

Augusto

das Ausgehmagazin in der Sächsischen Zeitung



www.augusto-magazin.de

Preisliste Nr. 2
Gültig ab März 2015



Hausanschrift: Augusto – das Ausgehmagazin
in der Sächsischen Zeitung
Dresdner Druck- und
Verlagshaus GmbH & Co. KG
Ostra-Allee 20
01067 Dresden

Postanschrift: Anzeigenabteilung Augusto –
das Ausgehmagazin in der Sächsischen Zeitung
01055 Dresden

Telefon: (0351) 48 64 – 27 14
Telefax: (0351) 48 64 – 25 63

**Anzeigenschluss
und Rücktritts-
termin:** Donnerstag der Vorwoche, 11 Uhr
für Kinoanzeigen Dienstag vor
Erscheinungstag, 11 Uhr

Farbanzeigen: **Farbzuschläge für**
1 Zusatzfarbe 25 %
2/3 Zusatzfarben 45 %

Nachlässe:	Malstaffel	Mengenstaffel
	ab 6 Anzeigen 5 %	ab 3 Seiten 5 %
	ab 12 Anzeigen 10 %	ab 6 Seiten 10 %
	ab 24 Anzeigen 15 %	ab 12 Seiten 15 %
	ab 52 Anzeigen 20 %	ab 24 Seiten 20 %

Beilagen: sind möglich, Einzelheiten auf Anfrage

Erscheinungsweise:
Augusto – das Ausgehmagazin in der Sächsischen Zeitung wird wöchentlich am Donnerstag (an Feiertagen abweichend) einer Teilaufgabe der Sächsischen Zeitung beigelegt und an verschiedenen Stellen zur Auslage gebracht.

Auflage: ca. 120.000 Exemplare

Zahlungsbedingungen:

Zahlung des Rechnungsbetrages innerhalb 14 Tagen nach Rechnungsdatum ohne Abzüge. 2% Skonto bei Vorkasse und bei Bankeinzug auf Rechnungsbeträge über 50,- Euro. Skonto wird nicht gewährt, wenn ältere Rechnungen überfällig sind. Bei neuen Geschäftsverbindungen oder Zahlungsverzug behält sich der Verlag das Recht vor, die Veröffentlichung der Anzeigen und Beilagen von der Vorauszahlung der Insertionskosten abhängig zu machen. Erfüllungsort und Gerichtsstand: Dresden.

Bankkonto:

Deutsche Bank AG Dresden
Konto 514 900 001 BLZ 870 700 00

internationale Bankverbindung:

IBAN: DE 968 707 000 005 149 000 01
BIC: DEUTDE8C
USt.-ID: DE 140 136 611

Geschäftsbedingungen:

Auftragsgrundlage sind die Geschäftsbedingungen des Verlages, siehe Blatt 10/11. Mit der Auftragserteilung werden die Geschäftsbedingungen anerkannt. Reklamationen müssen innerhalb 14 Tage nach Erscheinen dem Verlag schriftlich mitgeteilt werden.

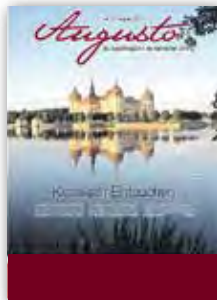
Währung:

Alle nachfolgenden Anzeigenpreise in Euro zuzüglich der gesetzlichen MwSt.





Titelkopf-Anzeige
50 x 50 mm



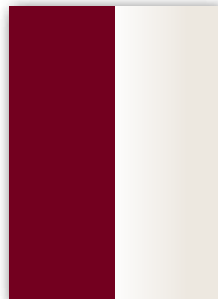
Titelfuß-Anzeige
234 x 40 mm



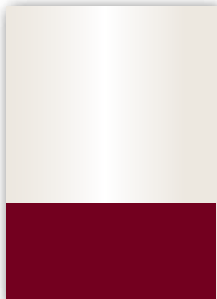
1/1 Seite
234 x 327 mm



1/2 Seite Querformat
234 x 162 mm



1/2 Seite Hochformat
115 x 327 mm



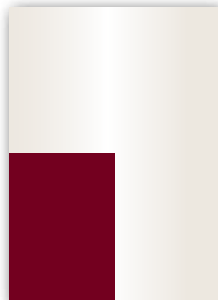
1/3 Seite Querformat
234 x 107 mm



1/3 Seite Hochformat
75 x 327 mm



1/4 Seite Querformat
234 x 80 mm



1/4 Seite Eckformat
115 x 162 mm



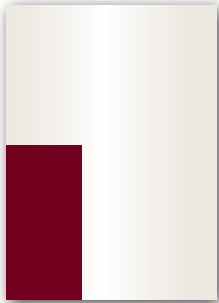
1/4 Seite Hochformat
55 x 327 mm



1/6 Seite Querformat
234 x 52 mm



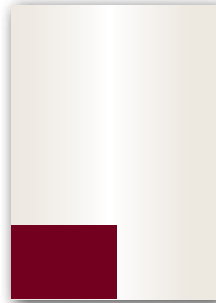
1/6 Seite Eckformat
115 x 105 mm



1/6 Seite Eckformat
75 x 162 mm



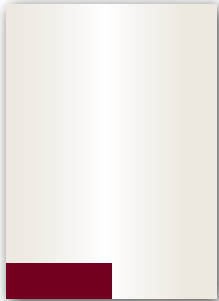
1/6 Seite Hochformat
35 x 327 mm



1/8 Seite Eckformat
115 x 80 mm



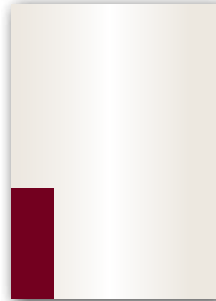
1/8 Seite Hochformat
75 x 120 mm



1/16 Seite Querformat
115 x 38 mm



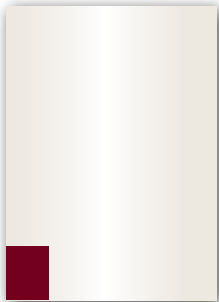
1/16 Seite Eckformat
75 x 58 mm



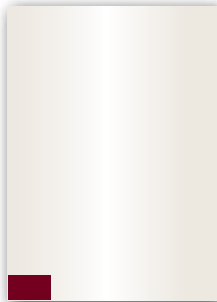
1/16 Seite Hochformat
35 x 120 mm



1/32 Seite Querformat
75 x 28 mm



1/32 Seite Hochformat
35 x 58 mm



1/64 Seite Eckformat
35 x 28 mm

VERANSTALTER, MESSEGESELLSCHAFTEN, AUSSTELLER UND KINOS

Schwarz-Weiß-Anzeigen

FORMAT	GRUNDPREIS	ORTSPREIS
1 Seite	3.480,-	2.960,-
1/2 Seite	1.950,-	1.660,-
1/3 Seite	1.330,-	1.130,-
1/4 Seite	1.030,-	870,-
1/6 Seite	710,-	600,-
1/8 Seite	540,-	460,-
1/16 Seite	280,-	240,-
1/32 Seite	160,-	135,-
1/64 Seite	80,-	68,-
Titelkopf-Anzeige (4c)	420,-	350,-
Titelfuß-Anzeige (4c)	1.230,-	1.040,-
mm-Preis	2,88	2,45

Farbzuschläge für	1 Zusatzfarbe	25 %
	2/3 Zusatzfarben	45 %

mm-Preise gelten für Anzeigen mit abweichenden Formaten bei 6-spaltigem Layout.
Anzeigenpreise für Handel und Markenartikler auf Anfrage.

GASTRONOMIE UND HOTELLERIE

Schwarz-Weiß-Anzeigen

FORMAT	GRUNDPREIS	ORTSPREIS
1 Seite	2.030,-	1.720,-
1/2 Seite	1.190,-	1.010,-
1/3 Seite	810,-	680,-
1/4 Seite	620,-	525,-
1/6 Seite	435,-	370,-
1/8 Seite	330,-	280,-
1/16 Seite	180,-	155,-
1/32 Seite	100,-	85,-
1/64 Seite	52,-	44,-
Titelkopf-Anzeige (4c)	270,-	220,-
Titelfuß-Anzeige (4c)	750,-	630,-
mm-Preis	1,87	1,60

Farbzuschläge für

1 Zusatzfarbe
2/3 Zusatzfarben

25 %
45 %

mm-Preise gelten für Anzeigen mit abweichenden Formaten bei 6-spaltigem Layout.
Anzeigenpreise für Handel und Markenartikler auf Anfrage.

Druckverfahren:	Rollenoffset Zeitungsdruck	Tonwertzunahme:	Bei einer 40%igen Flächenabdeckung im Rasterpositiv der Vorlage beträgt die verfahrensbedingte Druckzunahme ca. 26%, der maximale Gesamtfarbauftrag von 240% muss eingehalten werden.
Prozessstandard:	Zeitungsdruck ISO 12647-3 gem. ifra/FOGRA	Farbseparation:	entsprechend der Vorgaben Prozessstandard Zeitungsdruck ICC-Profile Download unter: www.sz-online.de/iccprofil Standard: ISONNewspaper26v4.icc
Grundschrift:	Anzeigenteil: positiv 6 Punkt negativ 8 Punkt, halbfett	Zusatzfarben:	nach HKS-Farbfächer Z für den Zeitungsdruck Der Verlag behält sich vor, Schmuckfarben aus den Skalenfarben Yellow, Magenta und Cyan annähernd zu erzeugen. Sonderfarben auf Anfrage.
Druckunterlagen:	Wir bitten vorzugsweise um digitale Übermittlung von Druckunterlagen oder Aufsichtsvorlagen in Farbe oder s/w.	Datenträger:	CD-/DVD-ROM, USB-Sticks, Kamera-Speicherkarten CF, XD, MMC, SMC; alles im PC- oder Macintosh-Format
Rasterweite:	bis 40 L/cm		
Rasterpunktform:	gemäßigter Kettenpunkt elliptische Punktform		
Tonwertumfang:	druckbarer Rastertonwert ab 3%, zeichnende Tiefe bis 95%		
Strichbreite:	positive Striche druckbar ab 0,15 mm (bezogen auf die Vorlage) negative Striche druckbar ab 0,20 mm (bezogen auf die Vorlage)		

- E-Mail:** vorstufe.isdn@dd-v.de
- FTP:** URL: ftp://fritz.dd-v.de, user: isdn, Passwort: Z09xgojn
- Datenformate/
Programme:** Die Anzeigendatei sollte nach Möglichkeit im PDF- oder EPS-Format angeliefert werden. Sämtliche enthaltenen Schriften (auch in EPS-Dateien eingebundene) sind mitzuliefern. Verarbeitung von PDF 1.2, PDF 1.3, PDF 1.4, PDF/X-1a bzw. PDF/X-3,
Worddokumente: hier nur Übernahme qualitätsgerechter Logos + Bilder,
exe-Dateien: Bearbeitung nicht möglich,
Postscript, TIFF/JPEG (mind. 300 dpi), Quark-XPress (bis 7.0)
- Hinweise:** Anzeigen in digitaler Form erscheinen nur, wenn ein eindeutiger Auftrag vorliegt. Bei mehrfarbig aufgebauten Anzeigen kann optimale Druckqualität nur geleistet werden, wenn ein kundengelieferter, farbverbindlicher Proof vorliegt, der den Prozessstandard Zeitungsdruck simuliert. Zu jedem Auftrag ist ein Kontrollfax der Anzeige mitzusenden. Fax-Nr. (0351) 48 64 24 39
- Farbanzeigen:** Bei Vierfarbanzeigen muss der CMYK-Farbraum verwendet werden. ICC-Profil – siehe Blatt 7, Farbseparation
Schmuckfarben sind in der Datei mit der jeweiligen HKS-Angabe zu bezeichnen, z.B. HKS03, HKS13 (Großbuchstaben ohne Leerzeichen).
- Ansprechpartner:** Produktionsabteilung; Tel.: (0351) 48 64 – 26 88

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

1. „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. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht auf Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Kalenderjahres 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 höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeter dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet. Die über NBRZ geschalteten Anzeigen werden bei der Gewährung von Rabatten durch den Verlag nicht berücksichtigt.

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 auszuföhren 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, Aufzeigenaufträge – auch rechtsverbindlich bestätigte Aufträge sowie 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, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten 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 von drei Mustern der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteiles der Zeitung erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages 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.

Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung – auch bei telefonischer Auftragserteilung – sind ausgeschlossen. Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeiten 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 zugeicherter 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 14 Tagen nach Erscheinen geltend gemacht werden.

11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch bis 24 Stunden vor Anzeigenschluss 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.

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 nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen 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. Im Falle des Verzuges darf sich der Verlag zur Rechtsverfolgung eines Inkassounternehmens bedienen. Die hierfür anfallenden Kosten gelten zwischen den Vertragsparteien als Verzugschaden auch dann als vereinbart, wenn durch anhaltenden Verzug des Schuldners die Beauftragung eines Rechtsanwaltes notwendig wird. 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. Kleinanzeigen werden als Beleg direkt auf der Rechnung abgedruckt. Für gestaltete Anzeigen werden Belege nur auf Anforderung 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 Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn sie

- bis zu 50.000 Exemplaren 20 v. H.
- bis zu 100.000 Exemplaren 15 v. H.
- bis zu 500.000 Exemplaren 10 v. H.
- über 500.000 Exemplaren 5 v. H. beträgt.

Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungs- und Schadenersatzansprüche 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 Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwertung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Chiffreanzeigen 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.

Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 (Gewicht 50 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

19. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Vollkaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen wird als Gerichtsstand Dresden vereinbart. 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 Nicht-Kaufleuten, zum 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.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

a) Die Werbemittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Trägern und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlervergütung darf an Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden. Voraussetzung für eine Provisionszahlung an Werbemittler ist, dass der Auftrag unmittelbar vom Werbemittler erteilt und berechnet wird, die Texte bzw. Druckunterlagen auch von ihm geliefert werden.

b) Bei fermündlich aufgegebenen Bestellungen und Änderungen übernimmt der Verlag keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe. Abbestellungen und Änderungen müssen schriftlich erfolgen und spätestens zum Anzeigenschluss der betreffenden Ausgabe beim Verlag vorliegen. Für bereits gesetzte Anzeigen können Satzkosten berechnet werden. Bei nicht rechtzeitig eingetroffenen Beilagen sind die entstandenen Kosten zu ersetzen.

c) Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er von den Auftraggebern irreführend oder getäuscht wird. 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 diesem aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er siziert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen sizierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu.

d) Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungtreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei fehlerhaften Wiederholungsanzeigen, wenn der Werbungtreibende nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist.

e) Anspruch auf einen Korrekturabzug besteht nur bei Aufgabe der Anzeige 3 Arbeitstage vor Erscheinen.

f) Bei Anzeigen, die nach dem Wortlauf berechnet werden, behält sich der Verlag die Anwendung von allgemein verständlichen Abkürzungen vor. Der Anzeigenteil wird nach typographischen Gesichtspunkten gesetzt und umbrochen. Daraus ergeben sich für die Gestaltung der rubrizierten Anzeigen gewisse Regeln, deren Berücksichtigung der Verlag sich vorbehält. Anzeigen von Handel, Handwerk und Gewerbe aus dem Verbreitungsgebiet werden dem Werbemittler verprovisioniert, wenn sie zum Grundpreis abgerechnet werden.

g) Auf Anzeigen, die zu ermäßigten Preisen disponiert werden, mit Ausnahme von Reise- und Bäderanzeigen und privaten Kleinanzeigen, wird dem Werbemittler keine Provision eingeräumt.

h) Für Anzeigen in Sonderveröffentlichungen und Kollektiven, für PR-Anzeigen sowie für in dieser Preisliste nicht erwähnte Teilbelegungen, Anzeigenstrecken, Prospektanzeigen, Kombinationen mit anderen Titeln und zeitlich befristete Angebote können vom Verlag abweichende Preise festgelegt werden. Für Jahresabschlüsse ab 24 Seiten Anzeigenraum und/oder einem Bruttoumsatzvolumen ab 100.000 Euro ist Einzelkalkulation möglich.

i) Bei Änderung der Anzeigenpreise treten mangels anderer Vereinbarung die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge sofort in Kraft.

j) Bei Nichterscheinen der Zeitung (bei höherer Gewalt oder Störung des Arbeitsfriedens) erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistungen von Schadenersatz. Insbesondere wird auch kein Schadenersatz für Nichtveröffentlichung oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen und nicht ausgeführte Beilagenaufträge geleistet.

k) Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden nur für die innerhalb eines Jahres in einer Druckschrift erscheinenden Anzeigen eines Werbungtreibenden gewährt. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige aufgrund eines vorher schriftlich getätigten Anzeigenabschlusses. Der vereinbarte Abschlussrabatt wird auf alle Anzeigen, unabhängig von der Ausgabenbelegung, gewährt. Ein Anzeigenauftrag gilt, unabhängig von der belegten Ausgabenanzahl, als eine Anzeige.

l) Ein Ausschluss von Anzeigen- und Beilagenaufträgen (einschl. Produktausschluss) von Mitbewerbern kann weder für eine bestimmte Ausgabe oder im Innehalte einer Ausgabe, noch für einen bestimmten Zeitraum zugesichert werden.

m) In Ergänzung der Ziffer 14 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen wird bei Zahlungsverzug oder Stundung Verzugszinsen erhoben, die 2 v.H. über dem jeweils gültigen Basiszinssatz liegen, es sei denn, dass der Auftraggeber nachweist, dass dem Verlag ein geringerer Schaden entstanden ist. Im Geschäftsverkehr mit Vollkaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen gilt zudem, dass der Verlag ab Fälligkeit der Forderung berechtigt ist, Fälligkeitszinsen in gleicher Höhe zu berechnen.

n) Aus verlegerischen und/oder typographischen Gründen behält sich der Verlag ein Prüfungsrecht für Anzeigen auf der Titelseite vor. Die verbindliche Annahme eines Auftrages kann erst dann erfolgen, wenn dem Verlag der Entwurf der Anzeige vorgelegen hat.

o) Vervielfältigte Druckunterlagen sowie montagefähige Papiervorlagen (z. B. Fotopapier) stehen dem Verlag mit Auftragserteilung zur freien Verfügung und unterliegen nicht der Aufbewahrungspflicht für Druckunterlagen.

p) Bei Rechtsgeschäften, in denen der Vertragspartner nicht dem Personenkreis des § 24 des Gesetzes über Allgemeine Geschäftsbedingungen zuzuordnen ist, gehen die §§ 2, 10, 11 und 12 des Gesetzes den Allgemeinen Geschäftsbedingungen vor.

q) Die erforderlichen Rechnungsdaten werden elektronisch gespeichert.

r) Die Aufrechnung mit Gegenforderungen ist nur soweit zulässig, als diese unbestritten bleiben oder rechtskräftig gerichtlich festgestellt sind.

s) Platzierungswünsche und -vorgaben sind für den Verlag nicht bindend.

t) Der Verlag ist berechtigt, Anzeigenaufträge im Rahmen seiner technischen und betrieblichen Möglichkeiten ebenfalls in einem Online-Dienst zu veröffentlichen.

u) Mit der Erteilung eines Anzeigenauftrages erkennt der Auftraggeber die Allgemeinen und die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Verlages an.

FÜR IHRE VERANSTALTUNGS- ODER GASTRONOMIEWERBUNG DER OPTIMALE RAUM

Augusto – das Ausgehmagazin in der Sächsischen Zeitung

Wöchentlich erscheint als Beilage in der Sächsischen Zeitung das Ausgehmagazin „Augusto“. Für den Leser ist das Magazin damit DER Veranstaltungskalender für die kommende Woche.

Augusto – Dresdens Magazin für Genuss & Lebensart

Das Hochglanzmagazin erscheint einmal jährlich und richtet sich mit seinen hochwertigen Fotostrecken und Reportagen aus dem Bereich „Genuss und Lebensart“ sowie vielen Restauranttests an den ganz besonders anspruchsvollen Leser.

Augusto – Scheckheft für Genießer

Einmal jährlich erscheinen im Scheckheft hochwertige Restaurant- & Veranstaltungsgutscheine als Kennenlernangebot für ein Publikum, das Wert auf Qualität legt.

Interesse? Ihr Medienfachberater beantwortet Ihnen alle Fragen und berät Sie über die perfekte Kombination der Augusto-Produkte.

www.augusto-magazin.de

