



Kurzprofil	2-3
GRIP	
DAZ VERLAGSGRUPPE	
<hr/>	
Anzeigenpreise und Formate	4
<hr/>	
Termine	6
Ausgaben	
EVT	
Redaktionsschluss	
Messebezug	
Anzeigenschluss	
<hr/>	
Technische Daten	7
<hr/>	
Impressum	8
<hr/>	
AGB	9



GRIP – DAS MOTORMAGAZIN

GRIP – Das Motormagazin steht für Action und Nervenkitzel pur, für Schnelligkeit und Adrenalin. Rund um die Moderatoren und Testfahrer, bietet „GRIP – Das Motormagazin“ Motorjournalismus vereint mit Tests der Superlative.

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.

„GRIP – Das Motormagazin“ läuft sonntags im TV bei RTL II. Mit Humor, einem hochwertigen Look und außergewöhnlichen Themen – zum Beispiel zur Filmreihe „The Fast and the Furious“ – verbindet „GRIP – Das Motormagazin“ bereits seit dem Jahr 2007 Unterhaltung rund die Themen PS, Autos und die Motorwelt mit einem hochkarätigen Service für den Verbraucher.

„GRIP – Das Motormagazin“ ist 360 Grad-Entertainment: nicht nur im TV und online bei rtl2.de auch im GRIP-Printmagazin und bei Events wie „GRIP – Das Motorevent“. Auch bei Youtube, Facebook und Instagram begeistert „GRIP – Das Motormagazin“ durch regelmäßig aktualisierte Inhalte.



TV TIPP

GRIP – Das Motormagazin
 IMMER SONNTAGS UM 18:00 UHR BEI RTL II
www.rtl2.de/grip



DAZ VERLAGSGRUPPE

Die DAZ VERLAGSGRUPPE ist der Herausgeber von periodisch international erscheinenden Titeln im Motor-Fachzeitschriften-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.



IMAGE-ENTERTAINMENT

Die Event-Unit der DAZ VERLAGSGRUPPE veranstaltet die erfolgreiche Eventreihe GRIP – Das Motorevent/GRIP CARS & COFFEE sowie weitere internationale Supersportwagen- und Classic-Car-Veranstaltungen.



Vorzugsplatzierungen Redaktionsteil

Format	Grundpreis
Seiten 2+3, 2/1 Seite opening spread	15.921,88 €
Seiten 4+5, 2/1 Seite	12.737,50 €
Seiten 6+7, 2/1 Seite	12.737,50 €
Umschlagseite 2	6.368,75 €
1/1 Seite innerhalb erste 20 Seiten	5.095,00 €
1/2 Seite innerhalb erste 20 Seiten	2.547,50 €
Umschlagseite 3	2.900,00 €
Umschlagseite 4	6.368,75 €

Platzierungen Redaktionsteil ab Seite 20

Format	Grundpreis
1/1 Seite	4.076,00 €
1/2 Seite	2.038,00 €

Sonderwerbformen

Format	Grundpreis
Titelspot, Beilagen, Beihefter, Advertorials, Aboprämien, Produktverlosungen, Short-Reports, Product Placements, Event Placements, Event Sponsorings	auf Anfrage

Platzierungen 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 €

Fotoanzeigen Showroom

Format	Ortspreis Händler	Grundpreis
PIC OF THE DAY – Fotoanzeige (64 x 66 mm)	99,00 €	–

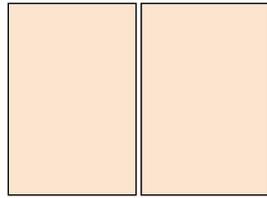
Platzierungszuschlag

25% Zuschlag auf den Anzeigenpreis bei Veröffentlichung auf bestimmten Seiten oder Plätzen.

Rabatte

Bei schriftlichem Abschluss und Abnahme innerhalb von 12 Monaten gewähren wir nach der Mal-Staffel folgende Rabatte: 4 Ausgaben 10%
8 Ausgaben 20%

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



2/1 Seiten, 8-spaltig

Anschnitt 2 x 205 x 300 mm*

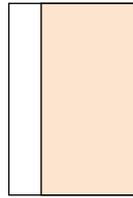
Satzspiegel 2 x 190 x 275 mm



1/1 Seite hoch, 4-spaltig

205 x 300 mm*

190 x 275 mm



3/4 Seite hoch, 3-spaltig

151,5 x 300 mm*

141,5 x 275 mm



1/2 Seite hoch, 2-spaltig

103 x 300 mm*

93 x 275 mm



1/2 Seite quer, 4-spaltig

205 x 147 mm*

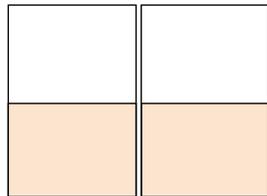
190 x 135 mm



1/4 Seite hoch, 1-spaltig

54,5 x 300 mm*

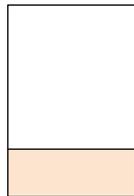
44,5 x 275 mm



1/1 Seite quer, 8-spaltig

Anschnitt 2 x 205 x 147 mm*

Satzspiegel 2 x 190 x 135 mm



1/4 Seite quer, 4-spaltig

205 x 71 mm*

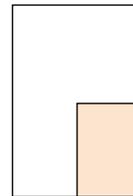
190 x 65 mm



2x 1/4 Seite quer, 8-spaltig

2 x 205 x 71 mm*

2 x 190 x 65 mm



1/4 Seite Block, 2-spaltig

103 x 147 mm*

93 x 135 mm



Umschlagseite 2, 3

205 x 300 mm*

190 x 275 mm



Umschlagseite 4

210 x 300 mm*

190 x 275 mm

*Beschnittzugabe **umlaufend** + 5 mm ohne Marken

Berechnungsgrundlage ist immer das Satzspiegelformat.

Ausgabe	EVT	Redaktionsschluss	Anzeigenschluss Red. & Umschlag	Anzeigenschluss Markt	Special
01/19	21.12.18	22.11.18	07.12.18	11.12.18	
02/19	08.02.19	10.01.19	25.01.19	29.01.19	Pick-up Special
03/19	22.03.19	21.02.19	08.03.19	12.03.19	Reifen- und Felgen Special / Tuning
04/19	03.05.19	04.04.19	15.04.19	23.04.19	ROUGH Offroad Special
05/19	14.06.19	15.05.19	29.05.19	03.06.19	
06/19	26.07.19	27.06.19	12.07.19	16.07.19	
07/19	06.09.19	08.08.19	23.08.19	27.08.19	
08/19	18.10.19	19.09.19	04.10.19	08.10.19	Reifen- und Felgen Special
09/19	29.11.19	31.10.19	15.11.19	19.11.19	Tuning / Essen Motor Show Special

*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

Adobe Creative Cloud

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 513255-0
v.behnkd@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

Leitung Produktion und Neue Medien

Carsten Brüggemann
 c.brueggemann@daz-verlag.de
 Telefon +49 40 513255-200

Leitung Events & Sponsoren

Jasmin Rawlinson
 j.rawlinson@image-entertainment.de
 Telefon +49 40 513255-380

Anzeigenkoordination

Ingo Müller
 i.mueller@daz-verlag.de
 Telefon +49 40 513255-194

Vertrieb

stella distribution GmbH
 Frankenstraße 5, 20097 Hamburg

Bezugspreise

Einzelheft Inland	3,50 €**
Einzelheft Österreich (A)	3,70 €
Einzelheft Schweiz (CH)	6,50 CHF
Jahresabo* Inland	28,00 €**
Jahresabo* Ausland (EU)	32,00 €
Jahresabo* Ausland (nicht EU)	36,00 €

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

Verbreitung

Ausgaben/Jahr	8
Durchschnittliche Leserzahl pro Ausgabe	ca. 33.000
Erscheinungsweise	6-wöchentlich

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 Masters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandes 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 fermündlich aufgegebenen Anzeigen oder fermündlich 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 vorhersehenden 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 Probeabzugs 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 Zielfirmen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Zielfirmen 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 Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen und zu lesen bzw. auf dem elektronischen Wege zur Dritte zur Prüfung weiterzuleiten. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Preisangeboten 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 richtigen 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 Bedachtverwehrens 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