

heiss+kalt

Das Magazin für Wellness und Sauna

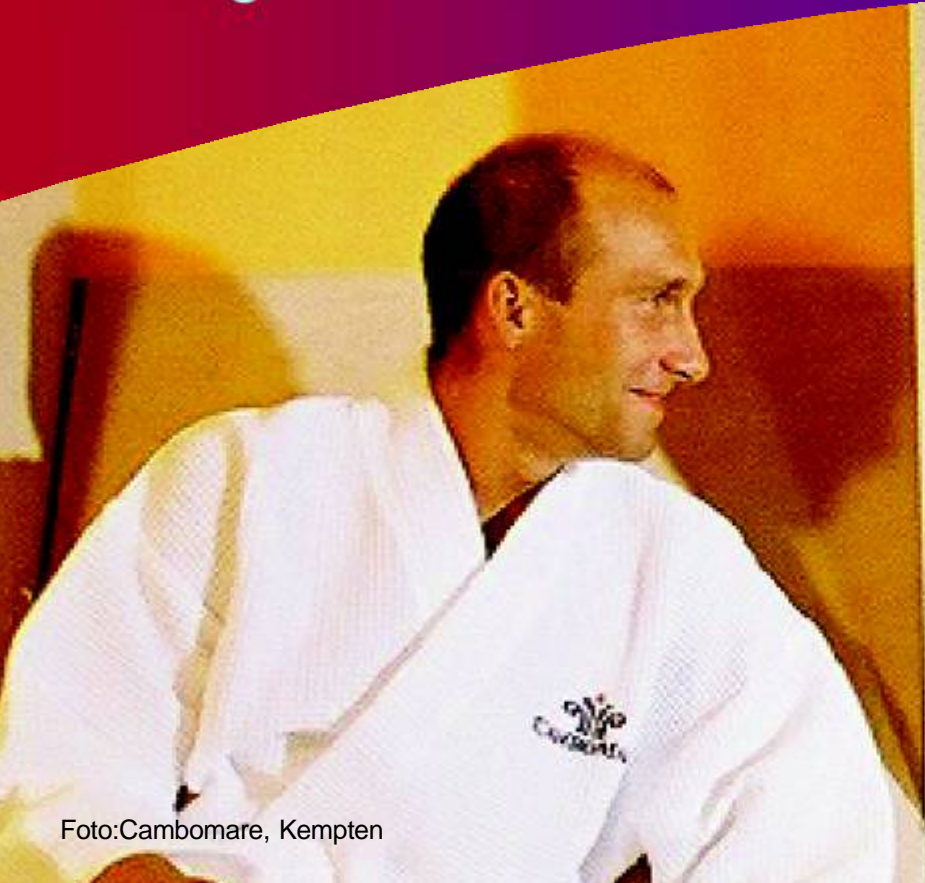


Foto: Cambomare, Kempten



Mediadaten 2008

1. Leserschaft / Zielgruppe ++
2. Redaktionelles Konzept ++
3. Vorteile für Werbekunden
4. Verlag ++
5. Allgem. & Techn. Daten ++
6. Anzeigenpreise ++
7. Formate ++
8. AGB's

1. Leserschaft / Zielgruppe: "heiss+kalt"

Wen erreicht "heiss+kalt"?

"heiss+kalt" spricht nicht nur den bereits schon wellness-orientierten Kunden an, sondern verspricht darüber hinaus eine wichtige, erste Kontaktaufnahme mit dem immer bedeutsam werdenden Thema "Wellness" und damit verbunden Ihrer Wellness-Werbung. Da es sich um ein Service-Wellness-Magazin handelt, das den Gästen kostenfrei in Ruheräumen der Auslagestellen zur Verfügung steht, wird "heiss+kalt" besonders gerne und häufig genutzt. Somit ergibt sich bei einer Besucherzahl von über 1,8 Mio. Wellness-Besuchern vierteljährlich in über 220 Wellness-Anlagen eine enorm hohe Reichweite. Durch die günstigen Umstände der mehrfachen Nutzung (ca. vier Leser pro Ausgabe) als auch die zentrierte Streuung in den Bädern werden mit einer Auflage

von 40.000 Exemplaren weitaus mehr Leser/Konsumenten generiert als bei Medien mit vergleichbarer Auflage.

Beschreibung:

Die Ergebnisse der letzten Zielgruppen-Analysen zeigen, dass „heiss+kalt“ 60% weibliche Leser sowie beachtliche 40% männliche Leser aufweist. Die Kernzielgruppe der Leserschaft ist 40 bis 60 Jahre alt. 20% sind jünger als 40, weitere 10% älter als 60 Jahre. Mehr als die Hälfte der Leser lebt in eigenen vier Wänden.

Strategie 2008: Fundiertes Wellness-Wissen und Interaktion

Im Jahr 2008 schärft das Magazin "heiss+kalt" sein Profil als hochwertiges kostenfreies Wellness-Magazin. Wellness ist nicht nur ein zeitgeistiges Konsumprodukt. Mit Substanz und Verstand wird ein wellnesorientierter Lebensstil in all seinen Facetten gezeigt: diese sind Bewegung, Essen, Trinken, gesundes Wohnen

und Arbeiten, Kosmetik, Wellness, Kur und Reisen.

Aktuelle Wellnesstrends für 2008 werden thematisiert. Wieder werden historische und politische Sinnzusammenhänge hergestellt, Reportagen und Porträts lassen die Themen lebendig werden.

Die interaktiven Aktionen des Jahres 2007 waren ein voller Erfolg und werden im Jahr 2008 fortgesetzt:: Die Entdeckungsreise WellnessBad behandelt Bad-Angebote für den "modernen Typus" und die Umsetzung (barrierefreie Bäder, Wellensarchitektur) zu Hause.

Im Rahmen der WellnessKur-Rallye werden Angebote zu gesundheitlichen Problemfeldern im Rahmen von Medical Wellness, Prävention und Kur dargestellt. Die WellnessWette "Trinken für alle Sinne" findet 2008 ihre Ergänzung in den Themen Gesund Trinken - Tees, Fruchtsäfte, Kaffee und Wellness-Drinks werden vorgestellt.

2. Themenplan 2008

Ausgabe 01/2008

Schwerpunkt:

Wellnesstrends heute

Wellness in der Natur: Wandern
TCM Traditionell chinesische Medizin -
was ist das?

Erscheinungsdatum: 15.03.2008

Serie: WellnessKur-Rallye
Angebote zu Burn-Out-Prävention und
Entspannung
Entdeckungsreise WellnessBad: der
moderne Typ - Wellness im Garten

Ausgabe 02/2008

Schwerpunkt:

Wellnessfaktor Mann

Auch harte Kerle mögen zarte Haut
Was tun gegen Allergien?

Erscheinungsdatum: 15.06.2008

Serie: WellnessKur-Rallye:
Angebote zu Atemwege, Allergien,
Hautkrankheiten
Entdeckungsreise WellnessBad: wie
die Bad-Ideen zu Hause umsetzen?

Ausgabe 03/2008

Schwerpunkt:

Essen, Trinken, Wohlfühlen -

Wellnessdrinks, Tees, Milch, Kaffee

Aqua-Fitness hält fit!

Erscheinungsdatum: 15.09.2008

Serie: WellnessKur-Rallye
Angebote zu Rücken- und
Gelenkproblematik, Bewegungsmangel
Entdeckungsreise WellnessBad:
Barrierefreie Bäder

Ausgabe 04/2008

Schwerpunkt:

Gesund wohnen und arbeiten

Erscheinungsdatum: 15.12.2008

Serie: WellnessKur-Rallye
Ratgeber Prävention

3. Vorteile für Werbekunden-

- Viel Zeit zum intensiven Lesen
- Die Möglichkeit, sich aktiv mit den
Inhalten auseinanderzusetzen und sich
auszutauschen
- Zahlreiche Mehrfachleser durch die
Auslage in Gastro- und Ruhebereichen
- Nachhaltige Werbewirkung durch die
Assoziation mit einem positiven Freizeit
erlebnis
- Anspruchsvolles redaktionelles Umfeld
- Attraktives Freizeitumfeld für Anzeigen
kunden
- Verteilung in hochwertigen Bäder-
anlagen
- Garantiert verteilte Auflage

Innerhalb der erlebnisorientierten Atmos-
phäre der Wellness-Anlagen und Bäder
wirkt Werbung nachhaltiger und intensiver.
Erreichen Sie die Aufmerksamkeit Ihrer
Zielgruppe genau dort, wo die Menschen
fern des Alltags Zeit für sich und Ihre Wer-
bebotschaften haben.

^ 2. Themenplan 2008
^ 3. Vorteile für Werbekunden

4. Verlag und Ansprechpartner

Verlag und Verlagsleitung

Martina Frenzel
wellness&media
Achterstraße 32
50678 Köln
Telefon: 02 21 / 93 11 283
Telefax: 02 21 / 93 11 802
E-Mail: m.frenzel@saunasauna.de

Steuernummer
214 / 5062 / 2706 beim Finanzamt Köln
USt-IdNr. DE 111 903 708

Bankverbindungen
P. M. Frenzel
Deutsche Bank München
Konto-Nr. 75 24 937
BLZ 700 700 24

5. Allgemeine und technische Daten

heiss+kalt -
Das Magazin für Wellness und Sauna

Auflage: 40.000
Erscheinungsweise: viermal pro Jahr
März, Juni, September, Dezember
Seitenumfang: 36 Seiten je Ausgabe
Verbreitungsgebiet: bundesweit in 220
Bädern und Thermen. Die Liste der Ausla-
gestellen kann beim Verlag angefordert
werden.

Farbe: 4c
Heftformat: A4-Format,
Höhe 297 mm, Breite 210 mm
Druckverfahren: Rollenoffset
Copy-Preis: kostenfrei, Schutzgebühr
Druckunterlagen: Druckunterlagen können
als druckoptimierte pdf- oder eps-
Dateien angeliefert werden

Anlieferungsadresse:
Datentransfer per E-Mail:
m.frenzel@saunasauna.de

Hinweise: Um eine einwandfreie Qualität
der Anzeigen zu garantieren, ist es erfor-
derlich, dass für jede Anzeige ein farbver-
bindliches Iris-Proof im Eurostandard
geliefert wird. Ohne dieses farbverbindli-
che Proof oder bei unkorrekter Übermitt-
lung der Daten übernehmen wir keine
Garantie für die Qualität der Anzeige.
Bitte senden Sie diesen als Ausdruck an
die Adresse der Redaktion.

6. Anzeigenpreise 2008

Format	4c
1/1	2.616,00
2/3 q/h	2.096,00
1/2 q/h	1.835,00
1/3 q/h	1.573,00
1/4 q/h	1.442,00
1/8	1.251,00
<i>alle Preise netto zzgl. MwSt.</i>	

Die Umschlagseite U4 kann nur mit einer 1/1 4c-Anzeige belegt werden. Der Preis beträgt 3.250 Euro.

Wichtig: Bei Anschnittformaten zzgl. 3 mm Beschnitt an jeder Seite. Zusatzfarben lt. Farbskala sind Cyan, Gelb, Magenta. Ein Verzicht auf die Farbe Schwarz reduziert nicht die Anzahl der zu berechnenden Farben. Pantonetöne bzw. Sonderfarben müssen in 4c umgewandelt werden oder werden jeweils mit einem weiteren Farbzuschlag berechnet.

Sonderformate sowie Beilagen / Beihefter / Beikleber sind auf Anfrage möglich.

Agenturermäßigung:

Für Agenturen und Werbemittler sind die Anzeigenpreise AE-abzugsfähig.

Malstaffel / Rabatte

ab 2 Anzeigen 5 %

ab 4 Anzeigen 10 %

Kombinationsrabatt

Anzeigenkombinationen in "heiss+kalt", "heiss+kalt professional" und dem Online-Portal "SaunaSauna.de" sind möglich. Preise auf Anfrage.

Die Auftragserteilung bedarf der Schriftform.

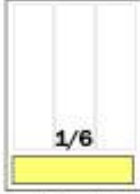
Mehrwertsteuer:

Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Storno / Rücktritt:

Nach Auftragserteilung fallen für Storno oder Rücktritt Gebühren in Höhe von 50 Prozent des Auftragswertes an und alle bis dahin entstandenen externen Kosten. Beauftragt der Verlag z. B. für die Anzeigengestaltung Dritte mit Fremdleistungen, so werden diese Kosten mit Auftragserteilung fällig. Preise gültig ab 01.01.2007. Diese Mediadata stellen kein vertragliches Angebot dar. Irrtümer und Druckfehler vorbehalten.

> 7. Formate

 2/1 im Anschnitt: 420 x 297*	 2/1 im Satzspiegel: 395 x 276	 1/1 210 x 297*	 1/1 185 x 276						
 2/3 134 x 297*	 2/3 121,5 x 276	 1/3 70,5 x 297*	 1/3 58,5 x 276	 1/6 58,5 x 136					
 2/3 210 x 190*	 2/3 185 x 183	 1/2 210 x 149*	 1/2 185 x 136	 1/3 210 x 100*	 1/3 185 x 90				
 1/4 210 x 76*	 1/4 185 x 66	 1/6 210 x 52*	 1/6 185 x 43	 1/8 210 x 40*	 1/8 185 x 31				

* bei Anschnittformaten zzgl. 3 mm Beschnitt (sind in den Formatangaben noch nicht mit eingerechnet)

8. Geschäftsbedingungen

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften

1. Anzeigenauftrag im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung zum Zwecke der Verbreitung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden in einer Druckschrift.

2. Anzeigenaufträge sind im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln. 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 befugt, innerhalb der in Nummer 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 Rückerstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht oder wenn der Auftraggeber im Falle von Preiserhöhungen, statt ein ihm vorbehaltenes oder später eingeräumtes Rücktrittsrecht auszuüben, den Vertrag zu den neuen Preislisten bis zur Erreichung des ursprünglich vereinbarten Auftragswertes fortsetzt.

5. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift wird keine Gewähr geleistet, es sei denn, dass der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrages ausdrücklich davon abhängig gemacht hat.

6. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort "Anzeige" kenntlich gemacht.

7. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen- und Beilagenaufträge - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen Grundsätzen des Verlages abzulehnen. Dies gilt auch für Aufträge, die an den Schaltern der Geschäftsstellen, bei Annahmestellen oder bei 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.

8. 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 drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe der Anzeige.

9. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine Ersatzanzeige, aber nur in dem

Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Weitergehende Haftungen für den Verlag sind ausgeschlossen. Reklamationen müssen innerhalb vier Wochen nach Eingang von Rechnungen und Belegen geltend gemacht werden. Für Fehler bei telefonischen Übermittlungen jeder Art übernimmt der Verlag keine Haftung.

10. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht fristgemäß zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.

11. Sind keine besonderen Größenvorschriften angegeben, so wird die tatsächliche Abdruckhöhe der Preisberechnung zugrunde gelegt.

12. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu zahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine kürzere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.

13. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von mindestens 3 Prozent über dem jeweiligen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank sowie die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückgestellt und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangt. Bei Konkursen und Zwangsvergleichen entfällt jeglicher Nachlass. Bei Vorliegen eines wichtigen Grundes 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

terer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen, ohne dass hieraus dem Auftraggeber irgendwelche Ansprüche gegen den Verlag erwachsen.

14. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Beleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Aufnahmebescheinigung des Verlages.

15. Kosten für erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen und für Lieferung bestellter Druckstöcke, Matern und Zeichnungen hat der Auftraggeber zu bezahlen.

16. Aus einer Auflagenminderung kann nur dann ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise zugesicherte durchschnittliche Auflage oder, wenn eine Auflage nicht zugesichert ist, die durchschnittliche verkaufte Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird, und zwar bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren um 10 v. H., über 500.000 um 5 v. H. Darüber hinaus sind etwaige Preisminderungs- und Schadenersatzansprüche 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 kann.

17. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. 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. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

18. Erfüllungsort und Gerichtsstand für beide Teile ist, soweit das Gesetz zwingend nichts anderes vorsieht, der Sitz des Verlages.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

a) Die Werbungsmittler 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.

b) Die allgemeinen und zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages und die jeweils gültige Preisliste sind für jeden Auftragsmaßgebend. Der erteilte Auftragsauftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.

c) Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge.

d) Wenn für konzernangehörige Firmen die gemeinsame Rabattierung beansprucht wird,

ist die schriftliche Bestätigung einer mindestens 75prozentigen Kapitalbeteiligung der Muttergesellschaft erforderlich.

e) Im Falle höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung des Verlages auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz. Insbesondere wird auch kein Schadenersatz für nicht veröffentlichte oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen geleistet.

f) Bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt (z. B. Streik, Beschlagnahme u. dgl.) hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80 Prozent der garantierten Auflage erfüllt sind. Geringere Leistungen sind nach dem Tausender-Seitenpreis gemäß der im Tarif garantierten Auflage zu bezahlen.

g) Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.

h) Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet 3 Monate nach Erscheinen der jeweiligen Anzeige, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist.

i) Die Übersendung von mehr als zwei Farbvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus. Der Verlag muss sich die Berechnung entstehender Mehrkostenvorbehalten.