RATE CARD 2025

FACHVERLAG FRAUND

WEIN | DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR HANDEL UND ERZEUGER MARKT

Profile

The wine trade magazine WEIN+MARKT is the business magazine of the wine industry in the German-speaking countries and is aimed at decision-makers in the retail, wholesale and import sectors as well as marketing and sales managers of producers and bottlers.

Readers appreciate WEIN+MARKT to be a reliable and serious source of information of any kind regarding the worldwide wine business.

An experienced editorial team of insiders provides the industry with background knowledge for successful activities on the German market.

WEIN+MARKT is an essential part and an important platform of the German wine industry.

www.wein-und-markt.de: daily news; largest job market in the industry; all relevant industry dates

These are our readers!

Circulation

7.123 Print Run*
7.043 Total Circulation*

2463
Wine Retail Shops
35 %

1795
Groceries with a Wine Department
25 %

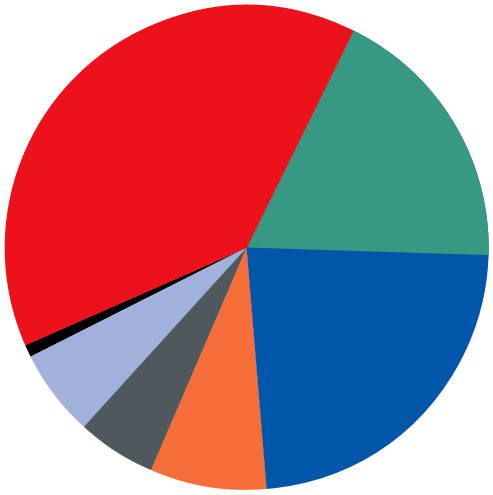
909
Beverage Retailer
13 %

613
Journalists, Agencies, Associations, Cooperatives, Winegrowers
9 %

627
Importers, Wholesalers, Traders, Distributors
9 %

395
Buyers in Food & Beverage Retail
5 %

241
Promotional Purposes
4 %



*Circulation Audit Quarter I 2024

Further Information

www.wein-und-markt.de

Classified ads and others

Job Market	column width 44 mm	2,95 Euro per mm
Other classified ads	column width 44 mm	4,30 Euro per mm
Charge for placement	15%	
Box fee	30 Euro	
Box fee for free online Job Market	30 Euro	
Discounts for booked ads within 12 months	3 pages 10% 6 pages 15% 12 pages 25%	3 ads 5% 6 ads 10% 12 ads 20%
Inserts (not discountable)	**Maximum size: 297 mm x 210 mm (folded)** up to 25 g total circulation up to 50 g total circulation up to 75 g total circulation up to 100 g total circulation over 100 g total circulation	 2.750 Euro 3.560 Euro 3.910 Euro 4.280 Euro upon request
Delivery address for inserts and Tip-on-Cards	upon request free house delivery, at least 10 days before publishing date	
Warranty	Only what is available on the data carrier can be exposed. The publisher is not liable for deviation in text, illustrations and especially colours.	

All prices exclude value-added tax.

Editorial Information

Publisher	Fachverlag Dr. Fraund GmbH WEIN+MARKT Weberstrasse 9 D-55130 Mainz Phone +49 61 31 62 05 24 info@wein-und-markt.de
Director	Tel. +49 61 31 62 05 39
Editorial Team	Tel. +49 61 31 62 05 19
Advertisements	Tel. +49 61 31 62 05 24
Frequency	monthly
Supplementary services for subscribers	weekly newsletter „faxline“ by email, daily news and access to the protected areas of the website
Payment Terms	30 days net after receipt of invoice 2% discount for payment within 14 days 3% discount for bank direct debit or advance payment
Bank Details SEPA	IBAN DE23 5108 0060 0010 2210 00 Swift-Bic DRES DE FF 510 VAT Id Number DE 811 347 282

Technical Information

Magazine format	230 x 325 mm
Format	236 x 331 mm (incl. 3 mm trimming on all sides)
Print Space	194 x 265 mm
Column width	3 columns, each 62 mm, 4 columns, each 44 mm
Printing Process	Offset

Advertising Specifications & Rates in Euro (excl. VAT)
Price List No. 25 valid as of January 1st, 2025

Price List

Format	Type area	Trim Size*	4-colour
Front Cover page	210 x 216 mm		on request
2nd and 4th Cover page		230 x 325 mm*	4.980,-
1/1 page	194 x 265 mm	230 x 325 mm*	4.690,-
2/3 page upright	128 x 265 mm	145 x 325 mm*	3.890,-
1/2 page broadside 1/2 page upright	194 x 134 mm 92 x 265 mm	230 x 159 mm* 113 x 325 mm*	3.190,-
1/3 page broadside 1/3 page upright	194 x 88 mm 62 x 265 mm	230 x 110 mm* 78 x 325 mm*	2.330,-
1/4 page broadside 1/4 page upright 1/4 page 1 column	194 x 65 mm 92 x 134 mm 44 x 265 mm	not possible not possible not possible	1.990,-
Special format on opposite sides 2x 1/3 page upright	not possible	2x 78 x 325 mm*	3.900,-

All prices refer to euro scale colours.
Special colours are charged at 900 Euro per colour for every advertisement.

*Plus 3mm trimming on all sides.

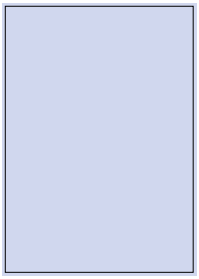
Important Notes

Please layout within the mentioned format and do not place important photo and text information too near to the print space or the trimming edge.

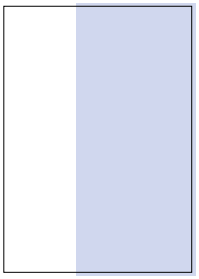
Formats

Advertising Formats (width x hight in mm)

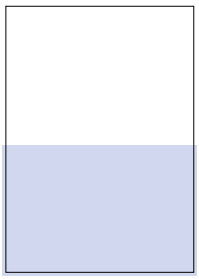
Formats exclusive trim of 3 mm on all sides



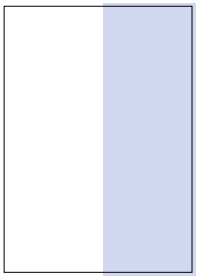
1/1 page
230 x 325



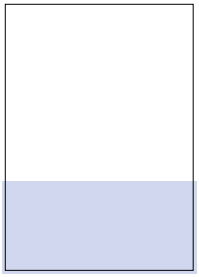
2/3 page upright
145 x 325



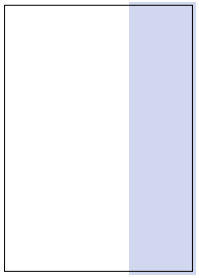
1/2 page broadside
230 x 159



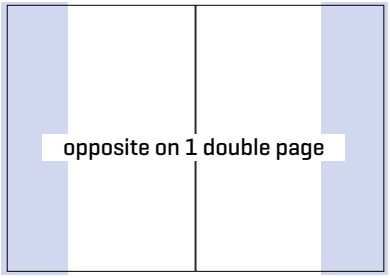
1/2 page upright
113 x 325



1/3 page broadside
230 x 110



1/3 page upright
78 x 325



2x 1/3 page upright (left & right)
2 advertisements 78 x 325 each

WEIN MARKT
DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR HANDEL UND ERZEUGER

Editorial Calendar 2025

Issue	Publishing Date	Advertising Deadline	Print Deadline	Main Topics
1	27.12.2024	02.12.2024	09.12.2024	Wine Retail Summit Rioja Supermarket Wine Test: White Burgundy Varieties
2	31.01.2025	13.01.2025	20.01.2025	Preview Wine Paris Logistics IGP Pays d'Oc Tasting Report: Crémant
3	ProWein-Issue 07.03.2025	17.02.2025	24.02.2025	Preview ProWein and ProWein Guide German Wine Market Review Preview Vinitaly Supermarket Wine Test: Cabernet
4	04.04.2025	17.03.2025	24.03.2025	Wine Retail Survey Italian Wines South Tyrol Tasting Report: Palatinate Pinot Noir
5	02.05.2025	14.04.2025	22.04.2025	Austria Italian Cooperatives Supermarket Wine Test: Müller-Thurgau
6	06.06.2025	12.05.2025	19.05.2025	German Cooperatives Premium Products from Italy Tasting Report: Scheurebe
7	04.07.2025	16.06.2025	23.06.2025	Prosecco Palatinate Supermarket Wine Test: Rosé France vs. Italy
8	01.08.2025	14.07.2025	21.07.2025	Market Review: Wine Brands Rheinhessen Loire Tasting Report: Light Red Wines
9	05.09.2025	18.08.2025	25.08.2025	Gift and Shipping Packaging Württemberg Supermarket Wine Test: BiB & Co.
10	02.10.2025	15.09.2025	22.09.2025	Catalonia Market Review: Sparkling Wines Rhône Tasting Report: Future Grape Wines
11	31.10.2025	13.10.2025	20.10.2025	Baden Aromatic Innovations / Premium Premix Supermarket Wine Test: Chardonnay
12	28.11.2025	10.11.2025	17.11.2025	Sweet Wines Market Report: Alcohol Free Tasting Report: Island Wines

Trade Fair Calendar

Millésime Bio
27-29 January 2025, Montpellier

Salon des Vins de Loire
03-04 February 2025, Angers

Barcelona Wine Week
03-05 February 2025, Barcelona

Wine Paris
10-12 February 2025, Paris

BioFach
11-14 February 2025, Nuremberg

Eurovino
09-10 March 2025, Karlsruhe

ProWein
16-18 March 2025, Düsseldorf

Vinitaly
06-09 April 2025, Verona

VDP-Weinbörse
28-29 April 2025, Mainz

World Bulk Wine Exhibition
24-25 November 2025, Amsterdam

Number 1/2026 Publishing Date: 09.01.2026 | Advertising Deadline: 08.12.2025 | Printing Material Deadline: 15.12.2025

Regular topics and columns:
Market Research, Analysis, Statistics, Importer, Wholesaler and Retailer Concepts and Brands, Specialised Trade Concepts, Interviews, Enological Know-How, Specialised Trade Conventions, Wine Fairs, Portraits, Promotions, Market Trends, Wine Tests, Store Checks and much more...

In each issue you will find articles on the most important wine growing regions all over the entire wine world.

Fachverlag Dr. Fraund GmbH, WEIN+MARKT, Weberstraße 9, D-55130 Mainz/Germany
www.wein-und-markt.de
Please contact Mr. Werner Trautwein: Tel. +49 61 31 62 05 24; e-mail: w.trautwein@fraund.de

faxline

faxline is the weekly newsletter for subscribers of WEIN+MARKT and is delivered by email.
Advertisements in *faxline* are not discountable.

Anzeige

KNOCHEN-TROCKEN. MIT MUT ZUM GEGENTREND!
www.mus.de

WEIN MARKT
DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR HANDEL UND ERZEUGER
faxline
Das Original
www.wein-und-markt.de

Anzeige

IHR DROPSHIPPING PARTNER
WIR SENDEN IHRE BESTELLUNGEN DIREKT AUS UNSEREM LAGER AN IHRE KUNDEN. DABEI MACHT ES KEINEN UNTERSCHIED, OB SIE DIE BESTELLUNG VOR ORT ODER IN IHREM ONLINE-SHOP ERHALTEN. WIR MACHEN DAS FÜR SIE!
freund Wein und Delikatessen
WEINKONTOR-FREUND.DE

Nummer 34/2021

Mainz, den 27.08.2021

+++ Jacques' geht testweise an die Tanke: Die Fachhandelskette Jacques' Wein-Depot bietet im Großraum Berlin gerade testweise in rund 20 Total-Tankstellen eine Auswahl an französischen Weinen aus ihrem Sortiment an. Das hat Jacques'-Geschäftsführerin Kathy Féron gegenüber WEIN+MARKT bestätigt. Das Angebot fokussiert sich dabei nach ihren Worten auf Weine, die bei Jacques' zwischen 5 und 8 Euro kosten. „Wir sehen den Test vor allem unter dem Aspekt der Neukundengewinnung", erklärt Féron. Dazu beitragen sollen die QR-Codes auf den Rückenetiketten der Weine, über die die Käufer auf die Website von Jacques' (mit Online-Shop) verlinkt werden. Geliefert werden die Weine vom Zentrallager der Fachhandelskette. Mit eingebunden in den Test sind auch die Depotbetreiber aus dem Umkreis der jeweiligen Tankstellen-Standorte, die über Provisionen an den Umsätzen beteiligt werden. Der Test läuft laut Féron noch bis Jahresende. Danach werde man weitersehen. Derzeit sei es noch zu früh für ein erstes Zwischenfazit. -wer-

+++ Schloss Wachenheim wohl besser als erwartet: Auf Basis vorläufiger Zahlen hat die Schloss Wachenheim AG, Trier, im Geschäftsjahr 2020/21 Umsatzerlöse von 354,6 Mio. Euro erwirtschaftet – dies meldet das börsennotierte Unternehmen in einer Ad-Hoc-Meldung. Das bedeutet ein Umsatzplus von rund 4,8 % gegenüber dem Vorjahr (338,2 Mio. Euro). Aber nicht nur der Umsatz lag oberhalb der bisher gemachten Vorhersagen: Die Zahl der verkauften Flaschen (umgerechnet in 1/1-Flaschen) liegt mit 220,2 Mio. ebenfalls über dem Vorjahresabsatz von 214 Mio. Flaschen (Trend: +2,9 %). Demnach konnten die bisherigen Prognosen leicht übertroffen werden, die für beide Kennzahlen jeweils von einem gegenüber dem Vorjahr stabilen Niveau ausgingen. Das operative Ergebnis (EBIT) für das Geschäftsjahr 2020/21 dürfte auf Basis der jetzt vorliegenden vorläufigen Zahlen bei rund 24,4 Mio. Euro (Vorjahr: 19 Mio. Euro) liegen. Damit wurde auch der zuletzt im Mai 2021 angepasste Prognosekorridor fürs Ergebnis (der von 21 Mio. bis 23 Mio. Euro ausging) überschritten. Der vorläufige Konzernjahresüberschuss nach Steuern beträgt rund 17,7 Mio. Euro (Vorjahr 13 Mio. Euro). Hintergrund der positiven Entwicklung sei ein über den Erwartungen liegender Geschäftsverlauf im vierten Quartal 2020/21 in den Teilkonzernen Frankreich und Ostmitteleuropa, heißt es in der Mitteilung. Die Veröffentlichung des geprüften Konzernabschlusses 2020/21 ist für den 23. September 2021 geplant. -ja-

+++ Badischer Winzerkeller verstärkt Team: „Wir wollen in die Zukunft wachsen," erklärt André Weltz, geschäftsführender Vorstand des Badischen Winzerkellers, Breisach. Deshalb investiere das Team ins Marketing und in die Unternehmensentwicklung. Bereits im Juli habe Sarah Gleichauf bei den Sonnenwinzern als Produktmanagerin im Bereich Marketing begonnen. Im August habe zudem Verena Armbruster in Breisach die neu geschaffene Position der Unternehmensentwicklerin übernommen. Sarah Gleichauf absolvierte ein duales Studium der Betriebswirtschaftslehre (B.A.) mit dem Schwerpunkt Handels- und Dienstleistungsmanagement an der DHBW Lörrach. Nach einer einjährigen Weltreise stieg sie ins Online-Abomarketing (bei der DPV Deutscher Pressevertrieb GmbH/Gruner + Jahr GmbH) in Hamburg ein. Dem folgten weitere berufliche Stationen im Digital-Marketing (Webguerillas GmbH in München) sowie als Projektmanagerin (Elbkind GmbH in Hamburg). Von 2013 bis 2021 arbeitete sie als Senior-Projektmanagerin Marketing & Events und Teamleitung Kundenbindungsprogramm beim Hamburger Abendblatt. Verena Armbruster ist gelernte Hotelkauffrau und absolvierte ein Studium der Weinbetriebswirtschaft (B.A.) an der Hochschule Heilbronn. Von 2013 bis 2017 war sie zunächst als Trainee Marketing und später als Brandmanagerin bei der Weinkellerei F. W. Langguth Erben tätig, bevor sie ein Masterstudium mit Fachrichtung Trend- und Nachhaltigkeitsmanagement absolvierte. Zuletzt arbeitete sie von 2017 bis 2021 als Produktmanagerin der DEHOGA-Akademie in Bad Überkingen. -red-

+++ Henkell Freixenet komplettiert Filipopolis-Übernahme: 2018 hatte Henkell Freixenet bereits die Mehrheit des litauischen Distributionsspezialisten Filipopolis erworben, jetzt übernimmt das Unternehmen nach eigenen Angaben auch noch die verbliebenen Anteile. Filipopolis, das nun offiziell unter dem Namen UAB Henkell Freixenet Lietuva firmiert und seinen Sitz in Kaunas hat, gilt als einer der führenden Importeure und Distributeure von alkoholischen Getränken in Litauen. Seit der Übernahme der Mehrheitsanteile hatte Filipopolis bereits Marken von Henkell Freixenet in sein Portfolio aufgenommen und von den positiven Schaumweintrends in Litauen profitiert. Das Unternehmen konzentrierte sich dabei besonders auf den Vertrieb von Mionetto Prosecco und Cava Freixenet sowie auf das Wachstum des bestehenden Produktportfolios. Selbst in Krisenzeiten konnte damit laut Firmenangaben eine hervorragende Geschäftsentwicklung mit stetigem Wachstum erzielt werden. „Mit dem Erwerb von Filipopolis haben wir unser Cluster im Baltikum vervollständigt. In nur drei Jahren haben wir dort nicht nur unseren Umsatz fast verdoppelt, sondern auch unsere strategischen Marken Freixenet und Mionetto zu führenden Prosecco- und Cava-Marken entwickelt", so Dr. Andreas Brokemper, CEO von Henkell Freixenet. Liudas Zukaitis, Business Development Director bei Henkell Freixenet Lietuva, erklärt: „Durch die Eingliederung in die Gruppe haben wir jetzt Zugang zu einem attraktiven internationalen Sekt-, Wein- und Spirituosenportfolio." -red-

siegbert bimmerle WEINGUT
AUSGEZEICHNETE BURGUNDER
Genießen SIE SPITZENWEINE
wein-bimmerle.de

+++ Alexandra Demuth tritt in Katlenburger-Geschäftsführung ein: Alexandra Demuth, seit August 2018 Head of Marketing bei Katlenburger und Urenkelin des Firmengründers, ist ab sofort Teil der Geschäftsführung des Unternehmens. Dies meldet die familiengeführte Kellerei. Sie führt das Unternehmen damit gemeinsam mit ihrem Onkel Klaus Demuth. Als Head of Marketing hatte sie vor allem die strategische Ausrichtung und Positionierung der Marke Katlenburger verantwortet. Nachdem nun Auftritt und Sortiment einem Relaunch unterzogen worden seien, werde sie sich zukünftig weiteren Themen widmen, heißt es in der Mitteilung des Hauses. „Es macht mich sehr stolz, in die Fußstapfen meiner Vorfahren zu treten und das Unternehmen, welches mein Urgroßvater vor über 95 Jahren aufgebaut hat, weiter in die Zukunft zu begleiten", sagt Alexandra Demuth. -red-

+++ Betriebsübergabe bei Antes: Anja Antes-Breit und Heike Antes übernehmen am 1. November 2021 von ihrem Vater Reinhard Antes die Führung des Familienbetriebs. Die beiden Geisenheim-Absolventinnen sind bereits im Unternehmen in den Bereichen Beratung und Rebenverkauf tätig. Der Rebveredler Antes Weinbau Service GmbH mit Sitz an der Hessischen Bergstraße wird derzeit in zweiter Generation von Reinhard Antes und seinem jüngeren Bruder Helmut geführt. Bewirtschaftet werden 48 ha mit 400 Rebsorten und Klonen. In den Vergleichspflanzungen hat Antes 75 Piwi-Sorten stehen. „Der Rebenverkauf beträgt abhängig vom Jahrgang um die 1,7 Mio. Reben mit rund 550 Kombinationen, davon sind aktuell 190 Piwi-Kombinationen", informiert Reinhard Antes. Der Export erfolgt laut Antes in ca. 40 Länder mit einem „klaren Schwerpunkt" bei den neuen Cool-Climate-Ländern. Vom 30. August bis 11. September 2021 finden in dem Betrieb die „Rebsortentage" statt. Kunden und Interessierte haben dann die Möglichkeit, die Weinberge zu besichtigen und Sorten, Klone und Unterlagen zu vergleichen. -ac-

faxline ist der wöchentliche Informationsdienst für Abonnenten von WEIN+MARKT, Tel +49 6131 6205-12, Fax +49 6131 5 53 95 94, E-Mail: info@wein-und-markt.de
V.i.S.d.P.: Werner Engelhard. Alle Nachrichten dienen zur persönlichen Information. Weiterleiten ist nicht gestattet.

Corner ad left or right

Price: 2.595 Euros/quarter
Booking Duration: quarterly
Format: 85 x 40 mm (W x H), 4-colour

Column ad

Price: 500 Euros/week
Booking Duration: weekly
Format: 52 x 52 mm (W x H), 4-colour

Website | www.wein-und-markt.de

WEIN+MARKT online

- WEIN+MARKT subscribers have exclusive access to daily news and market analysis.
- Users of our website take advantage of the largest job market in the industry.
- At www.wein-und-markt.de you can find all important data.
- An extensive archive allows you to search for past articles, information and data.
- Our readers have access to relevant professional information at any time.

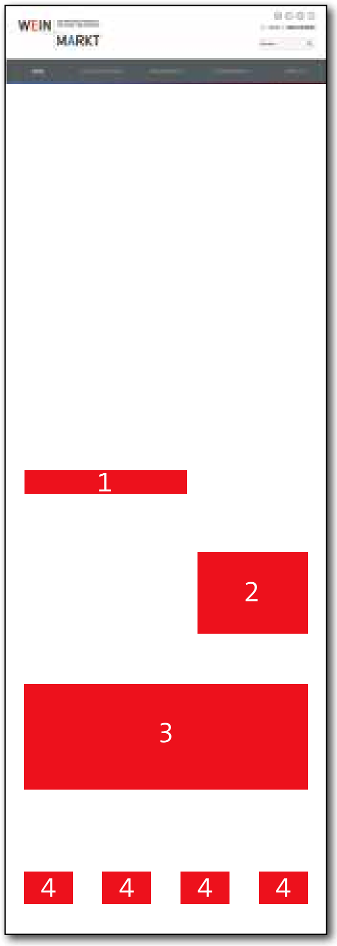
Performance Data

Page Impressions [PI]/month
38.000-43.000

Unique Visitors [UV]/month
6.200-7.700

[Survey method modified]

Readers visit us predominantly on working days



Banner Sizes & Prices

1	**Full Banner**	size: 468 x 60 px	1.000 Euros/month
2	**Large Rectangle**	size: 336 x 280 px	900 Euros/month
3	**Expandable Super Banner**	size: 728 x 300 px	1.000 Euros/month
4	**Partner Logo**	size: 120 x 90 px	200 Euros/month

Banner ads run for one month.

Contact

Head of Sales
Werner Trautwein
Tel. +49 61 31 62 05 24
Mobile +49 16 21 31 40 11
w.trautwein@fraund.de

Advertising Sales Spain/Portugal
Monica van der Eb, Alcalá Media
2 Sheep Street
Petersfield
Hants GU32 3JX
Tel. +34 6 26 83 55 88 (Spain)
Tel. +44 79 51 51 57 13 (UK)
m.vandereb@alcalamedia.com

Advertising Sales France
Espace Quadri
Delphine Rouget Marquézy
La Tour - 24140 Maurens
Tel. +33 7 87 49 36 27
drm@espacequadri.com

Document Structure

Please structure the advertisements in the booked format. For bleed formats, add a 3 mm trimming edge on each side. Please compress your data. That way you will save transfer time and costs.

Data Format

PDF with the usual standards (minimum 300 dpi)

Color Profile

ISO Coated V2 300%

Scripts

When dispatching open program files, please supply all scripts used. Please also remember to supply scripts that are used in EPS files.

Important

We would like to point out that the passing on of original scripts can infringe the copyrights of the script designer. It is legal to pass on scripts in closed files like Postscript or PDF.

Email

Please send the printing data by email to **w.trautwein@fraund.de**

FACHVERLAG FRAUND

Terms & Conditions

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
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 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höhere Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. 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 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. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder 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 Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes 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. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadenersatzansprüche 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 seiner 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 Kaufleuten 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.
11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
14. 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 offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
15. 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 seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende, erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage bis zu 50 000 Exemplaren 20 Prozent, bei einer Auflage bis zu 100 000 Exemplaren 15 Prozent, bei einer Auflage bis zu 500 000 Exemplaren 10 Prozent, bei einer Auflage über 500 000 Exemplaren 5 Prozent beträgt.
    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.
18. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe 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. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.
20. 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.