

Media-Daten 2010

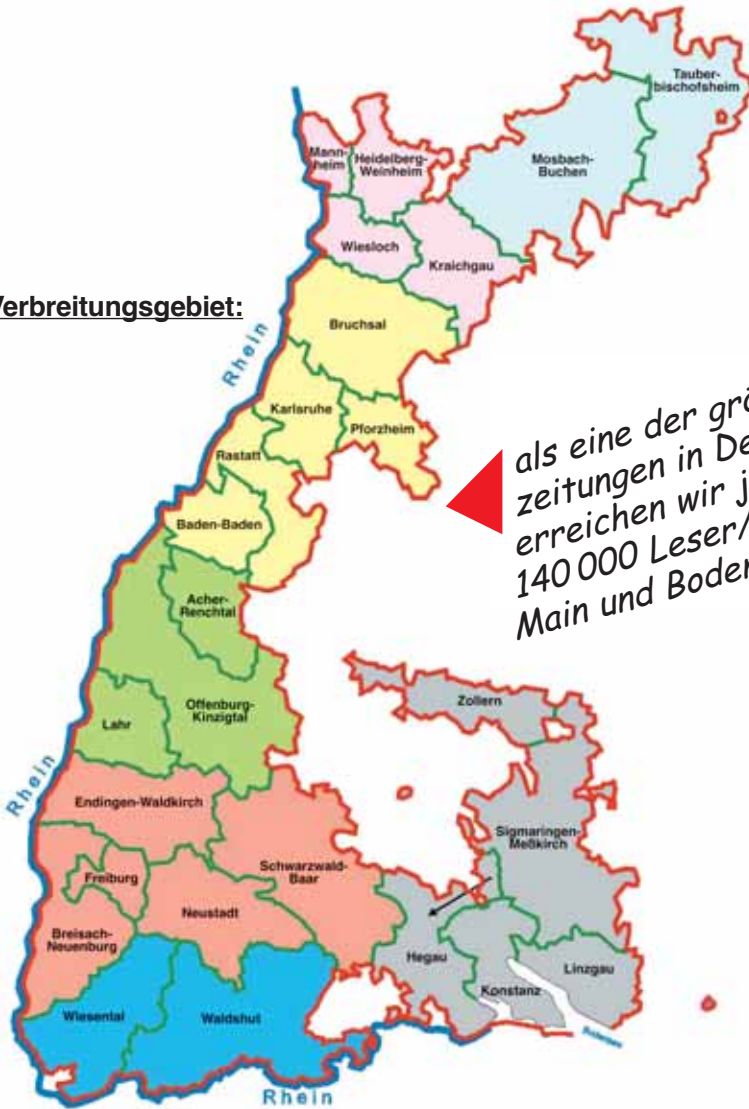


Konradsblatt

Wochenzeitung für das Erzbistum Freiburg

www.konradsblatt.de

Verbreitungsgebiet:



als eine der größten Bistumszeitungen in Deutschland erreichen wir jede Woche rund 140 000 Leser/innen zwischen Main und Bodensee

Konradsblatt
Wochenzeitung für das Erzbistum Freiburg

Information • Hintergründe • Orientierung



Mitglied der
KOMPRESS-Medien eG



Auflagen IVW-geprüft

Anzeigen können digital per Datenträger oder Mail zu uns geliefert werden. Zu Ihrer Information bzw. als Hilfestellung ist nachstehend aufgeführt, welche Daten, Datenformate und Datenträger verarbeitet werden können: Es sollten ausschließlich Mac-orientierte Daten geliefert werden.

1. **Quark X-Press** / Version 8 / oder niedriger
offenes Dokument (inkl. Schrift und Original-Logo/-Bild)
Korrekturen sind durch uns möglich.
2. **PDF-Daten** in druckoptimiertem Format (Vorgaben können bei uns erfragt werden).

3. **Photoshop CS**

4. **Illustrator CS**

Beim Original-Dokument oder EPS **müssen** generell die **Schriften mitgeliefert** werden bzw. Zeichenwege umgewandelt sein.

5. **FreeHand 10.0**

Verarbeitung und Lieferung der Daten wie Punkt 4 (Illustrator).

6. **Word-Dokumente**

7. **Bilder und Logos:**

Mindestauflösung gescannt:

- a) S/W 305 dpi,
- b) 4 C 305 dpi in CMYK,
- c) Strich ab 500 dpi.

Selbstverständlich können wir auch Bilder oder Logos in unserem Hause scannen und in gelieferte Dokumente einbauen oder komplett selbst erstellen.

Bilder, die in Anzeigen verwendet werden, sollten als TIFF, freigestellte Bilder müssen als Photoshop-EPS abgelegt werden und die erzeugten Pfade gesichert sein.

Bilder, die per Mail zu uns kommen, können auch im JPEG-Format (Hochauflösung) abgelegt sein. Dem Bild muss am Namen die Endung .JPG angefügt werden. Daten müssen komprimiert sein = .zip/.sit-Archive.

8. Grundsätzlich sollte die Linienstärke von Anzeigen oder in Anzeigen nicht unter 0,5 pt (0,2 mm) liegen.

Auf jeden Fall bitte von der Anzeige einen Ausdruck mitsenden. Bei Farbanzeigen muss ein Farbausdruck (verbindlich oder unverbindlich) an die Druckerei geliefert werden. Datenträger sollten mit Angaben wie Programm, Version sowie Betriebssystem gekennzeichnet sein.

9. **Datenträger:**

CD/DVD / Datenträger mit USB-Anschluss.

10. **Datenüberstellung:**

per E-Mail: anzeigen@konradsblatt.de

Nr.	Erscheinungstag	Anzeigenschluss	Nr.	Erscheinungstag	Anzeigenschluss
1	3. Januar	21. Dez. 2009	27	4. Juli	23. Juni
2	10. Januar	28. Dez. 2009	28	11. Juli	30. Juni
3	17. Januar	5. Januar 10	29	18. Juli	7. Juli
4	24. Januar	13. Januar	30	25. Juli	14. Juli
5	31. Januar	20. Januar	31	1. August	21. Juli
6	7. Februar	27. Januar	32	8. August	28. Juli
7	14. Februar	3. Februar	33	15. August	4. August
8	21. Februar	10. Februar	34/35	22. August	11. August
9	28. Februar	17. Februar	36	5. September	25. August
10	7. März	22. Februar	37	12. September	1. September
11	14. März	3. März	38	19. September	8. September
12	21. März	10. März	39	26. September	13. September
13	28. März	15. März	40	3. Oktober	22. September
14	4. April	24. März	41	10. Oktober	29. September
15	11. April	30. März	42	17. Oktober	6. Oktober
16	18. April	7. April	43	24. Oktober	11. Oktober
17	25. April	12. April	44	31. Oktober	20. Oktober
18	2. Mai	19. April	45	7. November	27. Oktober
19	9. Mai	28. April	46	14. November	3. November
20	16. Mai	3. Mai	47	21. November	8. November
21	23. Mai	11. Mai	48	28. November	16. November
22	30. Mai	19. Mai	49	5. Dezember	22. November
23	6. Juni	26. Mai	50	12. Dezember	1. Dezember
24	13. Juni	1. Juni	51/52	19. Dezember	8. Dezember
25	20. Juni	9. Juni	1	2. Jan. 2011	22. Dezember
26	27. Juni	16. Juni			

Anzeigen-Sonderveröffentlichungen in 2010

Für Ihre Anzeigenschaltung in diesen Sonderveröffentlichungen
rufen Sie bitte unter 07 21/95 45-240 an oder mailen unter anzeigen@konradsblatt.de

Erscheinungstag	Nr.	Sonderveröffentlichungs-Themen	Anzeigenschluss
31. 1. 10	5	Reisen – nah und fern – alles über die schönste Zeit des Jahres ...	20. 1. 10
21. 2. 10	8	Themenheft – zur Bischofskonferenz in Freiburg	10. 2. 10
21. 2. 10	8	Mehr Lebensqualität im Alter – Alltagshilfen, Wohnen im Alter etc.	10. 2. 10
7. 3. 10	10	Katholische Freie Schulen – alles rund um Schule und Ausbildung	22. 2. 10
21. 3. 10	12	Der Umwelt zuliebe – Solar, Strom, Gas, Auto etc.	10. 3. 10
28. 3. 10	13	Recht und Anwälte – alles zum Thema Recht im Alltag	15. 3. 10
18. 4. 10	16	Fitness für Körper und Seele – Sport, Wellness, Gesundheit etc.	7. 4. 10
25. 4. 10	17	Weittag geistlicher Berufe – Seminare, Studiengänge, Klöster, Orden	12. 4. 10
2. 5. 10	18	Rund um die Kirche – Renovationen, Restaurierungen, Kunst, Zubehör, Handwerk	19. 4. 10
16. 5. 10	20	Pflege und Gesundheit – Pflegedienste, Heime, Sozialstationen etc.	3. 5. 10
30. 5. 10	22	Gut hören und sehen – Optiker, Akustik, Hilfsmittel etc.	19. 5. 10
27. 6. 10	26	Man lernt nie aus – Training, Aus- und Weiterbildung etc.	16. 6. 10
18. 7. 10	29	Alles für Ihr Wohlbefinden – Präparate, Altersvorsorge, Versicherungen etc.	7. 7. 10
19. 9. 10	38	Bacchus zu Ehren – alles rund um das Thema Wein ...	8. 9. 10
26. 9. 10	39	Pflege und Gesundheit – Pflegedienste, Heime, Sozialstationen etc.	13. 9. 10
17. 10. 10	42	Rat und Hilfe im Trauerfall – Vorsorge, Grabpflege, Bestatter etc.	4. 10. 10
24. 10. 10	43	Schmerz lass nach – Medikamente, Heilverfahren etc.	13. 10. 10
14. 11. 10	46	Reisen – nah und fern – alles über die schönste Zeit des Jahres ...	3. 11. 10
21. 11. 10	47	Pflege und Gesundheit – Pflegedienste, Heime, Sozialstationen etc.	8. 11. 10
5. 12. 10	49	Weihnachten – Spiele, Spielzeug, für Sammler + alles sonst zum schönsten Fest	22. 11. 10
12. 12. 10	50	Orgeln/Orgelbau – viel Interessantes über die „Königin der Instrumente“	1. 12. 10

(Änderungen vorbehalten)

Stand: MA II/2009

Verbreitete Auflage IVW III/2009 = 59 545 Exemplare

85,4 % **A) Lpws-Wert (Leser pro werbungführender Seite)****= einer der besten Werbemittelkontakte deutscher Printmedien!****B) Leserschafts-Struktur:**

33 %	unserer Leser sind Männer
67 %	unserer Leser sind Frauen
5 %	unserer Leser sind zwischen 14 und 39 Jahren alt
29 %	unserer Leser sind zwischen 40 und 59 Jahren alt
67 %	unserer Leser sind 60 Jahre und älter
27/49 %	1 Person / 2 Personen im Haushalt
19 %	unserer Leser haben Kinder bis zu 14 Jahren im Haushalt

43 %	haben einen höheren Bildungsabschluss
30 %	sind berufstätig oder in Ausbildung
24 %	sind Selbstständige, Freiberufler, lt. Angest. und Beamte
76 %	sind sonstige Angest. und Beamte, Facharbeiter, sonst.
70 %	haben ein Haushalts-Nettoeinkommen > 1 500 Euro
50 %	haben ein Haushalts-Nettoeinkommen > 2 000 Euro
32 %	haben ein Haushalts-Nettoeinkommen > 2 500 Euro
37 %	unserer Leser nutzen PC/Notebook etc.
35 %	nutzen Online-Dienste
75 %	besitzen ein eigenes Haus / eine Eigentumswohnung
39 %	besitzen Haustiere
79 %	besitzen einen Garten
55 %	buchen Urlaubsreisen in D, A, CH
35 %	buchen Reisen ins europäische Ausland und Übersee
65 %	kaufen am Ort / lokal ein
49 %	kaufen regional / überregional ein
23 %	kaufen im Versandhandel ein

C) Reichweite:

wir erreichen

7 %	aller Mitbürger in Nielsen IIIb (Baden)
3 %	aller 14–39-Jährigen und
6 %	aller 40–59-Jährigen und
15 %	aller 60-Jährigen und Ältere
13 %	aller Haushalte mit Nettoeinkommen > 1 500 Euro
9 %	aller Haushalte mit Nettoeinkommen > 2 000 Euro
6 %	aller Haushalte mit Nettoeinkommen > 2 500 Euro
9 %	aller Mitbürger mit einem höheren Bildungsabschluss
12 %	aller Selbstständigen, Freiberufler, lt. Angestellten

MEDIA-DATEN für den „MARKTPLATZ“, die Internetseite für unsere Anzeigenkunden.

Unter www.konradsblatt.de verzeichnen wir derzeit durchschnittlich 30 000 Visits/Besucher monatlich.

In Kombination zur gedruckten Ausgabe bieten wir eine zusätzliche Schaltung auf unserer Website an.

Ihre Anzeige im Konradsblatt erreicht durchschnittlich 140 000 Leser wöchentlich (IVW-geprüft).

Insgesamt erreichen Sie mit der Kombi rund 170 000 Kontakte, Woche für Woche.

Unsere sehr günstigen Konditionen für eine Schaltung im Web:

Wochen	Euro TKP o/oo Visits	Kosten je Woche	Kosten Gesamt netto
1	2,15	65,00	65,00
2	2,15	65,00	130,00
3	2,15	65,00	195,00
4	2,15	65,00	260,00

(Die Preise verstehen sich netto, zzgl. MwSt.)

Beispiele:	Euro TKP o/oo Visits	Kosten je Woche	Gesamt netto
Schaltung für			
5 Wochen	1,85	55,00	275,00
9 Wochen	1,65	50,00	450,00
14 Wochen	1,50	45,00	630,00
27 Wochen	1,20	36,00	972,00

Ab der 5. Woche gewähren wir damit folgende Rabatte:

Malstaffel	Rabatt
Wochen	
5–8	14 %
9–13	23 %
14–26	30 %
27–50	45 %

1 000 Besucher
erreichen Sie für nur
2,15 Euro wöchentlich!
Ab der 5. Woche für
nur 1,85 Euro.

Verlinkung zur
eigenen Homepage
natürlich kosten-
los!

Auf der Website
erscheint Ihre Anzeige
in einer gewünschten
Rubrik!

Die Abwicklung ist ganz einfach:

Die uns vorliegende Anzeige für die gedruckte Ausgabe wird gleichzeitig als Vorlage für den Web-Auftritt verwendet. Sie nennen uns lediglich den Zeitraum des von Ihnen gewünschten Web-Auftritts.

Ihr Ansprechpartner:

Siegfried Fernschild
Annette Mail

Telefon: 07 21/95 45-230 • Fax: -9230 •
Telefon: 07 21/95 45-240 • Fax: -9240 •

E-Mail: fernschild@badeniaverlag.de
E-Mail: mail@badeniaverlag.de

Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstiger Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht 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. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. 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.
7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt nach pflichtgemäßem Ermessen des Verlages gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an.
Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Nachfrist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Rücktrittsrecht.
Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadenersatzansprüche 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.
Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit 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.
11. 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.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, 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 Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von drei Prozent über dem jeweils gültigen Basiszinssatz der Deutschen Bundesbank 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 offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages 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.
16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckvorlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn sie
- bei einer Auflage bis zu 50 000 Exemplaren 20 v. H.
 - bei einer Auflage bis zu 100 000 Exemplaren 15 v. H.
 - bei einer Auflage bis zu 500 000 Exemplaren 10 v. H.
 - bei einer Auflage über 500 000 Exemplaren 5 v. H.
- beträgt.
- 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.
18. Bei Zifferanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Zifferanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Zifferanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferdienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.
19. Vorlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
20. Erfüllungsort ist Karlsruhe. Gerichtsstand ist, soweit das Gesetz zwingend nichts anderes vorsieht, Karlsruhe. Für den Fall, dass der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt ist, sowie für den Fall, dass der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

- a) Es werden nur Anzeigen und Beilagen veröffentlicht, die nach Form und Inhalt in den Rahmen der konfessionellen Presse passen.
- b) Bei Änderung der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen auch bei laufenden Aufträgen sofort in Kraft, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist.
- c) Die Werbemittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- d) Bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen oder Änderungen übernimmt der Verlag keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe.
- e) Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungtreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei fehlerhaften Wiederholungsanzeigen, wenn der Werbungtreibende nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist.
- f) Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dgl. – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, deren sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80 Prozent der normalerweise gedruckten Auflage erfüllt sind. Geringere Leistungen sind, bezogen auf diese Auflage, nach dem Tausenderpreis zu bezahlen.

Beilagen-Teilbelegungsplan

Teilbelegungsraum	Tour-Nr.	Leitraum	belegbare Auflage Stand: 10/09
Müllheim, Schopfheim	5000	794–79837	1950
Freiburg, Emmendingen	1000	7812–78199 79098–79361 79834–79879	2800
Achern, Kehl, Lahr, Offenburg, Baden-Baden	4000 + 7000	79, 77, 79	4800
Mannheim	3000	68	900
Heidelberg, Mosbach	0000	68, 69, 74	5200
Konstanz	8100	78224–78479	700
Karlsruhe, Bruchsal	2000 + 9000	76	3250
Pforzheim	6000	74, 75, 76	1200
Streifband, Postvertrieb			6100
Gesamt Teilbelegung			26 900

Gesamtes Gebiet	per GLS	68000–79879 88045–88719	32 550
------------------------	----------------	----------------------------	---------------

Gesamtbelegung			59 450
-----------------------	--	--	---------------

Beilagen-Teilbelegung (mind. 5000 Expl.) innerhalb der Regionen Nord-, Mittel-, Südbaden möglich.

Beilagen und Beihefter: (5 mm Beschnitt) Format: bis 205x275 mm / Beihefter: 225x295 mm
 Preis für je 1000 Beilagen bis 25 g € 57,-
 bis 50 g € 68,-
 Teilbelegung: mind. 5000 Ex. (Beihefter: 25 000 Ex.)

Beilagen-Anlieferung: Buch + Presse Vertrieb, Aschmattstraße 8, 76532 Baden-Baden

Beihefter-Anlieferung: Bechtle Druck & Service, Zeppelinstraße 116, 73730 Esslingen

Jeweils aktuelle Auflagen bitte erfragen unter: Telefon 07 21/95 45-2 40

Ansprechpartner:

Annette Mall/Siegfried Fernschild

Badenia Verlag und Druckerei GmbH

Rudolf-Freytag-Straße 6, 76189 Karlsruhe

Telefon 07 21/95 45-2 40 • Telefax 07 21/95 45-92 40 oder 95 45-125

E-Mail: anzeigen@konradsblatt.de/mall@konradsblatt.de