

Atrium

Wohnen
Garten
Architektur
Design



Inhalt

- 3 Titelprofil
- 4 Themen und Terminplan für Atrium
- 5 Anzeigenpreise und Rabatte für Atrium
- 6 AWA 2011
- 8 Themen und Terminplan für Atrium Specials
- 9 Anzeigenpreise und Rabatte für Atrium Specials
- 10 Anzeigenformate
- 11 Technische Daten
- 12 Advertorials, Beihefter, Beilagen, Beikleber
- 14 AGB
- 15 Allgemeine Verlagsangaben;
Ansprechpartner im Verlag
- 16 Kontakte Repräsentanten

Atrium

Wohnen
Garten
Architektur
Design

–5–
September/Oktober 2011

www.atrium-net.de
D, A € 7,80, F € 10,-,
übrige EU-Länder € 9,90,
SLO € 12,-

Stamm-Haus Omer Arbels
umwerfende Ideen mit Holz

D-Design Bleibende Werte

Zürich Garten-Multikultur
mit Urlaubsgefühl

Spezial
KÜCHE
12 Seiten
Inspiration für
Ihr liebstes
Projekt!



Zeitlos aktuell

Piero Lissoni Die Mailänder Wohnung
des Designers ist eingerichtet, wie
er entwirft: Reduziert, aber sinnlich



KÜCHEN Küchentypen,
Planung, Kosten, Masse,
Normen, Küchengeräte und
Ausstattung, Accessoires,
Marktinfos, Adressen

WÄRME Alles über
Energienutzung,
Heizsysteme, Kamin-
öfen, Kachelöfen,
Marktübersicht



BÄDER Badezimmer,
Armaturen, Materialien,
Sauna, Fitness, Whirlpools,
Dampfbad, Solarien,
Schwimmbäder, Marktübersicht

Druckauflage: 65 000 Exemplare
Verbreitete Auflage: 49 047 Exemplare
Verkaufte Auflage: 41 657 Exemplare



I/11

ATRIUM IST

Stil prägend, avantgardistisch, pur:

Wenn Sie ein trendbewusstes Publikum erreichen wollen, ist Atrium der Titel Ihrer Wahl.

Denn Atrium spürt aktuelle Tendenzen in Architektur wie Design auf und bildet sie ab. Atrium verkörpert so den Geschmack einer urban ausgerichteten Leserschaft auf der Höhe ihrer Zeit.

Atrium ist in seinem 23. Jahr das etablierte Blatt für alle, die sich für einen gehobenen Lebensstil mit dem individualistischen Aroma der Avantgarde inspirieren wollen.

In einem neuen, modernen Design gehalten, setzt Atrium Maßstäbe in Aktualität, Bildsprache und Text. Eine klare Rubrizierung holt die Leserinnen und Leser dort ab, wo ihre Interessen wohnen.

Die beste Architektur der Welt, die neusten Trends der deutschen Designszene, spannende Porträts der Akteure ergänzt mit Specials für Kaufberatung in den Bereichen Bad, Küche, Schlafzimmer, Licht, Multimedia – Atrium deckt die Bedürfnisse seiner Leserinnen und Leser ideal ab.

In Atrium ist der Stil von heute zu Hause!



TERMIN- UND THEMENPLAN ATRIUM

AUSGABE	TERMINE	SCHWERPUNKTTHEMA	
02/2012	ET	09.02.2012	Neue Küchen und Küchengeräte Bodenbeläge im Trend
	AS	04.01.2012	
	DU	05.01.2012	
	AT	17.01.2012	
03/2012	ET	12.04.2012	Für den Sommer: Gartenmöbel Möbelmesse Köln
	AS	05.03.2012	
	DU	06.03.2012	
	AT	16.03.2012	
04/2012	ET	14.06.2012	Rund ums Badezimmer Möbelmesse Mailand
	AS	07.05.2012	
	DU	08.05.2012	
	AT	21.05.2012	
05/2012	ET	09.08.2012	Die Welt der Küchen Schlafen Uhren
	AS	04.07.2012	
	DU	05.07.2012	
	AT	17.07.2012	
06/2012	ET	11.10.2012	Home-Entertainment Großes Licht-Spezial
	AS	04.09.2012	
	DU	05.09.2012	
	AT	17.09.2012	
01/2013	ET	06.12.2012	Gedeckter Tisch Bäder
	AS	31.10.2012	
	DU	01.11.2012	
	AT	13.11.2012	

ET = Erscheinungstermin
DU = Druckunterlagenschluss

AS = Anzeigenschluss
AT = Anliefertermin Beilagen/Beihefter



ANZEIGENPREISE ATRIUM

FORMATE IN SEITENTEILEN

4-FARBIG IN €

2/1	20 800,-
1/1	10 400,-
1/2 hoch/quer	5 200,-
1/3 hoch/quer	3 470,-
1/4 hoch/2-spaltig/quer	2 600,-
2. Umschlagseite:	11 400,-
4. Umschlagseite:	12 400,-

Formate: siehe Seite 10. Abweichende Anzeigenformate auf Anfrage!

RABATTE

Bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten sind Atrium und Atrium Specials kumulierbar.

Mengenstaffel

















2 Seiten	5,0%
3 Seiten	7,5%
4 Seiten	10,0%
5 Seiten	12,5%
6 Seiten	15,0%
8 Seiten	17,5%

Malstaffel

2 Anzeigen	3,0%
3 Anzeigen	5,0%
4 Anzeigen	7,5%
6 Anzeigen	10,0%

AWA 2011 LESERSCHAFT ATRIUM

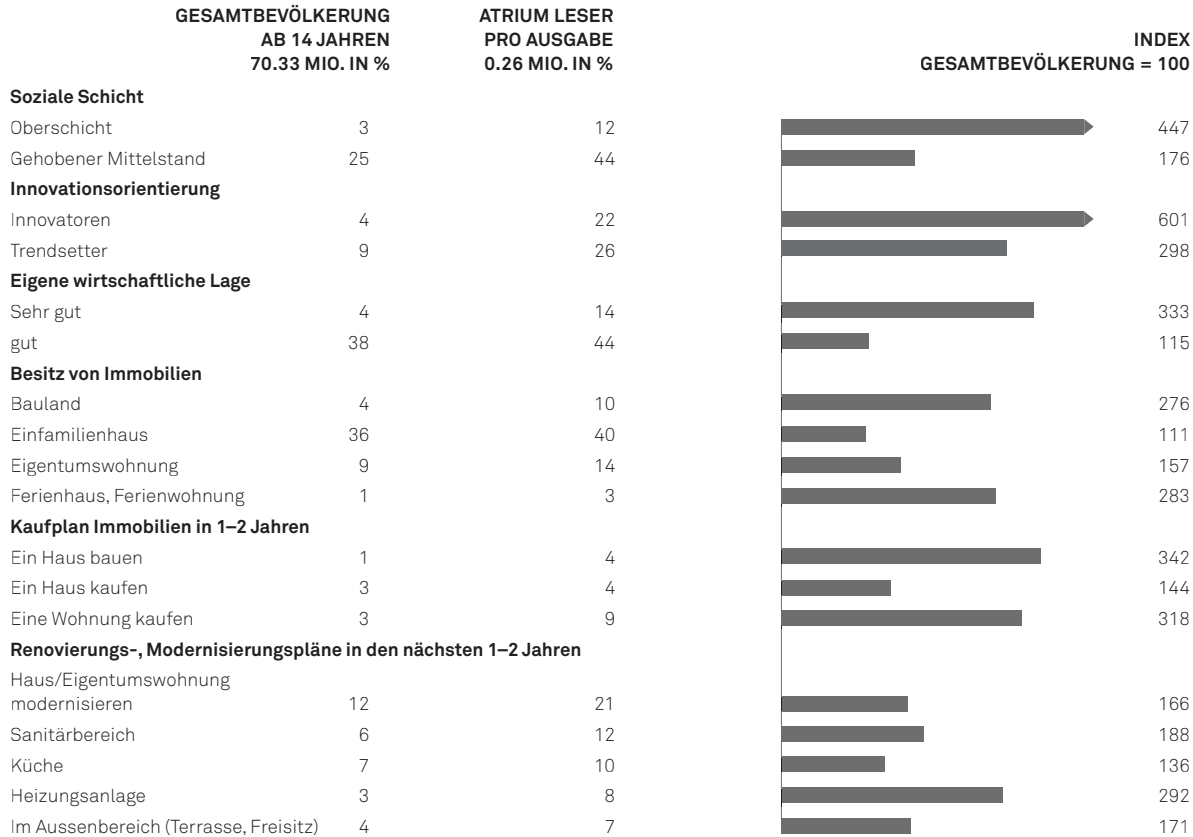
Soziodemografische Werte (Auszug aus der Allenbacher Markt- und Werbeträger-Analyse)

	GESAMTBEVÖLKERUNG AB 14 JAHREN 70.33 MIO. IN %	ATRIUM LESER PRO AUSGABE 0.26 MIO. IN %		INDEX GESAMTBEVÖLKERUNG = 100
Geschlecht				
Männer	49	44		90
Frauen	51	56		109
Alter				
30–39 Jahre	14	17		119
40–49 Jahre	19	30		154
50–59 Jahre	16	23		140
60–69 Jahre	13	15		111
Ausbildung				
Fachschulausbildung	10	14		139
Abgeschlossenes Studium	14	40		249
Berufskreis				
Leitende Angestellte	9	20		222
Beamte des höheren/ gehobenen Dienstes	3	3		111
Freie Berufe	3	16		556
Inhaber/Geschäftsführer eines grösseren Unternehmens	0	1		724
Mittlere, kleine Selbstständige	4	9		210
Netto HH-Einkommen				
3'500 bis 5'000	15	22		147
5'000 bis 6'000	4	9		253
6'000 und mehr	4	12		300

In der 6-er Frequenz weist Atrium eine Leserschaft von 0,61 Mio. Leser aus.

Highlights der Leserschaft (Index Anteil %)





In der 6-er Frequenz weist Atrium eine Leserschaft von 0,61 Mio. Leser aus.

Highlights der Leserschaft (Index Anteil %)



TERMIN- UND THEMENPLAN SPECIALS

BÄDER 50 000 Expl.	ET	24.05.2012	Neuheiten aus dem Badbereich, Grundrissplanung
	AS	16.04.2012	Wellness, Sauna, Schwimmbad
	DU	17.04.2012	Große Produkteübersicht: Armaturen, Badmöbel,
	AT	01.05.2012	Keramik, Duschen, Wannen
KÜCHEN 50 000 Expl.	ET	13.09.2012	Rund um die Küche: Tipps zur Küchenplanung,
	AS	08.08.2012	Neuheiten, Küchengeräte, alle Küchenmöbel, Accessoires
	DU	09.08.2012	und kleine Helfer
	AT	21.08.2012	
WÄRME 45 000 Expl.	ET	22.11.2012	Neuheiten und Trends aus dem Wärmebereich
	AS	16.10.2012	Großer Fachtel: Alles über die verschiedenen Heizsysteme
	DU	17.10.2012	(Wärmepumpen, Holz- und Sonnenenergie, Öl, Gas)
	AT	31.10.2012	Umfassende Marktübersicht (Heizungen, Kamine, Holzöfen)

ET = Erscheinungstermin
DU = Druckunterlagenschluss

AS = Anzeigenschluss
AT = Anliefertermin Beilagen/Beihefter



ANZEIGENPREISE SPECIALS

FORMATE IN SEITENTEILEN

4-FARBIG IN €

2/1	16 100,-
1/1	8 050,-
1/2 hoch/quer	4 025,-
1/3 hoch/quer	2 700,-
1/4 hoch/2-spaltig/quer	2 012,-
2. Umschlagseite:	8 800,-
4. Umschlagseite:	9 250,-

Formate: siehe Seite 10. Abweichende Anzeigenformate auf Anfrage!

RABATTE

Bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten sind Atrium und Atrium Specials kumulierbar.

Mengenstaffel

2 Seiten	5,0%
3 Seiten	7,5%
4 Seiten	10,0%
5 Seiten	12,5%
6 Seiten	15,0%
8 Seiten	17,5%

Malstaffel

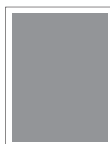
2 Anzeigen	3,0%
3 Anzeigen	5,0%
4 Anzeigen	7,5%
6 Anzeigen	10,0%

ANZEIGENFORMATE

SATZSPIEGEL-FORMATE IN MM (BREITE X HÖHE)



2/1 Seite
430 x 265



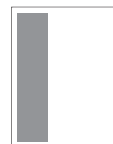
1/1 Seite
200 x 265



1/2 Seite
98 x 265



1/2 Seite
200 x 128



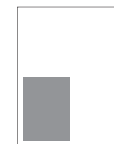
1/3 Seite
64 x 265



1/3 Seite
200 x 85



1/4 1-sp.
47 x 265



1/4 2-sp.
98 x 131



1/4 4-sp.
200 x 63

ANSCHNITT-FORMATE IN MM (BREITE X HÖHE/HEFTFORMAT + 3 MM BESCHNITT)



2/1 Seite
460 x 297



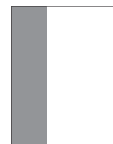
1/1 Seite
230 x 297



1/2 Seite
113 x 297



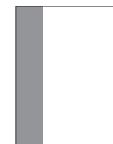
1/2 Seite
230 x 146



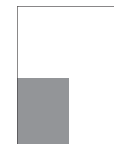
1/3 Seite
79 x 297



1/3 Seite
230 x 100



1/4 1-sp.
56 x 297



1/4 2-sp.
113 x 146



1/4 4-sp.
230 x 78

TECHNISCHE DATEN

DRUCKVERFAHREN

Umschlag	Bogen-Offset Papier: 200 g/m ² , holzfrei, weiß, glänzend gestrichen, UV-lackiert
Inhalt	Rollenoffset 70er-Raster Tonwertzunahme: 18% im 40%igen Rasterfeld 12% im 80%igen Rasterfeld Farben: nach Euroskala Geringe Tonwertabweichungen sind im Toleranzbereich des Rollenoffsetdrucks begründet. Papier: 90 g/m ² , holzfrei, weiß, glänzend gestrichen

Datenanlieferung für CTP-Verarbeitung

PDF	in Druckauflösung mit Schnittmarken und auf allen Seiten 3 mm Beschnitt (bei randabfallenden Anzeigen) – Schriften: im PDF einbetten – Farben: CMYK-Farbraum (UCR 320%) – Bildauflösung: 300 dpi, Bitmap-Bilder mind. 600 dpi
Datenträger	CD-ROM mit beigelegtem Proof/Farbausdruck (Euroscala) an: Dr. Cantz'sche Druckerei Medien GmbH, Zeppelinstr. 29-31, 73760 Ostfildern andere Datenträger nur auf Anfrage
Mail	High-End-PDF an archithema@cantz.de
Proof	pro Sujet ein farbverbindliches Proof (Euroskala)

ADVERTORIALS, BEIKLEBER, BEIHEFTER, BEILAGEN

ADVERTORIALS

Der Hersteller liefert dazu redaktionelle Hintergrundinformationen sowie Bildmaterial. Die Redaktion setzt diese Unterlagen in Absprache mit dem Kunden in eine Promotion um.

Advertorial-Preis:

1 Doppelseite zum Preis einer 1/1-4c Seite € 10 400,-

Text- und Bildbearbeitungs-Pauschale € 1 000,-

BEIKLEBER

Beikleber werden auf eine 1/1 Trägeranzeige aufgeklebt, sodass sie vom Interessenten mühelos abgelöst werden können.

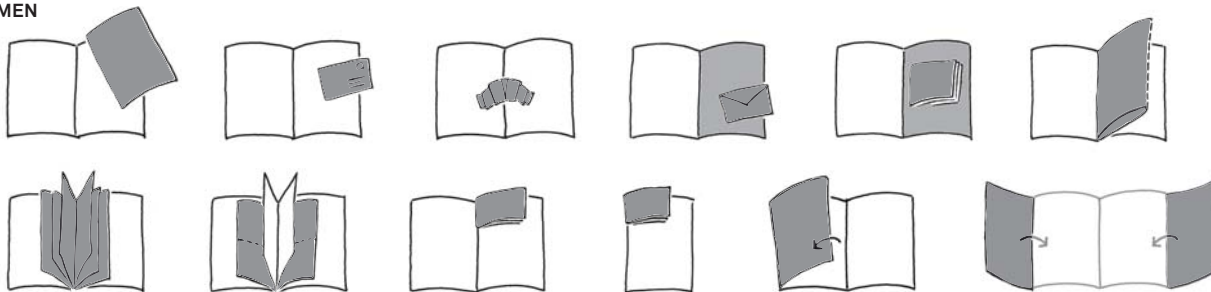
Beikleberpreise (je tausend Exemplare) bis 25 g € 45,- *

Alle anderen Beikleberpreise auf Anfrage

Keine Teilbelegung möglich.

* zzgl. Postgebühren in der Abo-Auflage (siehe Seite 13 unten)

SONDERWERBEFORMEN (AUF ANFRAGE)



BEIHEFTER

Beihefter sind fest in die Zeitschrift eingehaftete Drucksachen/Prospekte. Sie können verarbeitungsfertig vom Auftraggeber zur Verfügung gestellt oder in unserer Druckerei als unabhängiger Druckauftrag produziert werden.

Beihefterpreise (min. 60 g/m² – max. 150 g/m²) Preise für Gesamtauflage, inkl. Porto (je tausend Exemplare):

4-seitig € 92,- 12-seitig € 138,-

8-seitig € 117,- 16-seitig € 148,-

Beihefterformat mindestens 115 x 140 mm, maximal 230 x 297 mm (Format gleich mit dem Träger)

Beschnittzugabe Kopf: 6 mm Bund: 3 mm
Fuß: 3 mm Vorderbeschnitt: 3 mm

BEILAGEN

Beilagenformate Mindestformat 105 x 148 mm (DIN A6) Höchstformat 210 x 287 mm

Beilagenpreise (je tausend Exemplare)

Gesamtauflage Streukosten: bis 25 g € 100,-* Je weitere 5 g zzgl. € 5,-

Nur Aboauflage Streukosten: bis 25 g € 110,-* Je weitere 5 g zzgl. € 5,-

Teilbeilagen auf Anfrage

*** zzgl. Postgebühren in der Aboauflage**

Stärke	ct pro Exemplar
bis 2 mm:	–
3–5 mm:	5,00
6–10 mm:	7,50
11–30 mm:	10,00

Anlieferung Beihefter, Beilagen und Beikleber müssen einwandfrei verpackt und maschinell verarbeitungsfähig sein sowie mit Hefttitel/-ausgabe gekennzeichnet werden. Lieferung frei Haus an: Vogel Druck und Medienservice GmbH & Co. KG, Leibnizstrasse 5, 97204 Höchberg

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN DES VERLAGES

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 Zwecke 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 die erste Anzeige zur Veröffentlichung innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abzurufen. Die weiteren Anzeigen sind innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzurufen.

3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. in der 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. Die Aufnahme von Anzeigen und Fremdbeilagen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift erfolgt dann, wenn der Auftraggeber erklärt hat, dass die Anzeige oder Fremdbeilage in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift erscheinen soll und dies vom Verlag ausdrücklich bestätigt worden ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

6. 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.

7. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form abzulehnen, wenn der Verlag aufgrund pflichtgemäßen Ermessens einen Verstoß der betreffenden Anzeige gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten feststellt oder die Veröffentlichung erkennbar für den Verlag unzumutbar ist. Beilagenaufträge werden nicht durchgeführt, wenn die Beilagen durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten.

Darüber hinaus kann der Verlag Beilagenaufträge aus technischen und vertrieblichen Gründen bis zur Vorlage

eines Musters der Beilage und ihrer Billigung ablehnen. Das Obige gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden.

Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

8. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckerunterlagen (Digitale Datenübermittlung siehe techn. Merkblatt) oder der Beilage ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckerunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an.

Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckerunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

9. 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 Nachfrist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber Rücktrittsrecht. Der Verlag haftet nicht für Fahrlässigkeit. Dieser Haftungsausschluss gilt nicht im Fall des Fehlens zugesicherter Eigenschaften. Gegenüber Nichtkäufern haftet der Verlag jedoch bei Verzug oder Unmöglichkeit für vorhersehbare Schäden auch bei einfacher Fahrlässigkeit, jedoch nur bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts.

Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Käufern für grobe Fahrlässigkeit ein Ersatz 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.

10. 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 Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

11. 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 Zahlungen werden nach der Preisliste gewährt.

12. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie Einzugskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags 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.

13. Der Verlag liefert nach der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrags 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.

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

15. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Gerichtsstand ist, soweit das Gesetz zwingend nichts anderes vorsieht, der Sitz des Verlages.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

a) Die Allgemeinen und unsere zusätzlichen Geschäftsbedingungen, die Auftragsbestätigung und die jeweils gültige Preisliste sind für jeden Auftrag maßgebend. Der erteilte Anzeigenauftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.

b) Bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen bzw. bei fernmündlich veranlassenden Änderungen und Abstellungen übernimmt der Verlag keine Haftung.

c) Platzierungsvorschriften werden nur durch ausdrückliche Bestätigung des Verlages anerkannt.

d) Sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist, treten neue Tarife bei Preisanpassungen auch für laufende Aufträge sofort in Kraft.

e) Bei höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme oder Betriebsstörungen hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80% der garantierten verkauften Auflage erfüllt sind. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht. Alle weiteren Ansprüche auf Erfüllung oder Schadenersatz sind ausgeschlossen.

f) Bei Druckvorlagen, die zusätzliche Kosten verursa-

chen, werden diese in Rechnung gestellt. Sind etwaige Mängel bei den Druckerunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungtreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Bei Überschreitung der im Terminplan festgelegten Daten für die Übersendung der Druckerunterlagen kann keine Gewähr für eine einwandfreie Druckwiedergabe übernommen werden. Die Pflicht der Aufbewahrung von Druckerunterlagen erlischt 3 Monate nach dem Erscheinen der Anzeige, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist. Fehlende oder fehlerhaft gedruckte Kontrollangaben ergeben keinen Anspruch für den Auftraggeber.

g) Für die Anwendung eines Konzernrabattes auf Tochtergesellschaften ist der schriftliche Nachweis einer Kapitalbeteiligung von mehr als 50% erforderlich.

h) Die Werbemittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Berechnungen mit dem Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlervergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

i) Bei Kunden/Werbeagenturen, die zum ersten Mal mit dem Verlag in Geschäftsverbindung treten, kann Vorauskasse bis zum Anzeigenschlusstermin verlangt werden.

j) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des Anzeigentextes/Bildmotives. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesem aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Der Verlag ist berechtigt, Werbung für Arznei- und Heilmittel von einer schriftlichen Zusage des Verantwortlichen über die rechtliche Zulässigkeit abhängig zu machen und/oder auf Kosten des Auftraggebers die Werbevorgabe von einer sachverständigen Stelle auf die rechtliche Zulässigkeit überprüfen zu lassen.

k) 6 Arbeitstage vor Anzeigenschluss sind Sistierungen, Änderungen von Größen, Formaten und der Wechsel von Farben nicht mehr möglich. Bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen oder fernmündlich erteilten Korrekturen haftet der Verlag nicht für die Richtigkeit der Wiedergabe. Eine Haftung wird auch nicht übernommen, wenn sich Mängel an der Vorlage erst bei der Reproduktion oder beim Druck zeigen. Der Werbungtreibende hat bei ungenügendem Abdruck dann keine Ansprüche. Evtl. entstehende Mehrkosten müssen weiterberechnet werden.

Anzeigen können aus geschäftspolitischen Gründen abgelehnt werden.



Verlag, Herausgeber, Redaktion: [Archithema Verlag AG](#)
Rieterstraße 35
8002 Zürich
Schweiz
T +41 44 204 18 18
F +41 44 204 18 80
www.archithema.com

Verleger: [Emil M. Bisig](#)
emil.bisig@archithema.com

Stv. Verlagsleitung: [Felicitas Grunder](#)
felicitas.grunder@archithema.com

Vertriebsleitung: [Adrian Lustenberger](#)
adrian.lustenberger@archithema.com

Chefredakteur: [Hans-Georg Hildebrandt](#)
hg.hildebrandt@archithema.com

Chefredakteurin: [Britta Limper](#)
britta.limper@archithema.com

Anzeigendisposition: [Stefan Keller](#)
T +41 44 204 18 84
F +41 44 204 18 80
stefan.keller@archithema.com

UNSERE REPRÄSENTANTEN

Deutschland

Nielsen 1+2+5+6+7

MSM Medien-Service Meins

Thorsten Meins

Stadtbahnstraße 114

22391 Hamburg

T 040 69 79 59 15

F 040 61 13 61 83

medienservice-meins@gmx.de

Nielsen 3a

MD Medien Dienste GmbH

Rainer Karpenfeld

Baumweg 19

60316 Frankfurt am Main

T 069 94 33 31 22

F 069 4 99 03 86

karpenfeld@mdmedien.de

Nielsen 3b+4

Daniel Jäger Medienservice

Gewürzmühlstrasse 19

80538 München

T 089 21 26 90 54

F 089 23 88 95 61

jaeger.medienservice@gmx.de

Italien

Archithema Verlag AG

Michaela Jäger

Via Tre Castelli 45

IT-20142 Milano

T +39 338 1306370

michaela.jaeger@archithema.com

Schweiz, übriges Ausland

Zürichsee Werbe AG

Darko Panić

Seestraße 86

Postfach

8712 Stäfa

T +41 44 928 56 01

F +41 44 928 56 00

darko.panic@zs-werbeag.ch

