



LIVING

DECORATION FOOD GARDEN INTERIORS TRAVEL PEOPLE

Preisliste 2011

gültig ab 01.01.2011

Inhalt

Zeitschriftenprofil	1	Technische Angaben/Abwicklung	6
Verlagsangaben	2	Leserschaftsprofil	7
Grundpreise und Rabatte	3	Ansprechpartner	8
Anzeigenpreise und -formate	4	Geschäftsbedingungen	9
Terminkalender	5		



Nr. 1/2010



Nr. 3/2010



Nr. 6/2010

LIVING

1 Zeitschriftenprofil



Kurzcharakteristik

Brigitte von Boch hat in den vergangenen Jahren durch ihre Inneneinrichtungen, Bücher, Kataloge, Internetsite und Fernsehauftritte einen Lifestyle etabliert, der einen unglaublichen Zuspruch gefunden hat. Das Können, die Erfahrung, die Energie und die absolute Glaubwürdigkeit haben zu einer starken Bindung zwischen Brigitte von Boch und ihren Lesern, Besuchern und Zuschauern geführt.

Der Wunsch vieler Leser, mehr aus dieser authentischen Welt zu erfahren, legte die Einführung des zunächst vierteljährlich erscheinenden Magazins Brigitte von Boch LIVING nahe.

Hier zeigt die Lifestyleautorin Frauen zwischen 29 und 49 Jahren nicht nur, wie sie einrichtet, dekoriert, den Garten gestaltet, kocht, Freunde einlädt. Sie bietet vor allen Dingen einen Leitfaden und zeigt die Hintergründe und Zusammenhänge einer Lebensart, für die sich immer mehr Menschen interessieren.

Brigitte von Boch LIVING – eine Welt, in der sich die Leser wohlfühlen und in der sie aufnahmebereit sind für Anzeigen, die in diese Welt passen und die sie ergänzen. Brigitte von Boch LIVING bietet ein ideales Umfeld für Werbekunden, da die Anzeigen nicht willkürlich im Heft verstreut sind, sondern in eine persönliche Welt aufgenommen werden. Für den Leser steigt somit auch die Glaubwürdigkeit und der Wert der Anzeigen.

2 Verlagsangaben

- Verlag:** OvB Publishing GmbH
Von-Boch-Straße 1-3
66679 Losheim am See
- Kontakt:** Hildebrandtstraße 4
D-40215 Düsseldorf
- Telefon:** +49 (0) 2 11-50 11 07
Telefax: +49 (0) 2 11-50 11 06
Internet: www.brittevonbochliving.de
- Herausgeber und
Geschäftsführer:** Oliver von Boch
- Erscheinungsweise:** 6 x jährlich
- Heftpreis:** € 6,-
- Zahlungsbedingungen:** 30 Tage nach Rechnungsdatum ohne Abzug.
- Bankverbindung:** Kreissparkasse Saarlouis
Kto. 800 019 69, BLZ 593 501 10



3 Grundpreise und Rabatte

Anzeigenpreis: 1/1 Seite € 8.750,-

Angeschnittene Anzeigen

bzw. Satzspiegelüberschreitung: Es werden keine Zuschläge berechnet.

Sonder- und Festplatzierungen:

Platzierungszuschlag auf den Brutto-Anzeigenpreis für die 2. und 4. Umschlagseite 20%,
 Opening-Spread (2. Umschlagseite und Seite 3) 20%.

Festplatzierungen bedürfen der schriftlichen Bestätigung des Verlags. Der Verlag behält sich vor, die Reservierung von Umschlagseiten zurückzunehmen, falls eine Cover-Gate-Fold-Buchung vorliegt.

Rabatte:

Malstaffel		Mengenstaffel	
ab 2 Anzeigen	5 %	ab 2 Seiten	5%
ab 4 Anzeigen	10%	ab 4 Seiten	10%
ab 6 Anzeigen	15%	ab 6 Seiten	15%
		ab 9 Seiten	18%
		ab 12 Seiten	20%

Beilagen, Beihefter und Beikleber sind nicht rabattfähig.

Nachbelastungen und Gutschriften werden nach der tatsächlich abgenommenen Menge (am Ende des Dispositionsjahres) abgerechnet.

Agenturvergütung:

wird gewährt mit 15%.

4 Anzeigenpreise und -formate

Alle Preise finden Sie unter www.pz-online.de

Anzeigen:

Größe in Seitenteilen	Angeschnittene Anzeigen*		Preise für Anzeigen 4c, s/w (lt. Skala)
	Breite (mm)	Höhe (mm)	
1/3 Seite	70	280	3.150,-
1/2 Seite	105	280	4.600,-
1/1 Seite	210	280	8.750,-
2/1 Seite	420	280	16.500,-

Weitere Formate auf Anfrage.

Umschlagseiten:

Für die Belegung der Umschlagseiten erheben wir einen Zuschlag von 20 %.

Beilage: **

Preis pro Tausend	bis 25 g	€ 98,-
	bis 50 g	€ 125,-

Eine bestimmte Platzierung kann nicht zugesichert werden.

Beihefter: **

Preis pro Tausend	2-seitig	€ 85,-
	4-seitig	€ 105,-
	8-seitig	€ 115,-

Format 210x280 mm zuzüglich Beschnitt auf allen Seiten.

* Angeschnittene Anzeigen: Beschnittzugabe an allen Außenkanten 3 mm, Kopfbeschnitt 3 mm. Ein Ansnchnittzuschlag wird nicht erhoben.

** Außer AE werden keine weiteren Rabatte anrechenbar

5 Terminkalender

Alle Termine finden Sie unter www.pz-online.de

Heft-Nr.	Erstverkaufstag	Anzeigenschluss- und Rücktrittstermin	Druckvorlagenabgabe
01/2011	17.12.2010	11.11.2010	16.11.2010
02/2011	18.02.2011	12.01.2011	17.01.2011
03/2011	21.04.2011	16.03.2011	21.03.2011
04/2011	24.06.2011	19.05.2011	23.05.2011
05/2011	19.08.2011	13.07.2011	18.07.2011
06/2011	21.10.2011	14.09.2011	19.09.2011
01/2012	21.12.2011	16.11.2011	21.11.2011

Technisch bedingte Veränderungen in Produktion, Verarbeitung und Erscheinungsweise behält sich der Verlag in allen Ausgaben vor.
Der Terminablauf für Promotions ist abhängig vom Seitenumfang und muss gesondert angefragt werden.

6 Technische Angaben / Abwicklung

- Formate:** Heftformat: 210x280 mm (BxH)
Satzspiegelformat: 170x235 mm (BxH)
- Druckverfahren:** Rollen-Offset
s/w: 54er–60er Raster, 4-farbig: 60er Raster
Tonwertzunahme:
16% im 40%igen Rasterfeld,
12% im 80%igen Rasterfeld,
UCR: max. 280% Flächendeckung
- Farben: nach Europa-Skala,
DIN 16539 für Offset.
- Farbreihenfolge: Schwarz, Cyan, Magenta, Gelb
- Geringe Tonwertabweichungen sind im Toleranzbereich des Rollenoffsetdrucks begründet.
- Papier:** **Umschlag:** 250 g/m², holzfrei, weiß, glänzend gestrichen
Innenteil: 90 g/m², leicht holzhaltig, weiß, glänzend gestrichen.
- Ein eventuelles Durchscheinen der Rückseite bei hellen Anzeigenmotiven kann nicht ausgeschlossen werden.
- Druckunterlagen:** Bei Anfertigung von Druckunterlagen durch den Verlag wird – ausreichende Vorlagenqualität vorausgesetzt – erstklassige Qualität garantiert. Notwendig ist hierbei die Einhaltung der Druckunterlagentermine. Wenn eine Anfertigung der Druckunterlagen durch den Verlag gewünscht wird, so wird diese gesondert berechnet.

Die Fertigung der Druckplatten erfolgt über Computer-to-Plate. Aus diesem Grund werden digitale Daten benötigt. Die Dateien müssen von einem Proof in Euro-Standard begleitet werden.

Datenträger: CD-R, CD-RW, DVD-R, DVD-RW (Mac-formatiert)

Datenfernübertragung (ISDN): auf Anfrage.

Die Lieferung der Daten erfolgt vorzugsweise als druckfähige PDF-Datei. Bei der Lieferung anderer Datenformate oder fehlerhafter PDF-Dateien ist immer ein Kontroll-Proof sowie ein Daten-checking vorzunehmen. Anfallende Mehrkosten werden Ihnen berechnet.

Sollten Sie Druckfilme liefern, so müssen diese redigitalisiert werden, was zu einer Qualitätsreduzierung führen kann.

Anlieferung für Druckunterlagen:

OvB Publishing
Ute Laatz
Hildebrandtstraße 4
D-40215 Düsseldorf

Ansprechpartner für technische Fragen:

Junck-Medientechnik
Schlossstraße 78
D-40477 Düsseldorf
+49 (0) 211-9 48 59-0

7 Leserschaftsprofil

LIVING Brigitte von Boch

(Angaben in Prozent)

Geschlecht

Männer	3
Frauen	97

Alter

20–29 Jahre	8
30–39 Jahre	25
40–49 Jahre	42
50–59 Jahre	18
60 Jahre und älter	7

LIVING Brigitte von Boch

(Angaben in Prozent)

Bildung

Hauptschulabschluss	2
weiterführende Schule	39
Abitur, Studium	59

Haushaltsnettoeinkommen

bis € 1.000	3
€ 1.000–1.500	7
€ 1.500–2.000	8
€ 2.000–2.500	13
€ 2.500–3.000	14
€ 3.000–3.500	15
€ 4.000 und mehr	33

Quelle: Leserbefragung Frühjahr 2001, Brigitte von Boch-Leserinnen, 635 Befragte

Die Kernleserschaft von Brigitte von Boch LIVING ist 30 bis 59 Jahre alt, weiblich, mit bester Ausbildung und verfügt über ein überdurchschnittliches Haushaltsnettoeinkommen. Die Leserinnen interessieren sich für alle Themen und Facetten des Lifestyles: Kosmetik und Mode,

Einrichten und Dekorieren und nicht zuletzt Reisen und Gastlichkeit. Brigitte von Boch LIVING-Leserinnen vertrauen auf die Qualität hochwertiger Markenartikel, mit denen sie gerne ihre Individualität unterstreichen.

Weitere Informationen und branchenbezogene Ausarbeitungen senden wir Ihnen gerne auf Anfrage zu.

8 Ansprechpartner

Verlag:

OvB Publishing GmbH

Von-Boch-Straße 1-3
66679 Losheim am See

Anzeigenleitung + Redaktionsanschrift:

OvB Publishing

Ute Laatz

Hildebrandtstraße 4
D-40215 Düsseldorf

Phone: +49 (0) 2 11-50 11 07

Fax: +49 (0) 2 11-50 11 06

E-Mail: utelaatz@brigittevonboch.de



LIVING

9 Geschäftsbedingungen

- §1 „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen.
- §2 Anzeigen sind im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss zur Veröffentlichung abzurufen. Der Auftraggeber hat Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Nachlass.
- §3 Wurde dem Auftraggeber aufgrund der Menge der von ihm bestellten Anzeigen ein Nachlass auf den Anzeigenpreis gewährt und wird ein Anzeigenauftrag aus Umständen nicht erfüllt, die vom Auftraggeber zu vertreten sind oder in seinem Risikobereich liegen, so hat der Auftraggeber dem Verlag unbeschadet weiterer Rechtspflichten den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Anzeigenabnahme entsprechenden Nachlass zu erstatten.
- §4 Sofern der Verlag dem Auftraggeber bei der Auftragserteilung nicht ausdrücklich schriftlich eine bestimmte Anzeigenplatzierung oder die Aufnahme von Fremdbeilagen an bestimmten Plätzen zugesagt hat, wird vom Verlag keine Gewähr für die Aufnahme von Anzeigen und Fremdbeilagen an bestimmten Plätzen der Zeitschrift übernommen. Für die Einhaltung einer vereinbarten Platzierung übernimmt der Verlag keine Gewähr, sofern der Auftraggeber die Druckunterlagen nach Ablauf der in der Preisliste hierfür festgelegten Frist liefert und die Einhaltung der Platzierung für den Verlag aus diesem Grunde nicht mehr ohne unzumutbaren Aufwand möglich ist.
- §5 Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch rechtsverbindlich bestätigte Aufträge sowie einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form der Anzeigen nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn die Anzeigen nach pflichtgemäßem Ermessen des Verlages gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstoßen oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Masters der Beilage und deren Billigung bindend. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ kenntlich gemacht.
- §6 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 gegen den Verlag erwachsen, und dem Verlag den aus der Geltendmachung solcher Ansprüche entstehenden Schaden zu ersetzen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Der Verlag ist berechtigt, die Schaltung von Anzeigen für Arznei- und Heilmittel von einer schriftlichen Zusicherung des Auftraggebers über die rechtliche Zulässigkeit der Werbung abhängig zu machen und/oder die Werbevorgänge mit Zustimmung des Auftraggebers auf dessen Kosten durch eine sachverständige Stelle auf die rechtliche Zulässigkeit hin überprüfen zu lassen.
- §7 Für die Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder Beilagen innerhalb der in der Preisliste festgelegten Fristen ist der Auftraggeber verantwortlich. Nach Ablauf dieser Fristen sind Änderungen, insbesondere hinsichtlich Größe, Format und Farben nicht mehr möglich. Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe der Anzeige, soweit es die überragenden Druckunterlagen zulassen. Die Gewährleistung des Verlages bei unzulänglicher Druckqualität ist ausgeschlossen, wenn diese auf Mängeln der Druckvorlage beruht, die sich erst bei der Reproduktion oder beim Druck zeigen. Die Gewährleistung des Verlages ist auch dann ausgeschlossen, wenn ein unzulänglicher Abdruck auf einer verspäteten Lieferung der Druckvorlagen beruht.
- §8 Das dem Auftraggeber wegen verspäteter Veröffentlichung einer Anzeige möglicherweise gesetzlich eingeräumte Rücktrittsrecht steht unter der Voraussetzung, dass die Verspätung vom Verlag zu vertreten ist. Beruht die Verspätung auf leichter Fahrlässigkeit des Verlages oder seiner Erfüllungsgehilfen, so ist die gesetzlich etwa gegebene Haftung des Verlages auf den Ersatz des im Zeitpunkt des Vertragsschlusses voraussehbaren Schadens beschränkt.
- §9 Weist die veröffentlichte Anzeige Mängel auf, die vom Verlag zu vertreten sind, so steht dem Auftraggeber nach Wahl des Verlages ein Recht auf Ersatzanzeige oder Herabsetzung des Anzeigenpreises zu. Wählt der Verlag die Ersatzanzeige und schlägt diese fehl, so steht dem Auftraggeber unter den gesetzlichen Voraussetzungen das Recht auf Herabsetzung des Anzeigenpreises oder auf Rückgängigmachung des Vertrages zu. Reklamationen müssen innerhalb von vier Wochen nach Erscheinen der Anzeige geltend gemacht werden, es sei denn, dass es sich um verborgene Mängel handelt.
- §10 Vertragliche bzw. quasivertragliche Schadensersatzansprüche des Auftraggebers, insbesondere solche wegen mangelhafter Erst- und Ersatzanzeigen, sowie Schadensersatzansprüche aus aufervertraglicher Haftung sind ausgeschlossen. Dies gilt nicht für Vorsatz, grobe Fahrlässigkeit und die Verletzung von Kardinalpflichten durch den Verlag oder seine Erfüllungsgehilfen sowie nicht für die Haftung des Verlages für unmittelbare Schäden wegen Fehlens zugesicherter Eigenschaften. Hinsichtlich der Haftung für leichte Fahrlässigkeit gilt §8 Satz 2 entsprechend.
- §11 Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der dem Verlag zurückgesandten Probeabzüge. Sende der Aufträge über dem ihm übersandten Probeabzug innerhalb der vom Verlag bestimmten Frist nicht zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
- §12 Die Preise ergeben sich aus der jeweils gültigen Preisliste. Sie bestimmen sich nach dem vom Auftraggeber gewählten Format, das einem der in der Preisliste angegebenen Formate entsprechen muss.
- §13 Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge, nicht jedoch vor Ablauf von drei Monaten nach Bekanntgabe.
- §14 Der Anzeigenpreis wird zum Zeitpunkt der Veröffentlichung der Anzeige fällig. Ist Gegenstand des Anzeigenauftrages die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen, so ist der auf die einzelnen Anzeigen entfallende Anzeigenpreis bei Veröffentlichung der jeweiligen Anzeige fällig. Rechnungen des Verlages sind innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Rechnungsdatum an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im Einzelfall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.
- §15 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 5 v. H. über dem jeweiligen Basiszinssatz der Deutschen Bundesbank sowie Einziehungskosten berechnet. Hierdurch wird dem Auftraggeber der Nachweis, dass dem Verlag im Einzelfall kein oder ein geringerer Schaden entstanden ist, nicht abgeschnitten. Die Rechte des Verlages, einen weitergehenden Schaden ersetzt zu verlangen, bleiben ebenfalls unberührt. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen. Tritt nach Vertragsabschluss in den Vermögensverhältnissen des Auftraggebers eine wesentliche Verschlechterung ein, durch die der Anspruch auf die Gegenleistung gefährdet wird, so ist der Verlag berechtigt, die Leistung zu verweigern, bis der Auftraggeber die Gegenleistung bewirkt oder Sicherheit geleistet hat. Dies gilt auch, wenn eine bei Vertragsschluss bereits bestehende Verschlechterung der Vermögensverhältnisse dem Verlag erst nach Vertragsschluss bekannt wird, ohne dass der Verlag bei Vertragsschluss von der wesentlichen Vermögensverschlechterung Kenntnis haben musste.
- §16 Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht geliefert werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
- §17 Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn die durchschnittliche Auflage der belegten Ausgaben, innerhalb des Kalenderjahres für das die Preisliste gültig ist, die in einer Preisliste genannte Auflage unterschreitet. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20 v. H., bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren 15 v. H., bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren 10 v. H., bei einer Auflage über 500.000 Exemplaren 5 v. H. beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschließen Prämienvertragsansprüche 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. Eine Auflagenminderung berechtigt bei Titeln, die heftbezogene Auflagendaten veröffentlichen, nur dann zu einer Preiserminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage von bis zu 500.000 Exemplaren 10 v. H. und bei einer Auflage von 500.000 Exemplaren 5 v. H. überschreitet (Schwankungsbreite). Die Höhe der Preiserminderung 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 Sinne der Definition der IWW. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr, soweit nicht vom Verlag eine absolute Auflagenzahl als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preiserminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengentafel und für mindestens drei Ausgaben.Grundlage für die Berechnung der Preiserminderung 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 Naturalgutschrift oder wenn dies nicht mehr möglich ist, als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2.556,46,- € beträgt.
- §18 Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet drei Monate nach Erscheinen der Anzeige. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt.
- §19 Kosten für die Anfertigung von Reproduktionen (von Belegen bis zum druckfertigen Film) und von Zeichnungen, ferner vom Verlag für den Auftraggeber verauslagte sonstige Kosten (Fracht etc.), sowie Kosten für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen hat der Auftraggeber zu tragen.
- §20 Erfüllungsort ist Merzig, wenn der Auftraggeber Kaufmann ist, Gerichtsstand ist Merzig, wenn der Auftraggeber Kaufmann ist oder er keinen allgemeinen Gerichtsstand in Deutschland hat. Der Verlag ist jedoch berechtigt, den Auftraggeber auch an jedem anderen gesetzlichen Gerichtsstand zu verklagen. Es gilt deutsches Recht.

