaltung ist im Preis inbegriffen. Für den Fall, dass der Auftraggeber kein Text- und/oder Bildmaterial zur Verfügung stellt, sind die Kos-

ten für die Texterstellung und das Bildmaterial nicht im Preis enthalten.

Die Platzierung des Advertorials im Inhalt des Magazins erfolgt nach Wahl der Redaktion.

Advertorials werden eindeutig als „Anzeige“ gekennzeichnet (nach § 10 der Länderpresse-gesetze).

ONLINE-ADVERTORIAL GRUNDPREIS



ONLINE-ADVERTORIALS IM BLOG-DESIGN AUF GREENUP-MAGAZIN.DE

Native Advertising ist der Trend im Online-Marketing. Wir bieten auf greenup-magazin.de Online-Advertorials, die im Look & Feel des umgebenden Contents erscheinen und die somit ein phantastisches Instrument für Brand-Building und Kundengewinnung sind.

Das Online-Advertorial wird über eine farblich abgesetzte Teaser-Box – im Format einer Beitragsvorschau (Bild/Text) – von der Startseite der Homepage aus erreicht.

Für das Online-Advertorial liefert der Kunde bis zu 10 Bilder, einen Rohtext von rund 3.000 Textzeichen (ohne Leerzeichen) und ggf. Weblinks. Der Artikel wird auf Grundlage dieser Unter-

UNSERE 5
ADVERTORIAL
GRUND-
SÄTZE

Online-Advertorials werden nicht als plumpe Werbung oder Pressemitteilung veröffentlicht

Online-Advertorials sollen dem User Mehrwerte bieten

Online-Advertorials werden für Leser, nicht für Suchmaschinen geschrieben

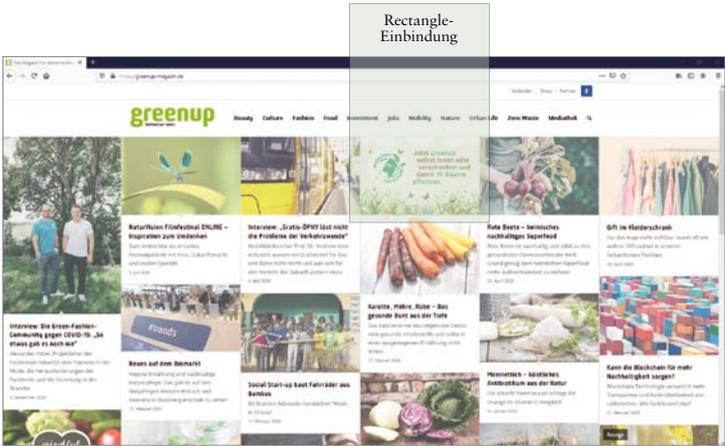
Online-Advertorials erhalten ein thematisch affines Umfeld

Online-Advertorials werden eindeutig als „Anzeige“ gekennzeichnet (nach § 10 der Länderpressegesetze)

lagen sowie unter Einhaltung unserer 5 Grundsätze für Online-Advertorials durch unsere Redaktion finalisiert. Am Ende des Textes wird über den Absender informiert. Die Aufbereitung ist im Preis inbegriffen. Für den Fall, dass der Auftraggeber kein Text- und/oder Bildmaterial zur Verfügung stellt, sind die Kosten für die Texterstellung und das Bildmaterial nicht im Preis enthalten.

Nur Online	€ 556,- / 1 Monat
In Kombi mit Print-Advertorial	€ 389,- / 1 Monat
Social Media Posting im Preis inkludiert!	

DISPLAY-WERBUNG GRUNDPREIS



**UNSERE 4
GRUNDSÄTZE
FÜR DISPLAY-
WERBUNG**

Display-Werbung bewegt/platziert sich dynamisch direkt auf der Startseite

Display-Werbung wird auf der Startseite verankert

Display-Werbung wird direkt im redaktionellen Umfeld platziert

Display-Werbung ist eindeutig als Anzeige wahrzunehmen oder wird als „Anzeige“ textlich gekennzeichnet (nach § 10 der Länderpressegesetze)

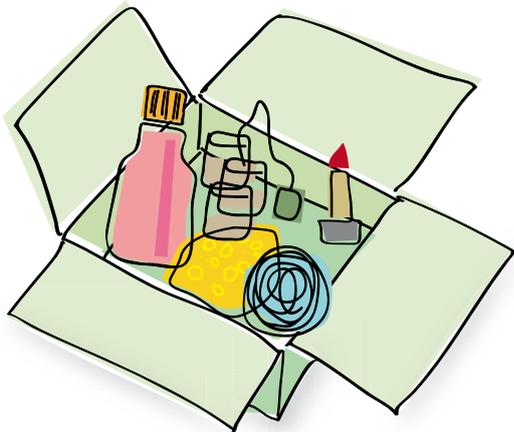
Display-Werbung	Rectangle
Festpreis	€ 366,- pro Monat
Format (B x H)	316 x 210 Pixel
Dateigröße/-format	max. 3 MB (PNG, JPEG, GIF)
Darstellung	Desktop- und Mobile-Site. Die Darstellung des Werbemittels wird auf den entsprechenden Ausgabemedien skaliert dargestellt
Festplatzierung	Das Rectangle wird auf der Startseite im redaktionellen Umfeld eingebunden. Keine rotierende Belegung
Social Media Posting im Preis inkludiert!	

DISPLAY-WERBUNG AUF GREENUP-MAGAZIN.DE

Die Display-Werbung verlinkt direkt auf Ihre Website und eignet sich für eine sehr gezielte Konsumentenansprache.

Alle Preise in Euro zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Reichweitendaten: **8.989 Visits** bei **86.935 Page Impressions** (Quelle: eigene Analyse, Stand: Juli 2019).

SONDERWERBUNG - LIKEBOX



**Physischer Empfängerkreis
(Abonnenten & Influencer)**

**Ihre Marke im Fokus:
durch limitierte Anzahl teilnehmender Partner**

**Nur qualitativ hochwertige Produkte werden der
likeBOX beigelegt**

Die Empfänger lieben den Überraschungseffekt der likeBOX

Perfekt für den Launch neuer Produkte

**Super Multiplikator für gezielte PR-Kampagnen und
Influencer-Marketing**

likeBOX	€ 682,-/Ausendung, zzgl. 620 Produkte		
Technische Prüfung	likeBOX-Format: ca. 350 x 250 x 50 mm Die zur Beilage bestimmten Produkte müssen mind. vier Wochen vor EVT des Magazins zur Prüfung im Verlag vorliegen. Der Auftrag wird für den Verlag erst nach Vorlage eines Produktmusters und dessen Billigung verbindlich		
Termine	Ausgabe	#10 Mai–Okt. 2021	#11 Nov. 2021–Apr. 2022
	Buchungsschluss	19.03.'21	17.09.'21
	Versand der likeBox	07.05.'21	05.11.'21
Social Media Posting im Preis inkludiert!			

Alle Preise in Euro zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

NUTZE DEN WOW-EFFEKT: UNSERE LIKEBOX

Die likeBOX wird zusammen mit der jeweils neuesten Ausgabe des **greenup** Magazins an einen ausgesuchten Verteiler von rund 600 Empfängern (Abonnenten & Influencer) versendet. Die likeBOX ist ein phantastisches Instrument für Brand-Building und zur Kundengewinnung. Mit der Belegung der Box nutzen unsere Markenartikler die Möglichkeit, unseren Empfängern für ihre täglichen Kaufentscheidungen neue Lieblingsprodukte vorzustellen.

BEILAGEN / RABATTE / MALSTAFFEL

Beilagen sind der Zeitschrift lose beigefügte Drucksachen eines Werbungtreibenden, die verarbeitungsfertig zur Verfügung gestellt und der Zeitschrift **greenup** beigefügt werden. Beilagen können z. B. Postkarten, gefaltete Flyer oder Broschüren sein.

PREISE PRO TSD. EXEMPLARE (ZZGL. MWST.)

(je angefangene Tsd. Exemplare, ohne Nachlass)

bis 20g Einzelgewicht € 140,-
bis 30g Einzelgewicht € 160,-
bis 35g Einzelgewicht € 175,-
Preis für höhere Gewichte auf Anfrage

Eine Belegung ist nur in der Gesamtauflage möglich.

Die Preise können sich erhöhen, wenn die Beschaffenheit der Beilage die Verarbeitung erschwert und Mehrkosten verursacht.

RABATTE

Die Preise sind nicht rabattfähig.

FORMAT

Mindestformat hoch: 95 mm x 145 mm (BxH)
Mindestformat quer: 150 mm x 145 mm (BxH)
Maximalformat 200 mm x 260 mm (BxH)

TECHNISCHE HINWEISE UND ANLIEFERUNG

- Beilagen werden maschinell in die Zeitschrift eingefügt. Sie müssen deshalb aus einem Teil bestehen oder durch Umschlag, Heftung oder Klebung so zusammengehalten werden, dass sie als ein Teil verarbeitet werden können.
- Beilagen im Zickzack- und 6-Seiten-Fensterfalz können auf der Einsteckmaschine nicht verarbeitet werden.
- Eine bestimmte Platzierung kann nicht zugesagt werden.
- Anlieferung 3 Wochen vor Drucklegung frei Haus an Druckerei.
- Die Beilagen müssen so geliefert werden, dass sie ohne zusätzlichen Aufwand verarbeitet werden können.
- Eine Wareneingangskontrolle findet in der Druckerei nicht statt.
- Bei eventuell auftretenden Verarbeitungsschwierigkeiten hat die Fertigstellung der Auflage Vorrang gegenüber der Beilegung.

AUFTRAGS- UND RÜCKTRITTSSTERMIN

7 Wochen vor Drucklegung

MUSTER

Der Auftrag wird für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und dessen Billigung verbindlich. Bei Auftragserteilung ist die Lieferung von 3 Belegexemplaren erforderlich.

RABATTE / MALSTAFFEL

Bei Buchung einer Anzeige in mehreren Ausgaben eines Kalenderjahres, unabhängig von der gewählten Anzeigengröße, gewährt der Verlag bei 2 Schaltungen 5 % Wiederholungsrabatt auf die unter Seite 8 „Anzeigen Grundformate/-Preise“ genannten Anzeigenpreise.

WIR SIND MEDIENPARTNER VON

BertelsmannStiftung



DESIGNGUT



FAIR FRIENDS



INNATEX



TECHNISCHE DATEN / ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

ZEITSCHRIFTENFORMAT / ANZEIGENFORMAT FÜR ANZEIGEN MIT ANSCHNITT

210 mm breit / 270 mm hoch

SATZSPIEGEL / ANZEIGENFORMAT FÜR ANZEIGEN IM SATZSPIEGEL

176 mm breit / 237 mm hoch

BESCHNITZUGABE (3 MM UMLAUFEND)

Bild- und Textelemente müssen mind. 5 mm vom Beschnitt stehen. Bei Doppel- und Einzelseiten 3 mm Beschnittzugabe zu allen Seiten.

DRUCKVERFAHREN / DRUCKUNTERLAGEN

Rollenoffset nach Euroskala, bis 80er Raster

MATERIAL

Offsetpapier
FSC-zertifiziert, EU-Ecolabel

DATENFORMATE

Hochaufgelöste, druckfähige PDF-Daten (Offsetprofil: PSO Uncoated V3 (FOGRA 52), keine Komprimierung (z. B. JPEG), alle Schriften einbinden (inkludieren) oder in Zeichenwege/ Pfade umwandeln, CMYK oder Graustufen (keine Sonderfarben), eingebettete Bilder dürfen nicht über 300 % Farbdeckung haben.

Auf Wunsch können wir Ihnen die PDF-Joboptions zur Verfügung stellen.

DATEINAME

Anz_gu_Kunde_Ausgabe

Die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen kann Auswirkungen auf die Platzierung und Druckqualität (keine Proofabstimmung) haben, die nicht zu Reklamationen berechtigen. Auch aufgrund nicht korrekter Vorlagen können Reklamationen nicht anerkannt werden.

FARBANZEIGEN

Werden nach Euroskala gedruckt. Geringe Tonabweichungen liegen im Toleranzbereich des Druckverfahrens und können als Reklamationsgrund nicht anerkannt werden.

VERARBEITUNG

Klebebindung

PROOF

Wir benötigen von Ihren Daten einen Proof. Auf dem Proof muss ein aktuell gültiger FOGRA-Medienkeil-CMYK stehen. Ohne farbverbindlichen Andruck/Proof kann keine Garantie für den korrekten Druck der Daten übernommen

werden. Geringfügige Farbabweichungen in Passer und Ton berechtigen nicht zu Ersatzansprüchen.

BILDRECHTE BEI PRODUKTABBILDUNGEN UND ADVERTORIALS

Der Auftraggeber ist dafür verantwortlich, dass die Bildvorlagen frei von entgegenstehenden Rechten Dritter zur Verfügung gestellt werden. Er versichert ausdrücklich, dass die Einwilligung des Rechteinhabers vorliegt. Er stellt die Busche Verlagsgesellschaft mbH von allen wegen angeblicher Rechtsverletzungen im Zusammenhang mit der auftragsgemäßen Veröffentlichung der von ihm zur Verfügung gestellten Bildvorlage geltend gemachten Ansprüchen frei.

ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

8 Tage netto nach Rechnungsstellung. Verzugszinsen belaufen sich auf 10,5 Prozentpunkte über dem Basiszinssatz. Soweit wir gegenüber dem Kunden einen höheren Verzugschaden nachweisen können, sind wir berechtigt, diesen geltend zu machen. Der Kunde ist in diesem Falle jedoch berechtigt, uns nachzuweisen, dass uns als Folge des Zahlungsverzuges kein oder ein wesentlich geringerer Schaden entstanden ist.

AGB

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen, Zeitschriften und Büchern

Ziffer 1 „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

Ziffer 2 Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss 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 benannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

Ziffer 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.

Ziffer 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 höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

Ziffer 5 Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

Ziffer 6 Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich 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. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

Ziffer 7 Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

Ziffer 8 Der Auftraggeber allein haftet dafür, dass die zur Veröffentlichung bestimmten Angaben (Text, Zahlen, Maße), Skizzen, Pläne, Bilder etc. zutreffend sind und durch die Veröffentlichung Rechte Dritter nicht verletzt werden. Es ist daher allein Sache des Auftraggebers, etwa erforderliche Genehmigungen einzuholen. 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 Modells der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung, der Zeitschrift oder des Buches erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

Ziffer 9 Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes oder der Beilagen und einwandfreie Druckunterlagen 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.

Ziffer 10 Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsverminderung 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 Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsverminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages.

Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt.

Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen: in den übrigen Fällen ist gegenüber Kauflenten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach 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.

Ziffer 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 innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

Ziffer 12 Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrundegelegt.

Ziffer 13 Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb von 8 Tagen gerechnet vom Datum der Rechnung an zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

Ziffer 14 Bei Stornierung des Anzeigenauftrags bis 120 Tage vor dem in diesen Mediadaten genannten Erscheinungstermin erhebt der Auftragnehmer keine Stornierungsgebühr. Bei Stornierung im Zeitraum von 120 bis 90 Tagen vor Erscheinungstermin wird eine Ausfallgebühr von 50 % der vereinbarten Auftragssumme erhoben. Bei späteren Absagen und Nichtlieferung der Anzeigendaten wird der gesamte Auftragswert berechnet. Die Stornoerklärung bedarf der Schriftform.

Ziffer 15 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Kontokorrentkredit-Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Zahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen.

Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt,

AGB

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 offenhaltender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

Ziffer 16 Der Verlag liefert mit 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 seiner Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeigen.

Ziffer 17 Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstöcke, Matrern und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

Ziffer 18 Entfällt bei Titeln, die heftbezogene Auflagenangaben veröffentlichen, siehe dafür Ziffer 21.

Ziffer 19 Bei Zifferanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Zifferanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet.

Die Eingänge auf Zifferanzeigen 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.

Ziffer 20 Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Ziffer 21 Abweichend von Ziffer 18 berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagenangaben veröffentlichen, nur dann zu einer Preisminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage von bis zu 500.000 Exemplaren 10 v.H. und bei einer Auflage von über 500.000 Exemplaren 5 v.H. überschreitet (Schwankungsbreite).

Die Höhe der Preisminderung errechnet sich aus der prozentualen Abweichung von der garantierten Auflage abzüglich der nach Absatz 1 berechneten zulässigen Schwankungsbreite.

Die der Garantie zugrundeliegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinn der Definition der IVW. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr aus dem Auflagendurchschnitt der vier Quartale vor dem Insertionsjahr, soweit nicht vom Verlag eine absolute Auflagenzahl als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde.

Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der 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 Kundennettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalgutschrift oder wenn dies nicht mehr möglich ist, als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2.500,- € beträgt.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

Die Werbemittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beihefter oder technische Sonderausführungen. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.

Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge, nicht jedoch vor Ablauf von 4 Monaten nach Bekanntgabe. Bei Neuaufnahme einer Geschäftsverbindung behält sich der Verlag vor, Vorauszahlung zum Anzeigenschlussstermin zu verlangen. 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 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.

Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieknappheit und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeit bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeige, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten 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. Auflagenminderung aus Gründen von Satz 1 bleiben im Rahmen von Ziffer 18 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen unberücksichtigt.

Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet 3 Monate nach Erscheinen der jeweiligen Anzeige, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist.

Die Übersendung von mehr als 2 Farbvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Auftraggeber berechtigt ist, die vorstehenden Daten dem Auftragnehmer zur Verfügung zu stellen und für die sich aus dem Auftrag ergebenden Zwecke zu nutzen. Der Auftraggeber wird den Auftragnehmer von jedweden Ansprüchen Dritter, die sich aus der auftragsgemäßen Verwendung des zur Verfügung gestellten Datenmaterials einschließlich Datenträger ergeben könnten, freistellen.

greenup

Nachhaltiger leben!

KONTAKT

VERLAG

Busche Verlagsgesellschaft mbH
Schleefstraße 1
D-44287 Dortmund
Fon: +49 231 44477-0
Fax: +49 231 44477-77
www.busche.de

ANZEIGENVERKAUFSLEITUNG

Jörg Leu
Fon: +49 231 44477-19
Fax: +49 231 44477-77
E-Mail: leu@busche.de

BLOG & SOCIAL MEDIA

greenup-magazin.de
facebook.com/greenup.magazin

ANZEIGENVERKAUF / AUFTRAGSABWICKLUNG

Caroline Buchhorn
Fon: +49 231 44477-23
Fax: +49 231 44477-77
E-Mail: c.buchhorn@busche.de

