GRIP

RTL

DAS MOTORMAGAZIN

Mediadaten

gültig ab 01. Januar 2017

www.daz-verlag.de

Kurzprofil 2-3
- GRIP
- DAZ VERLAGSGRUPPE

Anzeigenpreise und Formate 4

Termine 6
- Ausgaben
- EVT
- Redaktionsschluss
- Messebezug
- Anzeigenschluss

Technische Daten 7

Impressum 8

AGB 9

GRIP – DAS MOTORMAGAZIN

GRIP richtet sich an Männer, die von einem Motormagazin nicht nur informiert, sondern auch begeistert werden wollen.

GRIP steht für Spaß, Action und geballte Motorkompetenz. GRIP präsentiert

- packende Fahrtests aktueller Traumautos & Supercars,
- einen Überblick über legendäre Klassiker & Asphalt-Ikonen,
- Features über Bikes, Motorsport und die fesselnde PS-Welt des Fahrzeug-Tunings.

Dazu: Daten, Zahlen, Wertungen – und alles, was der wahre „Pferdeliebhaber" wissen muss.

GRIP informiert, berät und unterhält. **Der GRIP-Faktor macht dabei den Unterschied: Kompetent und ehrlich geschrieben, steht GRIP für Haltung und Charakter!**

Das Magazin basiert auf dem von FOCUS TV produzierten und seit 2007 wöchentlich bei RTL II ausgestrahlten TV-Format. GRIP steht für leidenschaftliche und kompetente Motorberichterstattung.

Werbung in GRIP ist zielgenaue Kommunikation mit der interessanten Zielgruppe Männer – und das nicht nur für den Automarkt.

Die DAZ VERLAGSGRUPPE

Die **DAZ VERLAGSGRUPPE** ist der Herausgeber von fünf periodisch international erscheinenden Titeln im Fachzeitschriften- und Offerten Magazin-Bereich sowie der dazugehörigen Online Portale und Social Media Plattformen.

Der Verlag feierte im Jahre 2016 sein 35-jähriges Jubiläum und ist in Deutschland der Pionier in diesem Segment der Printerzeugnisse.

Die erste **DAZ** (DER AUTO-ANZEIGER) erschien im August 1981. Im Laufe der Jahre entstanden aus den verschiedenen Rubriken des Muttertitels eigenständige Magazine, die jeweils eine überzeugende Erfolgsgeschichte geschrieben haben. Seit 2010 wird die Erfolgsgeschichte von dem Verleger-Duo Marco Wendlandt und Jörg Rauschenberger weitergeschrieben.

DAZ VERLAGSGRUPPE

Innenseiten – Redaktionsteil

Format	Grundpreis	TOP STORY* Grundpreis
1/8 Seite hoch/quer/Block	–	–
1/4 Seite hoch/quer/Block	–	–
1/2 Seite hoch/quer	2.038,00 €	2.547,50 €
1/1 Seite hoch/quer	4.076,00 €	5.095,00 €
2/1 Seiten bundüberlaufend	8.152,00 €	10.190,00 €

*Platzierung innerhalb der ersten 20 Magazinseiten (nach dem Editorial, ohne Opening Spread).

Umschlagseiten (im Anschnitt)

Format	Ortspreis Händler	Grundpreis
Umschlagseite 2, 4 Beschnittzugabe 5 mm	–	5.994,00 €
Umschlagseite 3 Beschnittzugabe 5 mm	2.900,00 €	3.411,00 €

Sonderwerbeformen

Format	Grundpreis
Opening Spread, 2/1 Seiten Seite 4 und 5, 1. Doppelseite	– 11.089,12 €

Fotoanzeigen

Format	Ortspreis Händler	Grundpreis
XXL-Foto inkl. 5 Zeilen Text	155,00 €	–
jede weitere Zeile	3,00 €	

Innenseiten – Showroom

Format	Ortspreis Händler	Grundpreis
1/8 Seite hoch/quer/Block	144,38 €	169,86 €
1/4 Seite hoch/quer/Block	288,75 €	339,71 €
1/2 Seite hoch/quer	577,50 €	679,41 €
1/1 Seite hoch/quer	1.155,00 €	1.358,82 €
2/1 Seiten bundüberlaufend	2.310,00 €	2.717,65 €

Platzierungszuschlag
Für die Verpflichtung, Anzeigen auf bestimmten Seiten oder Plätzen zu veröffentlichen, erheben wir 25 % Zuschlag auf den Anzeigenpreis.

Rabatte
Bei schriftlichem Abschluss einer Anzeigenschaltung und Abnahme innerhalb von 12 Monaten gewähren wir nach der Mal-Staffel folgende Rabatte:
2 x = 5 %, 4 x = 10 %, 8 x = 20 %

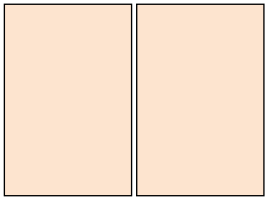
Beschnittzugabe
umlaufend + 5 mm

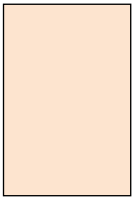
Zahlungsbedingungen
Zahlbar sofort nach Rechnungserhalt netto Kasse. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden die üblichen Bankzinsen für Dispositionskredite berechnet.

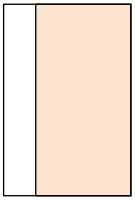
Spaltenbreiten
1-spaltig = 44,5 mm
2-spaltig = 93 mm
3-spaltig = 141,5 mm
4-spaltig = 190 mm

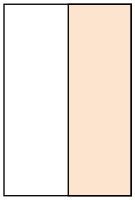
Weitere Werbeformen und Formate auf Anfrage

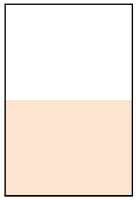
Alle Preise zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer, Auslandsüberweisungen zzgl. Bankgebühren.

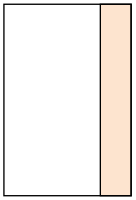




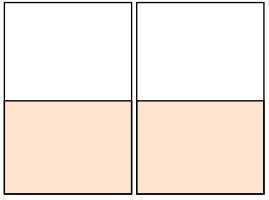


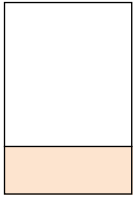


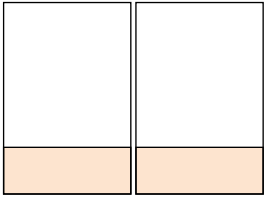


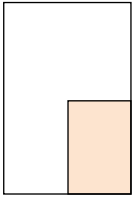


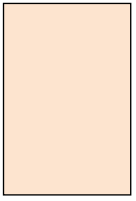
	2/1 Seiten, 8-spaltig	1/1 Seite hoch, 4-spaltig	3/4 Seite hoch, 3-spaltig	1/2 Seite hoch, 2-spaltig	1/2 Seite quer, 4-spaltig	1/4 Seite hoch, 1-spaltig
Anschnitt	2 x 205 x 300 mm*	205 x 300 mm*	151,5 x 300 mm*	103 x 300 mm*	205 x 147 mm*	54,5 x 300 mm*
Satzspiegel	2 x 190 x 275 mm	190 x 275 mm	141,5 x 275 mm	93 x 275 mm	190 x 135 mm	44,5 x 275 mm

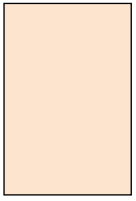












	1/1 Seite quer, 8-spaltig	1/4 Seite quer, 4-spaltig	2x 1/4 Seite quer, 8-spaltig	1/4 Seite Block, 2-spaltig	Umschlagseite 2, 3	Umschlagseite 4
Anschnitt	2 x 205 x 147 mm*	205 x 71 mm*	2 x 205 x 71 mm*	103 x 147 mm*	205 x 300 mm*	210 x 300 mm*
Satzspiegel	2 x 190 x 135 mm	190 x 65 mm	2 x 190 x 65 mm	93 x 135 mm	190 x 275 mm	190 x 275 mm

*Beschnittzugabe **umlaufend** + 5 mm

Berechnungsgrundlage ist immer das Satzspiegelformat.

Ausgabe	EVT	Redaktionsschluss	Anzeigenschluss Redaktionsteil & Umschlag	Anzeigenschluss Marktteil
02/17	24.02.2017	26.01.2017	10.02.2017	14.02.2017
03/17	24.03.2017	23.02.2017	10.03.2017	14.03.2017
04/17	21.04.2017	23.03.2017	04.04.2017	07.04.2017
05/17	19.05.2017	20.04.2017	05.05.2017	09.05.2017
06/17	16.06.2017	18.05.2017	02.06.2017	06.06.2017
07/17	14.07.2017	15.06.2017	30.06.2017	04.07.2017
08/17	11.08.2017	13.07.2017	28.07.2017	01.08.2017
09/17	08.09.2017	10.08.2017	25.08.2017	29.08.2017
10/17	06.10.2017	07.09.2017	22.09.2017	26.09.2017
11/17	03.11.2017	05.10.2017	20.10.2017	24.10.2017
12/17	01.12.2017	02.11.2017	17.11.2017	21.11.2017
01/18	29.12.2017	30.11.2017	15.12.2017	19.12.2017

*Verschiebung des Erstverkaufstages bzw. Anzeigenschlusses durch ges. Feiertage in den entsprechenden Bundesländern.
Fertig gelieferte Anzeigen müssen jeweils einen Werktag vor Anzeigenschluss im Verlag vorliegen.

Änderungen/Irrtümer vorbehalten!

Programme
InDesign CS5, QuarkXPress 6.5,
Photoshop CS5, Illustrator CS5, Freehand MX

Colormanagement
ProzessStandard Offsetdruck (PSO) basierend auf der Norm
ISO 12647-2 der FOGRA (Umschlag)
ISO 12647-2:2004 der Ifra (Innen)

Es finden folgende ICC-Profile Verwendung, die auf
www.colormanagement.org im Download-Bereich
kostenlos zur Verfügung gestellt werden:

Umschlag
ISOcoated_v2_bas.ICC (FOGRA39)
Gesamtfarbauftrag 330 %; max. Schwarz 95 %
Schwarzaufbau GCRSmooth
Priorität perzeptiv, ohne Tiefenkompensierung

Innenteil
PSO_LWC_Standard_eci.ICC (FOGRA46)
Gesamtfarbauftrag 300 %; max. Schwarz 97 %
Schwarzaufbau GCRSmooth
Priorität perzeptiv, ohne Tiefenkompensierung

Auflösung
Bilder: 300 dpi in Endformatgröße
Strich: 1200 dpi in Endformatgröße

Datenübertragung
auf Anfrage
Telefon +49 40 513255-101
m.borutta@daz-verlag.de

Verlag
DAZ VERLAGSGRUPPE GmbH & Co. KG
Amsinckstraße 41, 20097 Hamburg
Telefon +49 40 513255-0 • Telefax +49 40 513255-195
www.daz-verlag.de • info@daz-verlag.de

Herausgeber
(v.i.S.d.P.)
Marco Wendlandt
Jörg Rauschenberger

Chefredakteur
Marco Wendlandt

Stellvertretender Chefredakteur
Roland Löwisch

Leiter Produktion und Neue Medien
Carsten Brüggemann, c.brueggemann@daz-verlag.de
Telefon +49 40 513255-200

Anzeigenleitung
Michael Borutta, m.borutta@daz-verlag.de
Telefon +49 40 513255-101

Anzeigenkoordination Marktteil
Heidi Störtenbecker, h.stoertenbecker@daz-verlag.de
Telefon +49 40 513255-113

Magazin-/Pressevertrieb
PRESSE-JESSE DEUTSCHLAND,
Peter-Jens Jesse, p.j.jesse@daz-verlag.de

Bezugspreise

Einzelheft Inland	3,50 €**
Einzelheft Österreich (A)	3,70 €
Einzelheft Schweiz (CH)	6,50 CHF
Jahresabo* Inland	39,50 €**
Jahresabo* Ausland (EU)	44,50 €
Jahresabo* Ausland (nicht EU)	49,50 €

*12 Ausg. inkl. Porto **inkl. 7 % MwSt.

Umfang

Ausgaben/Jahr	12
Druckauflage	45.000
Erscheinungsweise	4-wöchentlich

Vertrieb
stella distribution GmbH, Frankenstraße 5, 20097 Hamburg

Bankverbindung
Commerzbank
IBAN DE58 2008 0000 0760 5730 00, SWIFT-BIC.: DRESDEFF200

Gläubiger-ID DE97ZZZ00000447236

Geschäftsbedingungen
Die Ausführung von Anzeigenaufträgen erfolgt zu unseren Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen, Fremdbeilagen oder sonstige Werbemittel, in Zeitungen, Zeitschriften sowie im gesamten Internetbereich. Aufgrund des Herstellungsverfahrens wird keine Garantie für die abgebildete Fotoqualität übernommen.
Der Verlag haftet nicht für Satz-/Druckfehler oder den Inhalt der abgedruckten Anzeigentexte.

® Lizenz der Marke und des Titels „GRIP“, „GRIP - Das Motormagazin“ und „RTL II“ RTL II Fernsehen GmbH & Co. KG - Alle Rechte vorbehalten.

für Anzeigen, Fremdbeilagen oder sonstige Werbemittel in Zeitungen, Zeitschriften sowie im gesamten Internetbereich

1. „Anzeigenauftrag" im Sinn der nachfolgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift, auf einer Internetseite der DAZ Verlagsgruppe (im Folgenden auch „Verlag") bzw. sonstigen sozialen Medien-Onlineplattformen, im Rahmen von öffentlichen Auftritten, Messen, Veranstaltungen oder sonstigen Werbemitteln zum Zweck 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 der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der im 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 Aufnahme von Anzeigen, Fremdbeilagen oder sonstigen Werbemitteln in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift, einer Internetseite des Verlages bzw. sonstigen sozialen Medien-Onlineplattformen, von öffentlichen Auftritten, Messen, Veranstaltungen oder sonstigen Werbemitteln erfolgt dann, wenn der Auftraggeber erklärt hat, dass die Anzeige oder Fremdbeilage in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen erscheinen soll und dies vom Verlag ausdrücklich schriftlich bestätigt worden ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
6. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung, Druck- und/oder Darstellungsqualität 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 die betreffende Anzeige nach pflichtgemäßem Ermessen des Verlages gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstößt oder ihre Veröffentlichung erkennbar für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Der Verlag führt keine gesonderte rechtliche Prüfung hinsichtlich des Inhalts der Anzeigen durch. Daher übernimmt der Verlag auch keine rechtliche Gewähr für den Inhalt der Anzeigen. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrags, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Erscheinen stornierte Anzeigen versehentlich, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung, Zeitschrift oder des sonstigen Verbreitungsmediums, insbesondere Homepages, erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen oder fernmündlich erteilten Korrekturen und bei der Verwendung von Archivfotos sind Ansprüche gegen den Verlag wegen unrichtiger Wiedergabe ausgeschlossen. Der Verlag haftet ebenso nicht für fehlerhaftes oder Nicht-Erscheinen im Inhaltsverzeichnis
8. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Unterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Unterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druck- bzw. Darstellungsqualität im Rahmen der durch die Vorlagen gegebenen Möglichkeiten.
9. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck bzw. Darstellung 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 erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung (§ 280 BGB), Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit 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 zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von einfachen Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umgang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – auch bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von einer Woche 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 zugesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der von dem Verlag bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
11. Sind keine besonderen Größen- bzw. Formatvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe bzw. das tatsächliche Werbeformat der Berechnung zugrunde gelegt.
12. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber vierzehn 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 Zahlung werden nach Preisliste gewährt.
13. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen laut Preisliste, sowie die Einziehungskosten berechnet. 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.
14. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg bzw. Screenshot. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
15. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckvorlagen und Zeichnungen bzw. sonstige bestellte Produkte und Werbeformen, sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen, hat der Auftraggeber zu tragen.
16. Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weiterleitung der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Ziffernndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen und zu lesen bzw. auf dem elektronischen Wege an Dritte zur Prüfung weiterzuleiten. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.
17. Bei Änderungen der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge – sofern keine ausdrücklich anderslautende, schriftliche Vereinbarung getroffen wurde – mit dem Einführungstermin des neuen Tarifs in Kraft.
18. Sind etwaige Mängel bei den Unterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang bzw. der sonstigen visuellen Darstellung deutlich, so hat der Werbungtreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.
19. Wenn für konzernangehörige Firmen die gemeinsame Rabattierung beansprucht wird, ist die schriftliche Bestätigung einer Kapitalbeteiligung von mindestens 50% erforderlich.
20. Sollten sich einzelne Bestimmungen des Vertrages ganz oder teilweise als unwirksam oder undurchführbar erweisen oder infolge Änderungen der Gesetzgebung nach Vertragsabschluss unwirksam oder undurchführbar werden, bleiben die übrigen Bestimmungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen und die Wirksamkeit des Vertrages im Ganzen hiervon unberührt. An die Stelle der unwirksamen oder undurchführbaren Bestimmung soll die wirksame und durchführbare Bestimmung treten, die dem Sinn und Zweck der nichtigen Bestimmung möglichst nahe kommt. Erweist sich der Vertrag als lückenhaft, gelten die Bestimmungen als vereinbart, die dem Sinn und Zweck des Vertrages entsprechen und im Falle des Bedachtwerdens vereinbart worden wären.
21. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand Lübeck. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.
22. Es gilt ausschließlich deutsches Recht