

Mediadaten 2010

<b>Leseranalyse</b>	<b>3</b>
<b>Philosophie</b>	<b>4</b>
<b>Anzeigenformate und Preise</b>	<b>5</b>
<b>Technische Daten und Ansprechpartner</b>	<b>6</b>
<b>Erscheinungstermine</b>	<b>7</b>
<b>Allgemeine Geschäftsbedingungen</b>	<b>8</b>

## Leseranalyse

### Rubrik Lifestyle-Mode

Zielgruppe 1: Junge, intelligente Markteinsteiger  
18 bis 29 Jahre, Abitur/Studium, Haushaltseinkommen € 4.000+  
Potential: 1,71 Millionen = 2,7% der Bevölkerung ab 14 Jahren

### Rubrik Reisen-Kochen

Zielgruppe 2: Junge, intelligente Berufseinsteiger  
25 bis 34 Jahre, Abitur/Studium, Haushaltseinkommen € 5.000+  
Potential: 0,79 Millionen = 1,3% der Bevölkerung ab 14 Jahren

### Rubrik Gesundheit Fitness

Zielgruppe 3: Etablierte Konsumenten mit hoher Kaufkraft  
35 bis 59 Jahre, Haushaltseinkommen € 6.000+  
Potential: 4,72 Millionen = 7,5% der Bevölkerung ab 14 Jahren

### Rubrik Wirtschaft-Finanzien

Zielgruppe 4: Führungskräfte mit hoher Kaufkraft  
Selbständige, freie Berufe, leitende/qualifizierte Angestellte und  
höhere/gehobene Beamte, Haushaltseinkommen € 6.000+  
Potential: 3,67 Millionen = 5,8% der Bevölkerung ab 14 Jahre



## Philosophie

### 1. Was möchten wir genau?

Wir erzählen Geschichten, wahre Geschichten über Personen die ihren Traum leben. Tauchen Sie ein in unglaubliche Storys von Träumern, Spinnern, Machern und vor allem von Persönlichkeiten. Sie erleben Geschichten von Klempnern die Vorstandsvorsitzende geworden sind, von Arbeitslosen die heute 30 Millionen Euro umsetzen und von Hausfrauen, die heute Konzerne führen.

### 2. Unser Journalismus

Als Leser erwartet Sie ein gewissenhafter Journalismus – ehrlich recherchiert, frei und unabhängig von wirtschaftlichen Interessen. Original Interviews mit vielen Fotos und Informationen über die jeweiligen Personen. Wir möchten Ihnen Anregungen vermitteln, wir möchten Sie zum Nachdenken anregen, Sie sollen schmunzeln und sich über tolle Geschichten freuen. Wir sind ein Magazin aus dem Leben für das Leben.








### 3. Unsere andere Wirtschaft

Wirtschaftsmagazine gibt es viele. LIST Magazin-Business People definiert Wirtschaft mal anders. Wir sehen die Wirtschaft aus der Brille der Macher und Unternehmer. Wie ist es zu der Geschäftsidee gekommen? Wie konnten sie sich durchsetzen? Wo liegt ihr Geheimnis des Erfolges? Wir stellen persönliche Fragen um Ihnen persönliche Werdegänge erfolgreicher Unternehmer vorzustellen und ihre Zukunftsvisionen.

**Informationen-Fakten: Gründung: 2010 Auflage: 40.000/Print Mitglied: DPV**

## Anzeigenformate und Preise

Anzeigenpreisliste Nr. 1 – Gültig ab 1. Juni 2010

Anzeigen Format (Heftformat 215x267mm)	im Anschnittformat (inkl. Beschnittzugabe)	Preis in Euro
1 Seite 	215x267 mm (221x273 mm)	3.800,00
2/3 Seite 	215x178 mm (221x184 mm)	2.750,00
1/2 Seite 	215x134 mm (221x140 mm)	2.200,00
1/3 Seite 	215x89 mm (221x95 mm)	1.400,00
2/1 Seite im Buntdurchdruck 	430x267 mm (436x273 mm)	7.300,00
2 x 1/2 Seite im Buntdurchdruck 	430x134 mm (436x140 mm)	4.100,00
2 x 1/3 Seite im Buntdurchdruck 	430x89 mm (436x95 mm)	2.600,00

### Rabatte (Schaltung innerhalb von 12 Monaten)

#### Malstaffel:

ab 3 Schaltungen .....	3%
ab 6 Schaltungen .....	5%
ab 9 Schaltungen .....	7%

#### Mengenstaffel:

ab 2 Seiten .....	3%
ab 3 Seiten .....	5%
ab 6 Seiten .....	10%
ab 9 Seiten .....	15%
ab 12 Seiten .....	20%

## Technische Daten und Ansprechpartner

### Format

Druckformat 209x261 mm (Anschnittformat 215x267 mm)

### Datenformat Werbekunden

Wir akzeptieren Daten im Format JPG, TIFF, PDF, PSD (Schriften in Kurven wandeln).

Auflösung min. 300dpi

Farbformat RGB oder CMYK. (beachten Sie, dass beim Export ins Zielprofil Coated FOGRA27 bei Anlieferung in RGB Farbabweichungen entstehen können.)

### Datenformat Redaktion

Liefern Sie Texte bitte im Microsoft-Word Format oder im PDF-Format an.

Bildcontent bitte mindestens in 300dpi, JPG, TIFF oder PDF.

### Datenanlieferung

Sie haben folgende Möglichkeiten Daten anzuliefern:

E-Mail: [redaktion@listmagazin.de](mailto:redaktion@listmagazin.de)

Download: hinterlegen Sie die Daten zum Download

FTP: Laden Sie die Daten auf unseren FTP-Server (Zugangsdaten bitte erfragen)

### Adresse und Ansprechpartner

#### Chefredakteur und Herausgeber:

**LISTMagazin**

Ralf List

Sebastianstrasse 16

52066 Aachen

E-Mail: [redaktion@listmagazin.de](mailto:redaktion@listmagazin.de)

Tel: 0241-531-06360

Fax: 0241-531-06369

Ansprechpartner Werbung und Redaktion:

Ralf List

LISTMagazin erscheint zweimonatlich mit einer Auflage von 40.000 Stück.

Copypreis: € 4,50.-

Verkauf bundesweit an Flughäfen und Bahnhöfen.

## Erscheinungstermine

Erstausgabe September 2010

## Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen, Werbung und Sonderwerbformen:

Hier können Sie unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen auch als PDF-Datei ansehen bzw. herunterladen (Größe: 57 kb).

### 1. Begriffsbestimmung

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

### 2. Abruf eines Auftrags

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 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

### 3. Abruf bei Abschlüssen

Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

### 4. Haftungsausschluss

Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten dem Verlag die vereinbarte Vergütung abzüglich durch die Nichtausführung ersparter Aufwendungen zu erstatten. Der Verlag bzw. seine gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen haften im Rahmen der Durchführung des Vertrages nur für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit mit Ausnahme der Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit. Ein Erstattungsanspruch entfällt dann, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt beruht bzw. vom Auftraggeber zu vertreten ist. Schadensersatzansprüche sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das zu zahlende Entgelt. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt.

### 5. Abnahmemenge

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

### 6. Rechtzeitige Beauftragung, Rubrizierung von Anzeigen

Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

### 7. Textteil-Anzeigen, Kenntlichmachung als Anzeige

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.

### 8. Ablehnung von Anzeigenaufträgen

Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden.

Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.



## 9. Anlieferung der Druckunterlagen

Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigenauftrages und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

## 10. Reklamationen

Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf 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 Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

## 11. Probeabzüge

Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftrag muss 4 Werktage vor Erscheinen im Haus vorliegen. 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. Erhalten wir innerhalb der Frist keine Korrektur, ist die Anzeige freigegeben.

## 12. Abdruckhöhe

Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

## 13. Bezahlung

Die Rechnung wird sofort, möglichst aber innerhalb von 14 Tagen nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Der Verlag ist berechtigt, die Ausführung der Aufträge vom vorherigen Zahlungsausgleich (Vorkasse) abhängig zu machen. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.

## 14. Zahlungsverzug

Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

## 15. Belege

Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg (nicht bei Fließsatzanzeigen). Als Anzeigenbeleg dient ein Andruck des erschienenen Motivs. Farbanzeigen werden in schwarz/weiß ausgegeben. Großformatige Anzeigen werden proportional verkleinert dargestellt. 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. Anfertigung von Druckunterlagen

Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen, reprofähiger Filme und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen, hat der Auftraggeber zu tragen.

## 17. Erfüllungsort, Gerichtsstand

Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Gerichtsstand ist 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 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.