



COMPANIONS

Mediainformationen

INHALT

- 2 Verlagsangaben
- 3 Portfolio
- 4 BABY IN ...
- 8 KIND IN ...
- 12 **NEU!** LUST AUF LERNEN
- 14 Familien-Reiseführer
- 18 Kombinationen
- 19 Titelsponsoring
- 20 Geschäftsbedingungen

2 VERLAGSANGABEN

VERLAG

COMPANIONS GmbH
Rödingsmarkt 9
D-20459 Hamburg
Tel. +49 (0) 40-30604-600
Fax +49 (0) 40-30604-690
www.companions.de
info@companions.de

GESCHÄFTSFÜHRUNG

Claudia Lüersen
Dr. Stefan Wiskemann

ANZEIGENLEITUNG

Natalie Domagalski
domagalski@companions.de
Tel. +49 (0) 40-30604-616

VERTRIEBSLEITUNG

Christina Rüttinger
ruettinger@companions.de
Tel. +49 (0) 40-30604-628

BANKVERBINDUNG

Institut: Deutsche Bank
Konto-Nr.: 011 500 600
BLZ: 200 700 00
Swift-Code: DEUTDEHHXXX
IBAN: DE98 2007 0000 0011
5006 00

FIRMENANGABEN

AG Hamburg. HRB 46778

ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

14 Tage netto nach Erscheinen

PREISE

Alle Preise verstehen sich zuzü-
glichen der gesetzlich geltenden
Mehrwertsteuer und sind voll
agenturrabattfähig

DRUCKUNTERLAGEN

Druckfähige PDF-Dateien,
farbverbindliches Proof oder
Andruck

DRUCKVERFAHREN

Euroskala
Bogenoffset
Klebebindung

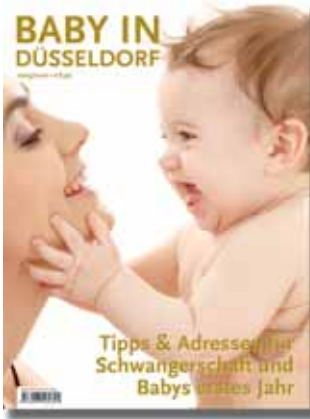
VERBREITUNGSGEBIET

Deutschland
Österreich
Schweiz

DISTRIBUTION

- Sortimentsbuchhandel
(7.500 Buchhandlungen
und Buchverkaufsstellen)
 - Bahnhofsbuchhandel
 - Regionales Pressegrasso
(Kioske und Zeitschriften-
läden)
 - Sondervertrieb/Nebenmärkte
(Spielzeug- und Kinderaus-
stattungshändler, Zoo-Shops,
Freizeitparks)
 - Online-Buchhandel
 - Companions Web-Shop
 - Publikumsmessen
-

COMPANIONS



BABY IN ...

Erstverkaufstag: 05.10.2010
Erscheinungsweise: jährlich
Heftformat: 210 x 280 mm
Druckauflage: 80.000 Exemplare
Coppypreis: € 8,90
Regionalausgaben:
Hamburg, Berlin,
Köln/Bonn, Düsseldorf,
Stuttgart, München,
Rhein-Main-Gebiet, Ruhrgebiet



KIND IN ...

Erstverkaufstag: 07.04.2010
Erscheinungsweise: jährlich
Heftformat: 120 x 175 mm
Druckauflage:
120.000 Exemplare
Coppypreis: € 10,50
Regionalausgaben:
Hamburg, Berlin, Köln/Bonn,
Düsseldorf, Stuttgart, München,
Rhein-Main-Gebiet, Ruhrgebiet,
Braunschweig, Hannover, Rhein-
land-Pfalz, Ostwestfalen-Lippe



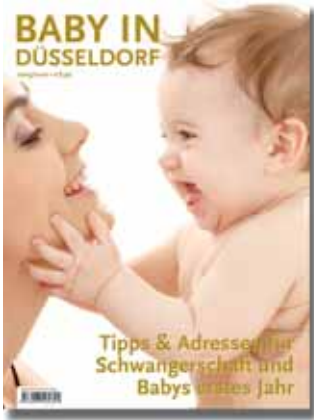
LUST AUF LERNEN

Erstverkaufstag: 26.05.2010
Erscheinungsweise: jährlich
Heftformat: 210 x 280 mm
Druckauflage:
120.000 Exemplare
Coppypreis: € 12,80
Regionalausgaben:
Hamburg, Berlin,
Köln/Bonn, Düsseldorf,
Stuttgart, München,
Rhein-Main-Gebiet, Ruhrgebiet



FAMILIEN-REISEFÜHRER

Erstverkaufstag: 07.04.2010
Erscheinungsweise: jährlich
Heftformat: 120 x 175 mm
Druckauflage: 80.000 Exemplare
Coppypreis: € 12,80
Destinationen:
Oberbayern mit München,
Mallorca, Kreuzfahrten,
Südtirol, Teneriffa, Harz



Für werdende und frischgebakene Eltern steht der Alltag Kopf! BABY IN ... sorgt dafür, dass junge Familien zwischen Kinderwagenshopping, Geburtsvorbereitungskurs und Baby-massage nicht die Orientierung verlieren und führt sie zu den besten Adressen in ihrer Region. Geschrieben wird BABY IN ... von einem Redaktionsteam, das sich aus erfahrenen und familien-

erprobten Fachjournalisten zusammensetzt. Freie Autoren vor Ort garantieren die fundierte Qualität der regionalen Adress-teile und Tipps.

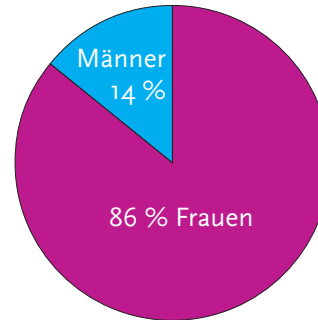
LESERSCHAFT

BABY IN ... richtet sich an junge Paare mit Kinderwunsch und Eltern mit Kindern im Alter von 0 bis 2 Jahren. Die Leser legen höchsten Wert auf Qualität bei Ausstattung, Pflege, Ernährung und Förderung ihres Nachwuchses. Und sie sind bereit, in die Verwirklichung dieses Anspruches regelmäßig zu investieren.

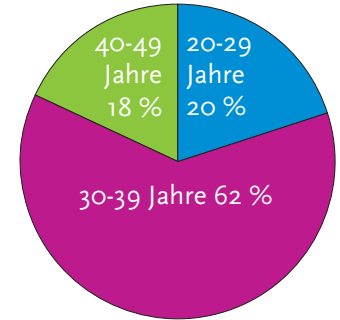
ERGEBNISSE DER LESERUMFRAGE

- BABY IN ... wird in den Schwangerschaftsmonaten durchschnittlich mindestens 7-mal pro Monat genutzt
- BABY IN ... wird von 86 % der Leser mit „sehr gut“ bewertet

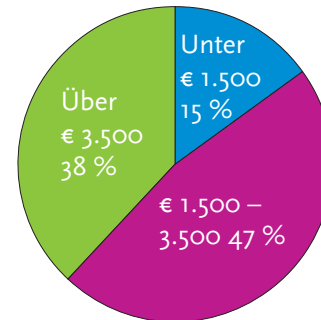
ECKDATEN DER ZIELGRUPPE



Geschlecht



Altersgruppe



Einkommen

Quelle: Leserumfrage 2008, eigene Verlagsangaben.

5 BABY IN ... – SEITENBEISPIELE

ÜBERREGIONALE SCHWERPUNKTTHEMEN (AUSWAHL):

- Pflegeprodukte für Schwangere
- Erstausrüstung
- Gesundheit & Ernährung
- Baby an Bord:
Transportmöglichkeiten
- Babypflege
- Der erste Familienurlaub
- Spielzeug & Geschenkideen



REGIONALE ADRESSTEILE
BABY IN ... holt die Leser direkt vor der Haustür ab und begleitet sie zu konkreten Adressen in ihrer Region.

Passend zu jedem überregionalen Themenschwerpunkt bietet BABY IN ... die wichtigsten Adressen vor Ort inklusive einer regionalen Kliniktafel mit allen Infos im Überblick.



Der Guide erscheint jährlich für folgende Städte & Regionen:

- Berlin
- Hamburg
- München
- Stuttgart
- Ruhrgebiet
- Köln/Bonn
- Rhein-Main-Gebiet
- Düsseldorf

DAS FORMAT

Ein Softbook: sieht aus wie ein Magazin, liest sich wie ein Buch. Aufgemacht wie ein hochwertiges Elternmagazin, das den Inhalt eines fundiert recherchierten Regionalguides bietet – mit hohem Gebrauchswert und langer Verweildauer in den Haushalten. Eine hochwertige Optik mit anspruchsvollem Layout und Fotos unterstreicht das Konzept.

6 BABY IN ... – ANZEIGENPREISE, -FORMATE UND -RABATTE

ANZEIGENPREISLISTE NR. 3 * GÜLTIG AB 01.11.2009

	Kombi	Einzelausgaben
Anzahl Titel	8	1
Auflage	80.000	10.000
1/1 4c	€ 6.500	
2/1 4c	€ 12.000	
1/2 4c	€ 3.250	
1/3 4c	€ 2.200	
U2 4c	€ 8.300	
U3 4c	€ 7.100	€ 1.850
U4 4c	€ 8.800	

* Alle Preise verstehen sich zuzüglich der jeweils gesetzlich geltenden Mehrwertsteuer.



RABATTE

MENGENSTAFFEL*

ab 2 Seiten 8%
 ab 3 Seiten 10%
 ab 4 Seiten 12%
 ab 6 Seiten 16%
 ab 8 Seiten 18 %
 ab 10 Seiten 20%

MALSTAFFEL*

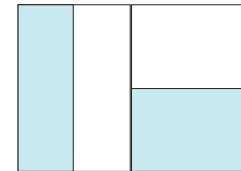
ab 2 Anzeigen 11%
 ab 3 Anzeigen 13%
 ab 5 Anzeigen 15%
 ab 6 Anzeigen 16 %
 ab 7 Anzeigen 17%
 ab 8 Anzeigen 18%

* Es findet entweder nur die Mengen- oder die Malstaffel Anwendung.

ANZEIGENFORMATE (ausschließlich im Anschnitt)*



2/1 420 x 280 mm



1/2 hoch 105 x 280 mm

1/2 quer 210 x 140 mm



1/1 210 x 280 mm

* Bitte beachten Sie die Beschnittzugabe von zusätzlich 3 mm je Außenkante.

7 BABY IN ... – SONDERWERBEFORMEN

DAS BIETET BABY IN ... IHRER MARKE:

- Direkte Zielgruppenansprache ohne Streuverlust
- Regelmäßiger Gebrauch während der Schwangerschaft und Babys erstem Jahr
- Hoher Nutzwert und lange Verweildauer in den Haushalten



IHR PRODUKT

SONDERWERBEFORMEN*

1. *Titelsponsoring* → Seite 19
2. *Anzeigenschaltung mit redaktioneller Integration*
 - Überregionale Anzeige auf einer der Umschlagseiten und/oder überregionale 1/1 4c Anzeige im Innenteil
 - Produktintegration im passenden Themenspecial und/oder
 - 2-seitiges redaktionelles Special zu einem markenaffinen Thema im look & feel der Marke und/oder
 - Markeneinbindung auf www.kindin.de
3. *Gebrandete Sonderauflage*
 - Sonderdruck mit Logo-Abbildung auf dem Cover und Anzeige auf einer der Umschlagseiten
 - Mindestauflagenhöhe: 3.000 Exemplare
4. *Ad Specials*
 - Beileger, Beihefter, Beikleber (Postkarte, Prospekt, Warenprobe)
5. *NEU: Online-Magazin*
 - Gebrandetes Online-Magazin mit Logo-Abbildung auf dem Cover
 - Anzeige auf einer der Umschlagseiten
 - Regionale Adressen für Ihre Website

* Die Angebote für Sonderwerbeformen werden auf Anfrage erstellt und sind alle agenturprovisions- und rabattfähig, jedoch nicht rabatterhöhend.



KIND IN ... ist der Klassiker, wenn es um die Freizeitgestaltung von Kindern geht. Denn nichts ist langweiliger für den Nachwuchs, als ständig auf dem gleichen Spielplatz um die Ecke auszuharren. Genau an dieser Stelle setzt das Konzept von KIND IN ... an: Der Freizeitguide holt Eltern und ihre „Lütten“ direkt an der Haustür ab und

stellt die besten Adressen und Tipps für ein abwechslungsreiches Familien-Freizeitprogramm vor – auf 240 Seiten für 12 Städte & Regionen in Deutschland. Geschrieben wird KIND IN ... von engagierten Autoren aus den jeweiligen Erscheinungsregionen, die selbst erfahrene Eltern sind.

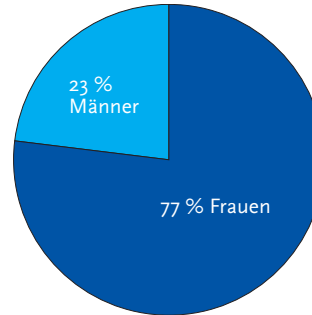
LESERSCHAFT

KIND IN ... richtet sich an Eltern, Großeltern und Lehrer. Kernzielgruppe sind Familien, die ihre Freizeit aktiv und abwechslungsreich gestalten wollen und Kinder im Alter von 3 bis 14 Jahren haben.

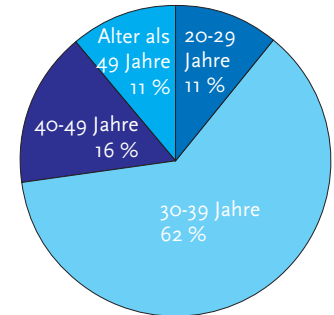
ERGEBNISSE DER LESERUMFRAGE

- KIND IN ... wird mindestens 4-mal pro Monat genutzt
- KIND IN ... wird von 88 % der Leser mit „sehr gut“ bewertet
- 86 % der Leser kaufen jedes Jahr die Neuauflage

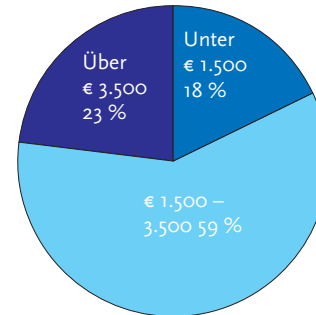
ECKDATEN DER ZIELGRUPPE



Geschlecht



Altersgruppe



Einkommen

Quelle: Leserumfrage 2008, eigene Verlagsangaben.

DAS FORMAT

Das sportliche „Handtaschenformat“ ist leicht zu handhaben und praktisch für unterwegs. Die konkreten Tipps und Tourenvorschläge garantieren einen hohen Gebrauchswert und eine lange Verweildauer in den Haushalten.

Der Freizeitguide erscheint jährlich für folgende Regionen & Städte:

- Berlin
- Hamburg
- München
- Stuttgart
- Ruhrgebiet
- Köln/Bonn
- Rhein-Main-Gebiet
- Düsseldorf

Neue Städte & Regionen 2010:

- Braunschweig
- Hannover
- Rheinland-Pfalz
- Ostwestfalen-Lippe



XXS-MAGAZIN

In allen 12 Regionalausgaben ist das XXS-Magazin in der Mitte des Buches platziert. Hier finden Eltern und Kinder spannende und werberelevante Themenspecials, wie z.B. Tipps zu Bildung, Multimedia, ganzheitlicher Ernährung, Bewegung oder Familienreisen, Gewinnspiele und die Leserumfrage.

SCHWERPUNKTE DES ADRESSTEILS:

- Unterwegs an der frischen Luft: Ausflugstipps in Stadt und Umgebung
- Spaß unter Dächern: von Museen über Bühne, Leinwand und Manege bis hin zu technischen Erlebnistipps
- Sport, Spiel & Badespaß für Kinder im Alter von 3 bis 14 Jahren
- Kreatives Lernen & Spielen
- Ferienattraktionen in und außerhalb der Stadt
- Tipps und Adressen rund ums Einkaufen und die Betreuung



10 KIND IN ... – ANZEIGENPREISE, -FORMATE UND -RABATTE

ANZEIGENPREISLISTE NR. 16 * GÜLTIG AB 15.05.2009

	Kombi	Einzelausgaben
Anzahl Titel	12	1
Auflage	120.000	10.000
1/1 4c	€ 9.120	€ 2.040
2/1 4c	€ 17.400	
1/2 4c	€ 4.560	
U2 4c	€ 14.240	
U3 4c	€ 13.800	€ 3.450
U4 4c	€ 14.880	

* Alle Preise verstehen sich zuzüglich der jeweils gesetzlich geltenden Mehrwertsteuer.



RABATTE

MENGENSTAFFEL*

ab 2 Seiten 8%
 ab 3 Seiten 10%
 ab 4 Seiten 12%
 ab 6 Seiten 16%
 ab 8 Seiten 18 %
 ab 10 Seiten 20%

MALSTAFFEL*

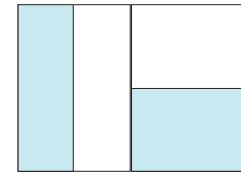
ab 2 Anzeigen 11%
 ab 3 Anzeigen 13%
 ab 5 Anzeigen 15%
 ab 6 Anzeigen 16 %
 ab 7 Anzeigen 17%
 ab 8 Anzeigen 18%

* Es findet entweder nur die Mengen- oder die Malstaffel Anwendung.

ANZEIGENFORMATE (ausschließlich im Anschnitt)*



2/1 240 x 175 mm



1/2 hoch 50 x 175 mm

1/2 quer 120 x 85 mm



1/1 120 x 175 mm

* Bitte beachten Sie die Beschnittzugabe von zusätzlich 3 mm je Außenkante.

11 KIND IN ... – SONDERWERBEFORMEN

DAS BIETET KIND IN ... IHRER MARKE:

- Direkte Zielgruppenansprache ohne Streuverlust
- Regelmäßiger, intensiver Gebrauch bei der Freizeitgestaltung
- Praktische, griffige Alternative zur aufwendigen Internetrecherche
- Hohe Reichweite
- Hoher Nutzwert und lange Verweildauer in den Haushalten



SONDERWERBEFORMEN*

1. **Titelsponsoring** → Seite 19
2. **Anzeigenschaltung mit redaktioneller Integration**
 - Überregionale Anzeige auf einer der Umschlagseiten und/oder überregionale 1/1 4c Anzeige im Innenteil
 - Produktintegration im passenden Themenspecial und/oder
 - 2-seitiges redaktionelles Special zu einem markenaffinen Thema im look & feel der Marke und/oder
 - Markeneinbindung auf www.kindin.de
3. **Gebrandete Sonderauflage**
 - Sonderdruck mit Logo-Abbildung auf dem Cover und Anzeige auf einer der Umschlagseiten
 - Mindestauflagenhöhe: 3.000 Exemplare
4. **Ad Specials**
 - Beileger, Beihefter, Beikleber (Postkarte, Prospekt, Warenprobe)
5. **NEU: Online-Magazine**
 - Gebrandetes Online-Magazin mit Logo-Abbildung auf dem Cover
 - Anzeige auf einer der Umschlagseiten
 - Regionale Adressen für Ihre Website

* Die Angebote für Sonderwerbeformen werden auf Anfrage erstellt und sind alle agenturprovisions- und rabattfähig, jedoch nicht rabatterhöhend.



Die **neue** Softbook-Reihe LUST AUF LERNEN gibt einen kompakten und fundiert recherchierten Überblick über Bildungsangebote für Kinder in 8 Regionen Deutschlands mit ausführlichem Adressteil und einer tabellarischen Übersicht aller Privatschulen der Region. Geschrieben wird das 114 Seiten starke Bildungsmagazin von Fachjournalisten und engagierten Regionalautoren.

LESERSCHAFT

LUST AUF LERNEN ist konzipiert für Eltern, die bereit sind, in die Bildung ihrer Kinder zu investieren – und die Möglichkeiten dazu haben. Denn wer selbst gut ausgebildet ist, weiß, wie wertvoll dieses Startkapital auf dem Weg zum Traumjob ist. Die Leserschaft richtet sich auf die gehobenen Einkommensschichten, vor allem Mütter von Kindern im vor- und schulpflichtigen Alter von 3 bis 14 Jahren.

ÜBERREGIONALE SCHWERPUNKTTHEMEN (AUSWAHL):

- Kurse & Bildung für Kindergartenkinder
- Privatschulen im Überblick: Welche Schule bietet was?
- Sport & Bewegung
- Professionelle Nachhilfeeinstitute & Lernförderung
- Sprachreisen, Stipendien & Praktika für Schüler

- Naturwissenschaft, Musik & Kunst für Schulkinder
- Computer- & Medien
- Equipment für Erstklässler: von der Brotdose bis zum Ranzen
- Klüger essen: Ernährungstipps

REGIONALE ADRESSTEILE

LUST AUF LERNEN holt die Leser direkt vor der Haustür ab und begleitet sie zu den wichtigs-

ten Adressen in ihrer Nähe. Zu jedem überregionalen Thema gibt LUST AUF LERNEN regionale Tipps für Eltern, die ihre Kinder optimal durch die Schulzeit begleiten möchten.

Der Guide erscheint für folgende Städte & Regionen 2010:

Berlin, Hamburg, München, Stuttgart, Ruhrgebiet, Köln/Bonn, Rhein-Main-Gebiet, Düsseldorf



13 LUST AUF LERNEN – ANZEIGENPREISE, -FORMATE UND -RABATTE

ANZEIGENPREISLISTE NR. 2 * GÜLTIG AB 01.06.2009

	Kombi	Einzelausgaben
Anzahl Titel	8	1
Auflage	120.000	15.000
1/1 4c	€ 9.940	
2/1 4c	€ 17.900	
1/2 4c	€ 4.970	
U2 4c	€ 12.490	
U3 4c	€ 10.540	€ 2.630
U4 4c	€ 12.790	

* Alle Preise verstehen sich zuzüglich der jeweils gesetzlich geltenden Mehrwertsteuer.



RABATTE

MENGENSTAFFEL*

ab 2 Seiten 8%
 ab 3 Seiten 10%
 ab 4 Seiten 12%
 ab 6 Seiten 16%
 ab 8 Seiten 18 %
 ab 10 Seiten 20%

MALSTAFFEL*

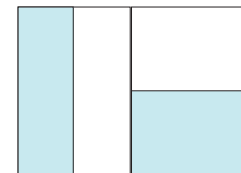
ab 2 Anzeigen 11%
 ab 3 Anzeigen 13%
 ab 5 Anzeigen 15%
 ab 6 Anzeigen 16 %
 ab 7 Anzeigen 17%
 ab 8 Anzeigen 18%

* Es findet entweder nur die Mengen- oder die Malstaffel Anwendung.

ANZEIGENFORMATE (ausschließlich im Anschnitt)*



2/1 420 x 280 mm



1/2 hoch 105 x 280 mm

1/2 quer 210 x 140 mm



1/1 210 x 280 mm

* Bitte beachten Sie die Beschnittzugabe von zusätzlich 3 mm je Außenkante.



Die Schatzkarte für Familien: Die Familien-Reiseführer sorgen dafür, dass Eltern und Kinder den Urlaub genießen, und zeigen Orte und Touren, die für die ganze Familie spannend sind. So wird selbst ein Museumsbesuch für Kinder zur Entdeckungstour – und Eltern erfahren, wo sie auch im Kinder-Freizeitpark einen Platz zum Entspannen finden.

Geschrieben werden die Familien-Reiseführer von erfahrenen Autoren, die selbst Kinder haben und die jeweiligen Regionen wie ihre Westentasche kennen.

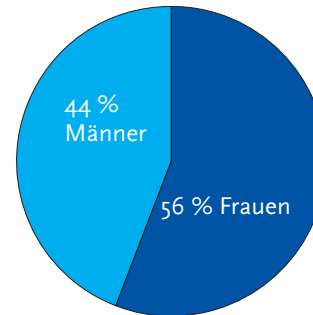
LESERSCHAFT

Die Familien-Reiseführer richten sich an Eltern mit Kindern im Alter von 2 bis 14 Jahren. Für die Leser ist die Urlaubszeit Familienzeit. Die gemeinsame Reise wird bewusst und mit „High Involvement“ geplant, in der Regel gut dokumentiert und bleibt so ein unvergessliches Familienerlebnis.

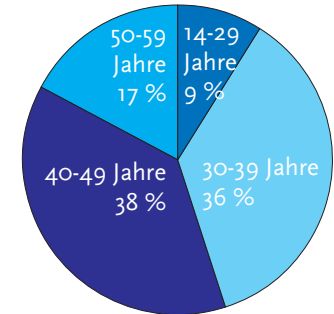
Die Familien-Reiseführer erscheinen 2010 für folgende Destinationen:

- Oberbayern mit München
- Mallorca
- Kreuzfahrten
- Südtirol
- Teneriffa
- Harz

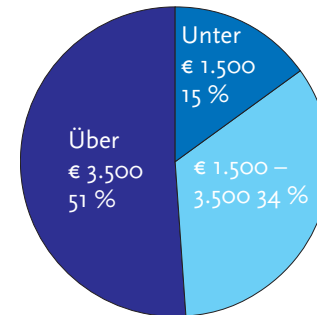
ECKDATEN DER ZIELGRUPPE



Geschlecht



Altersgruppe



Einkommen

Quelle: Leserumfrage 2008, eigene Verlagsangaben.

DIE THEMEN

Wer mit Kindern reist, betrachtet seine Umgebung aus einer anderen Perspektive: Ein Strand muss nicht einfach nur schön sein, viel wichtiger ist, dass die Kinder nicht nach einem Meter im Wasser den Boden unter den Füßen verlieren.

Und ein Restaurant ist dann ein guter Tipp, wenn es nicht nur lecker zubereitete Speisen anbietet, sondern auch seine Kinderfreundlichkeit mit passenden Menüs, Sitzen und Spielangeboten beweist. Die Familien-Reiseführer sind konsequent aus dieser Eltern-Kind-Perspektive geschrieben!



DIE RUBRIKEN

- Tourenvorschläge: zehn Touren, die allen Spaß machen
- Badeseen & Strände
- Die tollsten Attraktionen für Kinder
- Tipps für Eltern
- Gut zu wissen: Fakten, Anreise & Co.

DAS FORMAT

Das sportliche „Hosentaschenformat“ ist leicht zu handhaben und praktisch für unterwegs. Die konkreten Tipps und Tourenvorschläge garantieren einen hohen Gebrauchswert und eine lange Verweildauer in den Haushalten.

16 FAMILIEN-REISEFÜHRER – ANZEIGENPREISE, -FORMATE UND -RABATTE

ANZEIGENPREISLISTE NR. 3 * GÜLTIG AB 01.05.2009

	Einzelausgaben
Anzahl Titel	1
Auflage	15.000
2/1 4c	€ 7.800
1/1 4c	€ 4.350
U3 4c	€ 5.250
U4 4c	€ 5.700

* Alle Preise verstehen sich zuzüglich der jeweils gesetzlich geltenden Mehrwertsteuer.



RABATTE

MENGENSTAFFEL*

ab 2 Seiten 10%
ab 4 Seiten 15%
ab 6 Seiten 20 %

MALSTAFFEL*

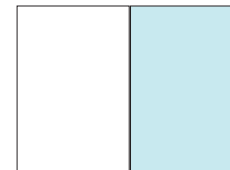
ab 2 Anzeigen 10%
ab 4 Anzeigen 15%
ab 6 Anzeigen 20%

* Es findet entweder nur die Mengen- oder die Malstaffel Anwendung.

ANZEIGENFORMATE (ausschließlich im Anschnitt)*



2/I 240 x 175 mm



1/I 120 x 175 mm

* Bitte beachten Sie die Beschnittzugabe von zusätzlich 3 mm je Außenkante.

17 FAMILIEN-REISEFÜHRER – SONDERWERBEFORMEN

DAS BIETEN DIE FAMILIEN-REISEFÜHRER IHRER MARKE:

- Direkte Zielgruppenansprache ohne Streuverlust
- Regelmäßiger, intensiver Gebrauch bei der Urlaubsvorbereitung und während des Urlaubs
- Praktische, griffige Alternative zur aufwendigen Internetrecherche
- Hohe Reichweite
- Hoher Nutzwert und lange Verweildauer in den Haushalten



SONDERWERBEFORMEN*

1. **Titelsponsoring** → Seite 19
2. **Anzeigenschaltung mit redaktioneller Integration**
 - 1/1 4c Anzeige in einer oder mehrerer Regionalausgaben im Innenteil oder auf den Umschlagseiten
 - 2-seitiges redaktionelles Special zu einem markenaffinen Thema
3. **Gebrandete Sonderauflage**
 - Sonderdruck mit Logo-Abbildung auf dem Cover und Anzeige auf einer der Umschlagseiten
 - Mindestauflagenhöhe: 3.000 Exemplare
4. **Ad Specials**
 - Beileger, Beihefter, Beikleber (Postkarte, Prospekt, Warenprobe)
5. **NEU: Online-Magazin**
 - Gebrandetes Online-Magazin mit Logo-Abbildung auf dem Cover
 - Anzeige auf einer der Umschlagseiten
 - Regionale Adressen für Ihre Website

* Die Angebote für Sonderwerbeformen werden auf Anfrage erstellt und sind alle agenturprovisions- und rabattfähig, jedoch nicht rabatterhöhend.

18 KOMBINATIONEN

1. ÜBERREGIONALE ANZEIGENSCHALTUNGEN

Kombinationsrabatte:

2 Titel 15%

3 Titel 20%

4 Titel 25%

Kombinationen mit allen Titeln der Companions GmbH sind möglich.

Sonderwerbeformen unterliegen ebenfalls dieser Regelung. Beispiel:



2. REGIONALE ANZEIGENSCHALTUNGEN

Kombinationsrabatte:

2 Titel 10 %

3 Titel 15 %

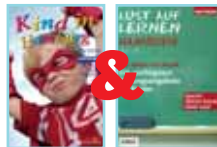
4 Titel 20 %

Kombinationen mit allen Titeln der Companions GmbH sind möglich, ebenso Kombinationen von Regionalausgaben.

Beispiel 1: Eintitelbelegung/
unterschiedliche Regionen



Beispiel 2: Mehrtitelbelegung/
gleiche Regionen



3. CROSSMEDIA

Zusätzlich zur Buchung mehrerer Titel ist ein Markenauftritt auf www.kindin.de möglich (siehe Sonderwerbeformen).

Dieser gilt jedoch nicht als selbstständiger Titel und ist entsprechend dieser Kombinationsregelung nicht rabattfähig.



RESERVIERUNGEN

Der Verlag behält sich vor, Reservierungen vier Wochen vor dem Anzeigenschlusstermin zu streichen, sofern kein verbindlicher Auftrag vorliegt.

19 TITELSPONSORING

TITELSPONSORING

- Logo-Abbildung auf dem Cover
- Anzeige auf einer der Umschlagseiten/-klappen (z.B. die Lesezeichenklappe)
- 2-seitiges redaktionelles Special zu einem markenaffinen Thema
- Herausgebervorwort
- Markenintegration in die PR-Berichterstattung
- Eigenkontingent für Promotionszwecke und als Give-away für Kunden und Vertriebspartner

MARKENBENEFIT

- Markenpräsenz durch Logo-Abbildung auf dem Cover
- Generierung breiter Marken-PR in Zeitschriften und Zeitungen
- Ihre Marke als Kompetenzträger für Ihr Thema



Beispiel:
PR-Rezension
Familien-
Reiseführer

* Die Angebote für Sonderwerbformen werden auf Anfrage erstellt und sind alle agenturprovisions- und rabattfähig, jedoch nicht rabatterhöhend.



LOGO-INTEGRATION AUF DEM COVER

20 GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

1. Anzeigenauftrag im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten.
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 höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Die Stornierung der Anzeigen kann bis spätestens 15 Wochen vor Erscheinen der Druckschrift schriftlich beim Verlag erfolgen. Im Falle einer wirksamen Stornierung können dem Auftraggeber 20 % des Anzeigenpreises als pauschale Aufwendungsvergütung berechnet werden.
6. 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 mindestens 15 %.
7. 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.
8. Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
9. Die durch den Verlag gestalteten Anzeigen sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Verlages weiterverarbeitet werden.
10. Der Verlag verwendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt, haftet jedoch nicht, wenn er von den Auftraggebern irreführt 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 auf Grund 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 Anzeigen tariffs. Der Verlag behält es sich vor, Anzeigen- und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsatzen des Verlages abzulehnen. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung

beim Leser den Eindruck eines Bestandteils des Druckwerks erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen.

11. 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. 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. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
12. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Reklamationen müssen innerhalb von zehn Tagen nach Eingang von Rechnung und Beleg schriftlich beim Verlag geltend gemacht werden.
13. Technische Änderungen des Buches, z.B. Format oder Papier, liegen im Ermessen des Verlages.
14. Die Rechnung ist innerhalb von 14 Tagen nach Erscheinungsdatum des Objektes zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
15. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 3 % über dem jeweils gültigen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen.
16. Der Verlag liefert ein Belegexemplar.
17. Kosten für die Anfertigung bestellter Zeichnungen, Repros, Lithos und Satzarbeiten sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zur Vertretung erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
18. 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 unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie mehr als 20 % beträgt. Der Rechnungsbetrag wird dann im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht. 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.
19. Anzeigenvertreter und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen an die jeweils gültige Anzeigenpreisliste zu halten. Die gewährte Vermittlungsprovision darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise abgegeben werden.
20. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach dem Erscheinen der Anzeige.
21. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Gerichtsstand ist, soweit das Gesetz zwingend nichts anderes vorsieht, der Sitz des Verlages.