

TOP

# SAARLAND

DIE SCHÖNSTEN SEITEN DES SAARLANDES: DAS REGIONALE MAGAZIN FÜR LEBENSART

Mediadaten | Preise | Technische Angaben

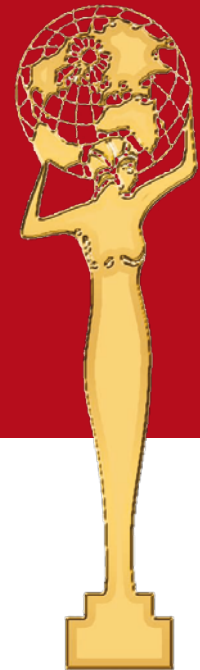


2010 / 2011

www.topsaarland.de

# TOP INFO

TOP Qualität: Regelmäßig geprüft und durch Leserumfragen bestätigt



## MEDIA-INFORMATIONEN: TOP IST EINZIGARTIG!

### Lifestyle auf höchstem Niveau

„Einzigartig“ ist der richtige Ausdruck. Bis zu 40-mal TOP MAGAZIN im In- und Ausland mit mehr als 95 Prozent Regionalanteil in jeder Ausgabe – und das bereits seit 28 Jahren.

Die Auflagen liegen je nach Region, Zielgruppe und Kaufkraft bei bis zu 20 000 Exemplaren und erzielen mit insgesamt ca. 500 000 Magazinen eine außerordentliche Verbreitung.

Das ideale Medium, um punktgenau zu werben. Ganz gleich, ob in einzelnen Städten, deren Kombinationen (TOP SELECT) oder in zehn deutschen Metropolen (TOP TEN) – wir entwickeln für Sie Ihr maßgeschneidertes Angebot.

### Zielgruppengerechter Vertrieb

Wir investieren regelmäßig in unseren Vertrieb. Ein Viertel unserer Auflage wird über den Lesezirkel vertrieben und bleibt nach der Auslieferung bei unseren „Multiplikatoren“. Über Abonnenten, Medienkooperationen und VIP-Mailings, auf die sich rund ein Drittel unserer Auflage verteilt, können wir die Verbreitung unserer Magazine verfolgen. Fast die Hälfte aller Magazine wird über unsere (Anzeigen-)Kunden zielgruppengenau ausgegeben.

Zusätzlich ist TOP MAGAZIN in First Class-Hotels, Restaurants, Beauty-Farmen, Wellness-Resorts, Arztpraxen, Kliniken, Autohäusern, Banken, Sozietäten, Finanzdienstleistern, auf hochwertigen Sport- und Kulturevents sowie im gehobenen Einzelhandel präsent.

### Werbung mit Langzeitwirkung

Drei Monate Langzeit-Werbewirkung mit jeder Ausgabe schaffen ein hervorragendes Preis-Leistungs-Verhältnis bei einer Präsentation in exklusiver Aufmachung.

### Überzeugendes Leserprofil

Unter den TOP MAGAZIN Lesern der Frühjahrsausgabe 2009 wurde eine schriftliche Befragung durchgeführt. Die Auswertung erfolgte datenschutzkonform durch TOP OF THE TOPS in Bonn:

#### TOP Magazin Leser

**Geschlecht:** 46 % weiblich 54 % männlich

#### Kernzielgruppe:

10 % bis 29 Jahre 23 % 50–59 Jahre  
47 % 30–49 Jahre 20 % 60 Jahre und älter

#### Bildung/Beruf:

63 % haben Abitur u./o. FH/Studium  
89 % arbeiten als Beamter, Angestellter oder Selbstständiger

#### Netto-Haushaltseinkommen:

49 % verfügen monatl. durchschnittlich von 2 000,- bis 5 000,- Euro  
29 % verfügen monatl. durchschnittlich über 5 000,- bis 10 000,- Euro  
8 % verfügen monatlich durchschnittlich über 10 000,- Euro

#### Wohnen:

63 % leben im Eigentum  
(Wohnung  
oder Haus)

#### Nutzen einer TOP MAGAZIN Ausg.:

68 % 1–3 Monate  
21 % 4–6 Monate  
11 % länger als 6 Monate

#### Magazin-Bewertung:

97 % der Leser würden TOP MAGAZIN weiterempfehlen  
94 % sind der Meinung, dass TOP MAGAZIN „interessante Informationen enthält“  
89 % lesen das Magazin, um „Tipps und Anregungen“ zu erhalten  
88 % gefällt die „gute und umfassende Themenauswahl“  
82 % wurden bereits auf gute Angebote/Produkte hingewiesen

## PROFIL

TOP MAGAZIN SAARLAND – das ist „Pure LesensLust“. Die wichtigsten Events, die schönsten Freizeit-Tipps, die besten Hotels, die feinsten Restaurants, die exklusivsten Adressen für Mode, Beauty, Schmuck, Ambiente – TOP MAGAZIN SAARLAND präsentiert die schönsten Seiten des Lebens. Eine feste Größe bildet auch das Thema „Wirtschaft“. In dieser

Rubrik nutzen leistungsstarke Unternehmen der Region die Möglichkeit, sich in Form einer PR-Reportage zu präsentieren. Übrigens: Das SAARLAND wird bei uns bewusst ganz groß geschrieben. Mehr als 90 Prozent des Inhalts sind „rein saarländisch“.

»» [www.topsaarland.de](http://www.topsaarland.de)

## VERLAGSANGABEN

**Verlag** Public Relations Agentur Creativ Idee,  
Elke Schumann  
Graf-Johann-Straße 23, 66121 Saarbrücken  
Telefon: (06 81) 96 74 90  
Telefax: (06 81) 6 30 79  
Internet: [www.topsaarland.de](http://www.topsaarland.de)  
E-Mail: [saarland@top-magazin.de](mailto:saarland@top-magazin.de)

**Kombinationen** Anzeigenkombinationen von verschiedenen TOP Regionalausgaben sind möglich

**Vertrieb** Der selektive Vertrieb macht viele Menschen zu regelmäßigen Lesern:  
- Gehobener Einzelhandel  
- Gastronomie und Hotels  
- Golfclubs, VIP-Mailing und Abonnenten  
- Zeitschriftenhandel  
- Lesezirkel

**Erscheinungsweise** 4-mal jährlich

**Auflage** 12 000 Exemplare Saarland

**Verkaufspreis** 3,80 Euro

**Ansprechpartner** Verlegerin: **Elke Schumann**  
Produktion: **Christine Ahr**





**Verbreitung** Saarland und Einzugsgebiet

## AUSGABEN UND TERMINE 2010/2011\*

Ausgabe	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss	Erscheinungstermin
<b>Frühjahrsausgabe</b>	15. März	15. März	30. März
<b>Sommerausgabe</b>	15. Juni	15. Juni	30. Juni
<b>Herbstaussgabe</b>	15. September	15. September	30. September
<b>Winterausgabe</b>	15. November	15. November	30. November

\*) Terminverschiebungen bis zu 7 Tagen vorbehalten.

## PREISLISTE NR. 29 gültig ab 01.01.2010 | sämtliche Preise sind Nettopreise zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer bei Lieferung fertiger Druckdaten

Anzeigen/PR	Formate	vierfarbig
<b>2/1 Seite</b> 	2/1 Seite Anschnitt: 436 x 300 mm* 2/1 Seite Satzspiegel: 400 x 275 mm	Direktpreis 4c € <b>3488,-</b> Agenturpreis 4c € <b>4104,-</b> Direktpreis sw € <b>2312,-</b> Agenturpreis sw € <b>2720,-</b>
<b>1/1 Seite</b> 	1/1 Seite Anschnitt: 218 x 300 mm* 1/1 Seite Satzspiegel: 185 x 275 mm	Direktpreis 4c € <b>1744,-</b> Agenturpreis 4c € <b>2052,-</b> Direktpreis sw € <b>1156,-</b> Agenturpreis sw € <b>1360,-</b>
<b>1/2 Seite</b> 	1/2 Seite hoch/Anschnitt: 109 x 300 mm* 1/2 Seite hoch/Satzspiegel: 101 x 275 mm 1/2 Seite quer/Anschnitt: 218 x 145 mm* 1/2 Seite quer/Satzspiegel: 185 x 133 mm	Direktpreis 4c € <b>1300,-</b> Agenturpreis 4c € <b>1530,-</b> Direktpreis sw € <b>900,-</b> Agenturpreis sw € <b>1035,-</b>
<b>1/3 Seite</b> 	1/3 Seite hoch/Anschnitt: 75 x 300 mm* 1/3 Seite hoch/Satzspiegel: 67 x 275 mm 1/3 Seite quer/Anschnitt: 218 x 100 mm* 1/3 Seite quer/Satzspiegel: 185 x 90 mm	Direktpreis 4c € <b>915,-</b> Agenturpreis 4c € <b>1076,-</b> Direktpreis sw € <b>593,-</b> Agenturpreis sw € <b>698,-</b>

Umschlagseiten	vierfarbig
<b>U2, U3, U4</b> (nur Anzeigen)	auf Anfrage

\*) zzgl. 3 mm Beschnittzugabe

### Platzierungszuschlag

Platzierungswünsche z. B. neben Editorial oder Inhaltsverzeichnis, deren Erfüllung Auftragsvoraussetzung sind, bedingen einen Platzierungszuschlag von **15 %** auf den Anzeigenpreis.

### Zahlungsbedingungen

10 Tage nach Erhalt der Rechnung ohne Abzug. Bei Vorauszahlung oder Bankeinzug bis Erscheinungstermin gewähren wir **2 %** Skonto.

### Agenturermäßigung

Agenturen erhalten bei Nachweis der Agenturtätigkeit, Vermittlung des Auftrages und fristgerechter Bereitstellung druckfähiger Unterlagen eine Ermäßigung von **15 %** auf den Agenturpreis.

### Stammkunden-Rabatt

bei Belegung von vier Ausgaben: **10 %**

### Beihefter

Format unbeschnitten 224 x 309 mm,  
 Direkt-/Agenturpreis jeweils pro Tausend:  
 2-seitig € **169,-/€ 199,-** | 4-seitig € **179,-/€ 210,-**  
 6-seitig € **199,-/€ 234,-** | 8-seitig € **235,-/€ 276,-**

### Beilagen

Höchstformat 210 x 290 mm,  
 Direkt-/Agenturpreis jew. € pro Tausend:  
 Bis 20 g € **164,-/€ 193,-** | bis 30 g € **174,-/€ 205,-**  
 bis 50 g € **194,-/€ 228,-** | bis 100 g € **230,-/€ 270,-**

## TECHNISCHE ANGABEN | DATENLIEFERUNG

**Techn. Angaben** Magazinformat: 218 x 300 mm  
 Drucktechnik: Bogenoffset (Euroskala, 60er-Raster)  
 Verarbeitung: Klebebindung (Lumbeck)

**Datenversand** Per E-Mail an: topsaarland@t-online.de  
 per ISDN/Leonardo an: (0 68 61) 99 01 80  
 per Post: auf CD an TOP MAGAZIN Saarland,  
 Graf-Johann-Straße 23, 66121 Saarbrücken

**Druckunterlagen** Die Anzeigenpreise basieren auf Anlieferung druckfertiger PDF-Dateien nach X3-Standard mit farbverbindlichem Andruck.

# TOP EVENTS

Einzigartig: Marketing-Plattform und Treffpunkt für Meinungsmacher



## SOCIETY-TREFF AUF HÖCHSTEM NIVEAU: DIE TOP PARTY

### Unser Dank für gute Kunden: Erleben Sie die „Nacht der großen Genüsse“

Was haben Jette Joop, Sabine Christiansen, Nina Ruge, Henry Maske, Christine Neubauer, Uwe Ochsenknecht, Heiner Lauterbach, Uschi Glas, Michaela May, Giulia Siegel, Peter Lohmeyer, Henri Leconte, Horst Janson, Jutta Speidel, Howard Cependale, Jennifer Rush und andere gemeinsam? Sie alle waren bereits Gäste der legendären TOP PARTY.

Die TOP PARTY gilt seit nunmehr 20 Jahren als das glanzvollste Event der Region. Ein hochkarätiges „Get together“ namhafter Größen aus Wirtschaft, Politik, Showbiz, Gesellschaft, Medien, Sport und Kultur.

Ein „Fest der 1000 interessanten Gäste“. Dennoch: Die TOP PARTY ist keine öffentliche Veranstaltung, sondern ein persönliches Dankeschön an unsere Anzeigenkunden, Geschäftspartner und Sponsoren. Einlass wird nur geladenen Gästen mit Einladungskarte – in Verbindung mit Personalausweis – gewährt. Erleben auch Sie die Nacht der großen Gefühle und Genüsse! Mit internationalen Bühnen-Acts, einem grandiosen Catering, einzigartigen Kulissen, prickelndem Champagner, Show-Größen im Blitzlicht-Gewitter der Fotografen, feinen Cocktails, handgerollten Zigarren und vielem mehr.

Also, einfach im nächstmöglichen TOP MAGAZIN SAARLAND eine Anzeige schalten – und mitfeiern! Wir freuen uns auf Sie ...!

1. **Anzeigenauftrag:** Anzeigenauftrag im Sinne der nachfolgenden Geschäftsbedingungen des Verlages ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen/PRs (redaktionelle Anzeigen) eines Werbetreibenden oder sonstigen Inserenten.
2. **Veröffentlichungsfrist:** 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. **Anzeigenabruf:** 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. **Auftrag-Nichterfüllung:** 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 (Rabattnachbelastung). Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. **Anzeigen-Stornierung:** Im Falle einer Stornierung von Anzeigen bis sechs Wochen vor Erscheinen der Druckschrift werden dem Auftraggeber 25 % des Anzeigenpreises als pauschales Ausfallhonorar berechnet. Erfolgt die Stornierung innerhalb von sechs Wochen vor dem Erscheinungstermin, beträgt das Ausfallhonorar 80 % des Anzeigenpreises. Der Auftragnehmer ist frei darin, anstelle der Pauschalen den ihm tatsächlich entstandenen Schaden geltend zu machen.  
**Anzeigen-Verschiebung:** Im Falle einer Verschiebung von Anzeigenschaltungen (z. B. auf die nächste oder übernächste Ausgabe) bis sechs Wochen vor Erscheinen der Druckschrift werden dem Auftraggeber 10 % des Anzeigenpreises als pauschales Ausfallhonorar berechnet. Eine Anzeigenverschiebung innerhalb von sechs Wochen vor dem Erscheinungstermin kommt einer Stornierung gleich (80 %).
6. **Platzierungswünsche:** Der Verlag kann Platzierungswünsche vormerken und versuchen, sie im Rahmen der technischen und gestalterischen Möglichkeiten zu berücksichtigen. Die Berücksichtigung ist jedoch unverbindlich. Platzierungsforderungen, deren Erfüllung Auftragsvoraussetzung ist, bedingen einen Platzierungszuschlag von 15 %.
7. **Auftrags-Ausführung:** Aufträge für Anzeigen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen des Magazins veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag nicht auszuführen ist. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Die Ablehnung des Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
8. **Kennzeichnungspflicht:** Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeige erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
9. **Urheberrechte:** Die durch den Verlag gestalteten Anzeigen sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Verlages weiterverarbeitet werden.
10. **Haftung:** Der Verlag verwendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt, haftet jedoch nicht, wenn er von den Auftraggebern irreführend und getäuscht wird. Der Auftraggeber steht für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen ein. Der Auftraggeber haftet für alle Folgen und Schäden, die sich für den Verlag, insbesondere aufgrund presserechtlicher und gesetzlicher Bestimmungen oder Vorschriften, aus dem Inhalt der Anzeigen durch deren Abdruck und Streuung ergeben können. Der Auftraggeber hat den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen. Der Auftraggeber verpflichtet sich, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen.
11. **Druckunterlagen:** 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.
12. **Rechte und Pflichten:** Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts, des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht oder diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre.
- 12.1. **Zahlungsminderung:** Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder die Veröffentlichung des anderen Werbemittels gesetzte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden.
- 12.2. **Haftung wegen Fahrlässigkeit:** Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung, nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt.
- 12.3. **Produkthaftung:** Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen (außer bei nicht offensichtlichen Mängeln) innerhalb von vier Wochen nach Veröffentlichung geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.
13. **Probeabzüge:** 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 Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden. Sendet der Auftraggeber den Probeabzug nicht fristgerecht zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck erteilt.
14. **Technische Veränderungen** des Magazins, z. B. Format oder Papier, liegen im Ermessen des Verlages.
15. **Rechnung:** Die Rechnung ist innerhalb 10 Tagen nach Erhalt zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt. Unberechtigte Abzüge werden kostenpflichtig nachbelastet.
16. **Zahlungsverzug:** Bei Stundung oder Zahlungsverzug 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 Vorauszahlungen verlangen. Nachlässe und Rabatte werden im Fall des Zahlungsverzuges nachbelastet; ein Anspruch auf sie besteht nicht. 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.
17. **Belegexemplar:** Der Verlag stellt dem Auftraggeber ein Belegexemplar zur Verfügung.
18. **Aufrechnungen:** Die Aufrechnungen sind nur zulässig mit Gegenansprüchen, die vom Verlag anerkannt oder rechtskräftig festgestellt sind.
19. **Gestaltungs-Kosten:** Kosten für die Anfertigung bestellter Entwürfe, Repros, Lithos und Satzarbeiten sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
20. **Preisminderungsansprüche:** 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 ggf. die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung 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 Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auslage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.
21. **Aufbewahrungspflicht:** Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zugesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet mit einer Frist von drei Monaten nach Auftragsablauf.
22. **Erfüllungsort:** Das Rechtsverhältnis zwischen Auftraggeber und Verlag untersteht deutschem Recht. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist die umeitig angegebene Verlagsanschrift bzw. der Standort des herausgegebenen Verlagsproduktes.