

MADAME[®]



DAS TITELPROFIL

MADAME ist im Premiumsegment der Frauenzeitschriften als Leadmagazin für die souveräne Meinungsbildnerin positioniert.

Dieser Anspruch wird durch ein vielfältiges Themenspektrum erfüllt. Neben den gängigen Schwerpunkten Mode und Beauty/Wellness werden Kunst & Kultur, Reisen sowie Design & Living journalistisch substantiell und ästhetisch einzigartig präsentiert. Hintergrundanalysen zu Zeitgeistströmungen und Lifestyle runden das Konzept ab.

Bei **MADAME** kommen kluge und kreative Köpfe zu Wort. **MADAME** geht den Dingen auf den Grund, bietet neue Perspektiven, Denk- und Stil-Inspiration.

DIE LESERIN

MADAME-Leserinnen sind souveräne, kluge, elegante Frauen mit Altersschwerpunkt Anfang 30 bis Ende 50.

Sie wirken meinungsbildend und stilprägend, überzeugen durch ihren achtsamen Umgang mit ihrer Umwelt und sich selbst.

Beruflich und finanziell etabliert verfügen sie über eine sehr hohe Kaufkraft, sind dabei ausgabefreudig und markenbewusst.

Ihr besonders hoher Qualitätsanspruch – auch bei den Dingen des täglichen Bedarfs – sowie darauf basierend ihre ausgeprägte Präferenz für Luxusmarken bestimmen ihr Konsumverhalten.

Titelporträt.....	2	Ad-Specials: Beikleber/Warenproben, Beilagen.....	12
Verlagsangaben.....	4	Technische Richtlinien, Handling.....	13–14
Grundpreise und Rabatte.....	5	Fax-Vorlage für	
Anzeigenformate und -preise.....	6	Bereitstellung der Daten auf dem FTP-Server.....	15–16
Vorzugsplätze.....	7	Themenpläne.....	17–20
Anzeigenformate.....	8–9	Leserschaftsprofil.....	21
Termine.....	10	Vorschaltseiten.....	22
Ad-Specials: Beihefter.....	11	Geschäftsbedingungen.....	23–24
		Ansprechpartner/Verlagsvertretungen.....	25

Verlagsangaben

Verlag:	Madame Verlag GmbH	Erscheinungsweise:	monatlich
Postanschrift:	Anzeigenabteilung MADAME Postfach 20 14 41, 80014 München	Auflage:	Die Auflagen unterliegen Schwankungen. Druckauflage: 142 129 Verbreitung: 105 759 Verkauf: 102 489 IVW, IV. Quartal 2009
Besucher:	Sandstraße 33, 80335 München	PZ-Nummer:	567617
Telefon:	089-551 35-0 Durchwahl Anzeigenabteilung: Anzeigenleitung: 089-551 35-120 Anzeigenverkaufsleitung: 089-551 35-102 Verkauf: 089-551 35-121 Disposition: 089-551 35-116/119	Zahlungsbedingungen:	Zahlung innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum rein netto. Bei Zahlungseingang innerhalb 14 Tagen nach Rechnungsdatum 2 % Skonto, sofern ältere Rechnungen nicht überfällig sind. Verzugszinsen lt. Ziffer 13 der Allgem. Geschäftsbedingungen: 4,5 % über dem jeweils gültigen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank.
Telefax:	089-551 35-110		
E-Mail:	siehe Rückseite/Ansprechpartner		
Internet:	www.madame.de		
Internet-Shop:	www.madame.de/shop		Unsere Konzernvorschriften bei Neukunden: Erstellung einer Vorausrechnung bei der ersten Buchung, zahlbar bis zum Datenanlieferungstermin.
Bankverbindung:	Sparkasse Lörrach-Rheinfelden BLZ 68350048, Kto-Nr. 1076280 Für Auslandsüberweisungen: Sparkasse Lörrach-Rheinfelden IBAN: DE71 6835 0048 0001 0762 80 BIC: SOLADES1LOE UST.-ID-Nummer: DE 266243607		



Informationsgemeinschaft zur Feststellung
der Verbreitung von Werbeträgern e.V.

Grundpreise und Rabatte

Grundpreise:	4c-Anzeigen	1/1 Seite	€ 17 650,-
	s/w-Anzeigen	1/1 Seite	€ 16 300,-
<hr/>			
Formate:	Heftformat	213 x 273 mm	
	Satzspiegel	190 x 253 mm	
<hr/>			
Nachlässe:	bei Abnahme innerhalb eines Jahres		
<hr/>			
Malstaffel*:	bei 3-maligem Erscheinen	5 %	
	bei 6-maligem Erscheinen	10 %	
	bei 9-maligem Erscheinen	15 %	
	bei 12-maligem Erscheinen	18 %	
<hr/>			
Mengenstaffel:	1 Seite	3 %	12 Seiten 18 %
	3 Seiten	5 %	15 Seiten 20 %
	6 Seiten	10 %	18 Seiten 21 %
	9 Seiten	15 %	21 Seiten 22 %
<hr/>			
Sonderrabatte:	Nachlass 25 % (ohne zusätzliche Nachlässe aus Mal- und Mengenstaffel) für Anzeigen des Einzelhandels – ausgenommen solche Betriebe, die über mehr als eine Verkaufsstelle verfügen – und Anzeigen von Hotels, Restaurants und Fremdenverkehrsverbänden.		
<hr/>			

Rücktrittsrecht: der jeweilige Anzeigenschlusstermin

Sonderinsertionsmöglichkeiten: wie Beilagen, Beihefter, Tip-on-Card
siehe Seiten 11 und 12

auf Anfrage:
aufklappbare Seiten (Gatefolder), Promotions, Duftlackanzeigen, Adpack, Sonderfarben und Metallfarben

Weitere Informationen und unsere aktuelle Online-Preisliste können Sie im Internet unter www.madame.de abrufen. Gerne können Sie uns auch unter der Telefonnummer 089-551 35-102 erreichen.

* nur für seitenteilige Formate

Größe	Formate im Satzspiegel		Angeschnittene Formate**		Preise €	
	Breite mm	Höhe mm	Breite mm	Höhe mm	4c, 3c und 2c laut Skala €	s/w €
1/1	190	253	213	273	17 650,-	16 300,-
1/2 hoch	92	253	102	273	10 590,-	9 770,-
1/2 quer	190	123	213	133		
1/3 hoch	60	253	70	273	7 650,-	7 030,-
1/3 quer*	190	80	213	90		
1/8 2-spaltig*	92	58			3 090,-	2 800,-
1/8 hoch*	44	123				
1/8 quer*	190	26	213	36		
2/1	406	253	426	273	35 300,-	32 600,-

Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen.
Sonderfarben auf Anfrage.

*) Diese Anzeigenformate können nur bei den Info-Adressen bzw. im Kleinanzeigenteil platziert werden.

**) Beschnittzugabe an den Seiten bzw. im Bund je 3 mm. Wichtige Bild- und Textelemente sollten 3 mm vom Beschnitt entfernt stehen. Bei Doppelseiten wird eine Motivdoppelung von 6 mm im Nettoformat (3 mm je Seite) benötigt.

Vorzugsplätze

2. Umschlagseite und Seite 3	€ 41 600,-
3. Umschlagseite	€ 19 210,-
4. Umschlagseite	€ 25 550,-
Anzeigen gegenüber Inhalt I und II, Impressum, Leitartikel, Auftaktseite Mode, Auftaktseite Beauty	€ 19 850,-
1/3-seitige Anzeigen neben Inhalt	€ 9 700,-
1/3-seitige Anzeigen neben Impressum oder bis Seite 33 platziert	€ 8 970,-
Platzierungszuschlag für 1/1 Seite bis Seite 33*	10 %
Platzierungszuschlag für 2/1 Seite bis Seite 33*	5 %

* außer Anzeigen gegenüber Inhalt I und II, Impressum und Leitartikel

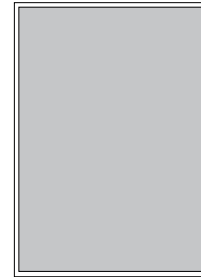
Die Vergabe von 2. und 4. Umschlagseite erfolgt nur in Verbindung mit der Belegung von mindestens 6 weiteren Anzeigenseiten im Zeitraum von 12 Monaten. Der Verlag behält sich vor, die Reservierung von 2. Umschlagseite und Seite 3 bis 3 Wochen vor Anzeigenschluss zurückzunehmen, falls eine Cover-Gatefolder-Buchung vorliegt. Die 2. Umschlagseite wird nur als Doppelseite zusammen mit Seite 3 verkauft. Anzeigenschluss und Rücktrittstermin für Umschlagseiten ist 3 Wochen und für alle übrigen Vorzugsplätze 1 Woche vor den regulären Anzeigenschlussterminen auf Seite 10.



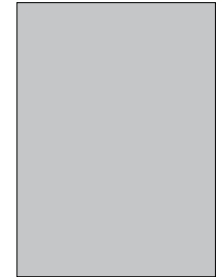
2/1 Seite Bunddurchdruck
im Satzspiegel
406 x 253 mm



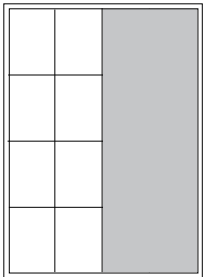
2/1 Seite Bunddurchdruck
angeschnitten
426 x 273 mm



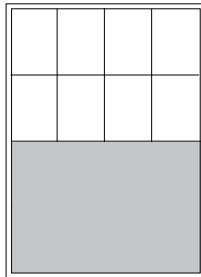
1/1 Seite
im Satzspiegel
190 x 253 mm



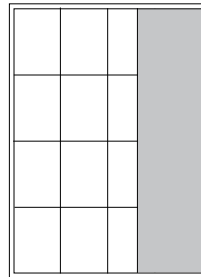
1/1 Seite
angeschnitten
213 x 273 mm



1/2 Seite hoch
im Satzspiegel
92 x 253 mm



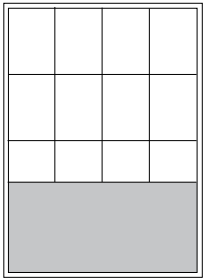
1/2 Seite quer
im Satzspiegel
190 x 123 mm



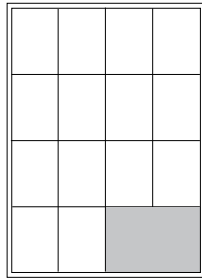
1/3 Seite hoch
im Satzspiegel
60 x 253 mm

Bei angeschnittenen Anzeigen: Beschnittzugabe an den Seiten bzw. am Bund je 3 mm. Wichtige Bild- und Textelemente sollten 3 mm vom Beschnitt entfernt stehen.
Bei Doppelseiten wird eine Motivdoppelung von 6 mm im Nettoformat (3 mm je Seite) benötigt.

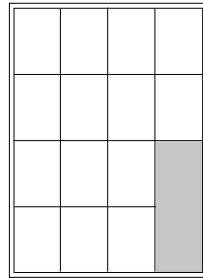
Folgende Anzeigenformate können nur im Info-Adressen-Teil bzw. im Kleinanzeigenteil platziert werden:



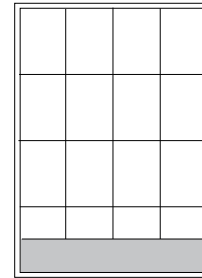
1/3 Seite quer
190 x 80 mm



1/8 Seite 2-spaltig
92 x 58 mm



1/8 Seite hoch
44 x 123 mm



1/8 Seite quer
190 x 26 mm

Heft Nr.	Erstverkaufstag	Anzeigenschluss s/w/4c* Rücktrittstermine	Digitale Datenanlieferung**
1 Januar 2010	09.12.2009	02.11.2009	06.11.2009
2 Februar	13.01.2010	07.12.2009	11.12.2009
3 März	17.02.2010	11.01.2010	15.01.2010
4 April	17.03.2010	08.02.2010	12.02.2010
5 Mai	21.04.2010	15.03.2010	19.03.2010
6 Juni	19.05.2010	12.04.2010	16.04.2010
7 Juli	16.06.2010	10.05.2010	14.05.2010
8 August	21.07.2010	14.06.2010	18.06.2010
9 September	18.08.2010	12.07.2010	16.07.2010
10 Oktober	15.09.2010	09.08.2010	13.08.2010
11 November	20.10.2010	13.09.2010	17.09.2010
12 Dezember	17.11.2010	11.10.2010	15.10.2010
1 Januar 2011	15.12.2010	08.11.2010	12.11.2010

*) Bitte beachten Sie hierzu auch unsere Geschäftsbedingungen Punkt 18 f.

**) Bei Anlieferung nach dem offiziellen Termin kann der Verlag nicht die volle Qualitätsgarantie übernehmen.

Anzeigenschluss- und Rücktrittstermine für alle Ad-Specials: siehe Termine

Ad-Specials sind nicht rabattfähig!

Beihefter

Beiheftungskosten:	Umfang	Preis pro Tausend
	2 Seiten	€ 115,-
	4 Seiten	€ 145,-
	6 Seiten	€ 170,-
	8 Seiten	€ 200,-
	12 Seiten	€ 230,-

Umfangreichere Beihefter auf Anfrage. Beihefter mit zusätzlichen Produkten sind technisch zu verarbeiten. Technische Mehrkosten nach Prüfung. Redaktionell gestaltete Beihefter müssen deutlich sichtbar auf jeder Seite mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet werden.

Beihefterformat: Formatgleich mit MADAME, je nach Beschnitt 213 mm breit, 273 mm hoch. Im Bund je Blatt 3 mm Fräsrand; ist gleich je Doppelseite 6 mm. Kopfbeschnitt 5 mm, Außenbeschnitt 4 mm, Fußbeschnitt mind. 5 mm, max. 20 mm; Kreuzbruch bei 8 Seiten Kopf und Bund bündig (jeweils inkl. Beschnitt)

Maximalbreite: 220 mm
 Maximalhöhe: 283 mm
 (jeweils inkl. Beschnitt)
 Mindestbreite: 95 mm
 Mindesthöhe: 140 mm

Papiergewicht: Mindestgewicht: 70 g/qm, bei 2 Seiten 100 g/qm
 Maximumgewicht: 2–8 Seiten 200 g/qm ab 12 Seiten auf Anfrage

Mindestbelegung: Gesamtauflage

Wenn Sie weitere innovative Ad-Specials suchen oder planen, nehmen Sie bitte Kontakt mit uns auf.

Ad-Specials sind nicht rabattfähig!

Beikleber/Warenproben

	auf Trägeranzeige 1/1 Seite	
Beiklebekosten:	aufgeklebtes Produkt	Preis pro Tausend
	Postkarte	€ 58,-
	bis 25 g Einzelgewicht:	
	Briefumschläge/	
	Prospektbeikleber	€ 85,-
	Warenproben	€ 90,-
	zuzüglich Postgebühren für die Abo-Auflage	
Beikleberformat:	maschinelles Beikleben:	
	Mindestformat: 60 mm x 75 mm	
	Kann als Hoch- und Querformat geklebt werden	
	Maximalformat: 193 mm x 213 mm	
	Stand: mind. 30 mm vom oberen u. unteren	
	Heftrand entfernt. Mind. 20 mm (+ 3 mm Fräs-	
	raum) und max. 50 mm vom Bund entfernt.	
	Standtoleranz beim Klebevorgang bis zu 5 mm.	
	Die Klebespur verläuft immer parallel zum	
	Bund.	

Mindestbelegung: Druckauflage Inland

Warenproben dürfen max. 25 g wiegen. Die obere Kante der Warenprobe muss geschlossen sein. Mindestformat: 60 mm x 75 mm, Maximalformat: 153 mm x 213 mm.

Anlieferung von fünf verbindlichen Mustern bis spätestens 6 Wochen vor EVT im Verlag zur Prüfung der Verarbeitungsmöglichkeit. Die Auftragsannahme ist erst nach dieser Prüfung möglich.

Beilagen

Beilegekosten:	Gewicht	Preis pro Tausend
	bis 25 g Einzelgewicht	€ 125,-
	bis 50 g Einzelgewicht	€ 160,-
	bei Einzelblättern 120 g/qm Flächengewicht, bei Formaten kleiner als DIN A4 mindestens 170 g/qm Flächengewicht zuzüglich Postgebühren für die Abo-Auflage	
Beilagenformat:	maximales Format	203 x 263 mm
	minimales Format	105 x 148 mm
Mindestbelegung:	30 000 Exemplare, Teilbelegungszuschlag 30 %	
Beilagen-Split:	Belegung von Nielsegebieten mit unterschiedlichen Beilagen nur auf Anfrage.	

Anlieferung für alle Ad-Specials

Liefertermin:	3 Wochen vor Erstverkaufstag.
	Warenannahme bis 14.00 Uhr. Alle Ad-Specials mit komplett ausgefülltem Lieferschein (Kunde, Menge, Titel, Ausgaben-Nr.) anliefern
Anlieferadresse:	NEEF + STUMME premium printing GmbH & Co. KG z. Hd. Katrin Albone, Warenannahme, Werk 2 Schillerstrasse 2, 29378 Wittingen
Ansprechpartner/ Druckerei:	Katrin Albone Tel. 05831-23121, Fax 05831-2332121 E-Mail k.albone@neef-stumme.de

Technische Richtlinien/Handling

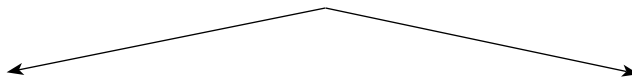
Datenanlieferung:	Hinweis: Ordner für Dateien anlegen
PDF-Dateien:	Die Datenanlieferung erfolgt im <u>PDF-Format 1.3</u> (oder höher), alle Schriften eingebettet (gemäß unseren „Einstellungen zur PDF-Erstellung“ s. S. 13).
Offene Dateien:	InDesign ab CS2, QuarkXPress ab 4.01, Macromedia Freehand ab 7.0, Adobe Photoshop ab 5.5
Bilddateien:	Photoshop (Mac und PC) Farbbilder: EPS bzw. TIFF im CMYK-Modus, 300 lpi bzw. 120 L/cm s/w-Bilder: EPS bzw. TIFF im Graustufen-Modus, 300 lpi bzw. 120 L/cm Strich: TIFF im Bitmap-Modus, 1200 lpi bzw. 360 L/cm
Schriften:	Bitte immer die kompletten Schriften mit anliefern oder bei Bedarf in Zeichenwege konvertieren. Es sind ausschließlich PostScript-Schriftfonts bzw. OpenType-Fonts zu verwenden. Dies gilt auch für eventuelle Illustrationen im EPS-Format.
Hinweis:	Bei der Anlieferung anderer Datenformate sowie fehlerhafter oder unvollständiger Dateien entsteht ein Mehraufwand durch zusätzliches Datenhandling und ein weiteres Kontrollproof. Eventuell anfallende Mehrkosten müssten wir Ihnen weiterberechnen.

Datenträger:	CD-ROM, DVD-ROM Mac-/PC-formatiert	Der Datenträger muss mit dem zu belegenden Titel, mit Ausgaben-Nummer, Anzeigenamen gekennzeichnet sein und darüber hinaus begleitende Angaben über Ansprechpartner (Name, Telefon, Telefax, E-Mail) und Inhalt des Datenträgers enthalten. Versand an den Verlag.
FTP-Server:	Bei Bereitstellung auf dem FTP-Server bitte <u>unbedingt</u> vorab unsere Faxvorlage (s. Seite 15–16) komplett ausgefüllt mit Ausdruck der Anzeige an doreen.kottler@madame.de und an: madame@mxm.de (Günter Mraz oder Marion Moeller, MXM) oder per Fax an: 089-55135-110 (Anzeigenabteilung MADAME) und an: 089-693 64 68-39 (Günter Mraz, MXM)	Bereitstellungen <u>ohne</u> schriftliche Ankündigung können <u>nicht</u> bearbeitet werden! Ein farbverbindliches Proof muss an den Verlag nachgereicht werden.
an digitale Vorstufe:	MXM Digital Service GmbH, Objektleitung MADAME, z.Hd. Günter Mraz oder Marion Moeller, Alpenstr. 12a, 81541 München Tel. 089-693 64 68-36, Fax 089-693 64 68-39 E-Mail madame@mxm.de	
Zugang FTP-Server:	Host: ftp.mxm.de User: madame Passwort: hwgAA9HR	

per FAX _____ Seiten

Ankündigung einer Bereitstellung auf dem FTP-Server

!! FAX bitte an beide Firmen senden !!



An: MXM Digital Service GmbH
z. Hd. Marion Moeller, Günter Mraz
Alpenstraße 12a
81541 München
Tel. 089-69 36 46 8-36
→ **Fax 089-69 36 46 8-39**
Zugang FTP-Server s. Seite 14

MADAME Verlag GmbH
Anzeigenabteilung MADAME
z. Hd. Doreen Kottler, Sylvia Salzmann
Sandstraße 33, 80335 München
Tel. 089-551 35-116/-119
→ **Fax 089-551 35-110**

Von:

Firma

Ansprechpartner

Tel.

Fax

E-Mail-Adresse

Anzeigen-Informationen

Für MADAME-Ausgabe:	Anzeigenformat:
Kunde:	Dateiname:
Motiv:	Ordnername:
Farbigkeit: 4c <input type="checkbox"/> 3c <input type="checkbox"/> 2c <input type="checkbox"/> s/w <input type="checkbox"/>	

Ein farbverbindliches Digitalproof wurde von den angelieferten Daten (gemäß den Richtlinien Seiten 13–14) gefertigt und parallel an Madame Verlag GmbH am _____ geschickt.
(Datum)

Datum

Unterschrift

JANUAR

Mode Zauberhaft: Pailletten für den Abend. Lässig kombiniert: Wildleder mit Strick. Plus: Runway-Report – die neuesten Trends für Frühjahr/Sommer 2010 als Extra-Heft

Accessoires Die schönsten Cruise-Looks: Mode, Taschen, Schuhe

Schmuck/Uhren Unisex – Uhren und Schmuck für sie & ihn. Plus: LUXE! Awards für Schmuck und Uhren – unsere Kandidaten

FEBRUAR

Mode Die Fashion-Highlights der internationalen Designer. Guide: perfekt gestylt für den Tag

Accessoires Die Must-haves der Saison – direkt vom Runway. Plus: Favoriten – schmale Gürtel

Schmuck/Uhren Zarte Zeiten – filigrane Ketten und Ringe

MÄRZ

Mode So feminin: die schönsten Kleider der Saison. So subtil: die neuesten Farbkombinationen. Extra: süße Outfits für Kids

Accessoires Gezähmt: Accessoires im Ethno-Look.

Plus: Favoriten – XL-Shopper

Schmuck/Uhren Im Trend: Edelsteine in Pastell

APRIL

Mode Das brauchen Sie für den Sommerurlaub: coole Outfits von morgens bis abends. Toll gestylt zum Businesslunch

Accessoires Bitte in Knallfarbe! Plus: Favoriten – edle Sommerhüte

Schmuck/Uhren Hochkarätiges für Glamour-Queens. Plus: die Gewinner der LUXE! Awards für Uhren und Schmuck

MAI

Mode Art Prints – die neuen Muster der Saison. Weiß: die schönste Farbe des Sommers und wie man sie trägt

Accessoires Key Pieces für heiße Sommertage

Schmuck/Uhren Klassische Materialien, moderne Formen

JUNI

Mode Ferien: Lässig-Elegantes für Pool und Beach. Traumhaft: Kleider für lange Sommernächte

Accessoires Unsere Lieblinge: Riemchensandalen

Schmuck/Uhren Diamanten-Fieber

JULI

Mode Mutig gemixt: die besten Kombinationen mit Mustern und Materialien. Plus: die neuesten Looks vom Laufsteg für Herbst/Winter 10/11 – als Extra-Heft

Accessoires Favoriten – bunte Agendas und Geldbörsen

Schmuck/Uhren Die wichtigsten Trends bei Uhren und Juwelen

AUGUST

Mode Die Highlights für die neue Saison: extravagante Schnitte, super Farben, raffinierte Kombinationen. Plus: Klassiker – neu gestylt

Accessoires Schuhe, Taschen, Gürtel – die Top-Trends für Herbst/Winter

Schmuck/Uhren Weißgold, Gelbgold, Rotgold – und welche Steine dazu passen

SEPTEMBER

Mode Citylook: super Outfits rund um die Uhr. Sexy Röcke und wie man sie trägt. Outdoor: Kuschlige für kühle Tage. Kids-Extra: die besten Looks für Mädchen und Jungen

Accessoires Die schönsten Schuhe, Taschen und Stiefel in der Trendfarbe Grau

Schmuck/Uhren Uhren – am liebsten mit Diamanten

OKTOBER

Mode Cashmere & Co.: der neue Strick-Chic. Winterkleider für jeden Typ – von cool bis extravagant.

Accessoires Edle Klassiker – neu interpretiert

Schmuck/Uhren Spannender Material-Mix für Schmuck und Uhren

NOVEMBER

Mode Ein Must-have geht neue Wege: das kleine Schwarze. Für Individualistinnen: aktuelle Looks in Leder

Accessoires Coole Folklore: Taschen und Schuhe im Country-Stil. Plus: Geschenke aus Leder

Schmuck/Uhren Wahre Werte – moderne Klassiker

DEZEMBER

Mode Glamour pur – die schönsten Abendoutfits für Nachtschwärmer.

Eiskalt: die besten Kombinationen für den Winterurlaub.

Accessoires Favoriten – Abend-Clutchs

Schmuck/Uhren Wie das funkelt! Schmuckstücke, die alle Herzen höher schlagen lassen.

Plus: hochkarätige Geschenke für Weihnachten

Themenpläne

Beauty

MADAME

JANUAR

Beauty Pflege bei Minusgraden

Anti-Aging Neustart – so laden Sie Ihre Batterien schnell wieder auf

Fitness Workout für Kreative – mit Reifen, Springseil und Theraband

FEBRUAR

Beauty Neue Trends: die aktuellen Looks für den Sommer

Anti-Aging Zähne schön – gesunder Körper

Fitness Anti-Gravity – der neue Trend aus den USA.

Ein Mix aus Workout und Stretching gegen die Schwerkraft

MÄRZ

Beauty Kulinarische Kosmetik:

Cremes und Co. sind die beste Nahrung für die Haut

Anti-Aging Nicht nur Formsache – so entschlacken Sie Ihr Bindegewebe

Fitness Schlank in 8 Minuten mit effektiven Mini-Workouts

APRIL

Beauty Abnehmen leicht gemacht: Profi-Methoden und Tipps, wie auch zu Haus die Kilos purzeln

Anti-Aging Die neuesten Coups aus den Beauty-Labors

Fitness Modern Walking – Wandern mit Benefits

MAI

Beauty Frische Brise: die neuen Sonnendüfte

Anti-Aging So bleibt die Sommerlaune – alles Wissenswerte zum Thema sicherer Sonnenschutz

Fitness Radfahren – welcher Typ sind Sie?

JUNI

Beauty Multitalent H₂O – Wasser wirkt Wunder

Anti-Aging Hochform für Haare – die besten Anti-Aging-Strategien

Fitness Powerfood – neue Ernährungsregeln für alle, die ihre Leistung steigern wollen

JULI

Beauty Sonnenschön mit Make-up-Highlights

Anti-Aging Testen Sie Ihr wahres Alter und drehen Sie die Zeit zurück

Fitness Beach statt Studio. Die besten Übungen

AUGUST

Beauty Haare in Bestform – neue Methoden von Haar-Profis

Anti-Aging Well-Aging: sanfte Methoden mit starker Wirkung

Fitness Bestnoten für die Haltung. Übungen rund um den Rücken

SEPTEMBER

Beauty Make-up- und Frisurentrends vom Laufsteg

Anti-Aging Die neuen Anti-Aging-Techniken der Dermatologen

Fitness Geht nicht gibt's nicht. Tricks für mehr Motivation

OKTOBER

Beauty Mineralien – die Alleskönner aus der Natur

Anti-Aging Intensivpflege für Hals und Dekolleté

Fitness Hometrainer. Welcher ist der richtige für Sie?

NOVEMBER

Beauty Hauptsache Glamour – so setzen Sie Ihr Gesicht perfekt in Szene

Anti-Aging So finden Sie die richtige Anti-Falten-Creme

Fitness Ski total! Perfekte Vorbereitung. Die besten Ski-Schulen. In einer Woche zur Tiefschnee-Queen

DEZEMBER

Beauty Luxus pur – die neuen Düfte

Anti-Aging Nahrungsergänzungsmittel – Nutzen oder Schaden?

Fitness Im Studio – die besten Übungen für Bauch, Beine, Po

Änderungen vorbehalten

JANUAR

Auto Vorfahrt für Intelligenz.

Smarte Mobilitätskonzepte und spezielles Auto-Equipment

Reise Unterwegs mit der Bagdadbahn. Plus: Sylt-Guide

Living Materialien der Zukunft

FEBRUAR

Auto Öko goes Luxus – die neuesten Modelle

Reise Die eleganten Seiten der Dominikanischen Republik.

Plus: Amsterdam-Guide

Living Wohnkonzepte für Singles

MÄRZ

Technik Die neue Apps-Kultur. Was Handys heute alles können

Reise Atemberaubende Landschaften: unterwegs zum Weltnaturerbe.

Plus: Odessa-Guide

Living Multifunktional – wenn Möbel mehr können

APRIL

Auto Die neuen Cabrios

Reise Italien ganz nah – der Gardasee. Plus: Basel-Guide

Living Willkommen draußen – Outdoor-Möbel

MAI

Auto Do you speak Auto? Neue Keywords für Kenner und Blender

Reise Nostalgische Reise in die Region Masuren. Plus: Boston-Guide

Living Moderne Romantik – schön und kein bisschen kitschig

JUNI

Auto Mobile Beautys – wer Autos heute schön macht

Reise Geheimtipps am Mittelmeer. Plus: Lissabon-Guide

Living Liebe zum Detail.

Warum gerade Kleinigkeiten von wahren Stil zeugen

JULI

Auto Die AMI – Neues von der Auto Mobil International in Leipzig

Reise Nordwärts, wo die Nacht zum Tage wird. Plus: Bologna-Guide

Living Mit Kindern im Glück – so wohnen Familien heute

AUGUST

Technik Online am Strand – mobiles Hightech

Reise Die schicksten Kreuzfahrten. Plus: Bordeaux-Guide

Living Warum organische Formen der Seele guttun

SEPTEMBER

Auto Multimedia auf vier Rädern – die neuesten Tools

Reise Unbekanntes Deutschland.

Geheimtipps für Kenner und Genießer. Plus: Warschau-Guide

Living Hotel-Design. Design-Hotels, in denen wir für zu Hause lernen können

OKTOBER

Technik Serious games – Computerspiele für eine bessere Welt

Reise Wo Amerika am schönsten ist – rund um Santa Barbara.

Plus: Guide Kanarische Inseln

Living Der neue Ethno-Chic

NOVEMBER

Auto Concept Cars – unsere automobile Zukunft

Reise Abenteuer Afrika. Plus: Singapur-Guide

Living Geschenke von 10 bis 10 000 Euro

DEZEMBER

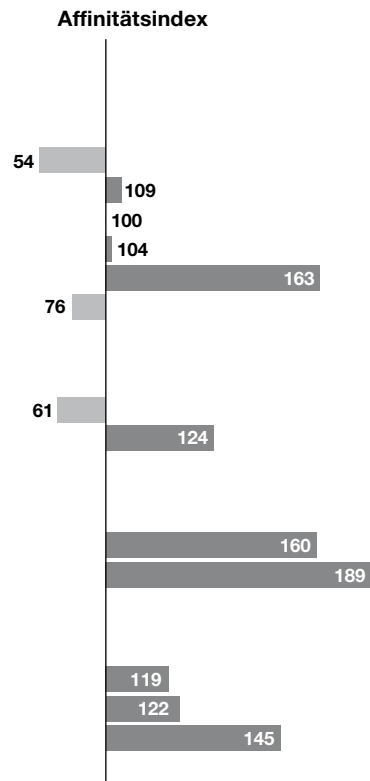
Technik Schöne Bescherung – die besten Handys, Kameras, Notebooks

Reise Trauminseln. Plus: Alpen-Guide

Living Design-Klassiker in verblüffend moderner Inszenierung

Änderungen vorbehalten

Frauen	Gesamt	MADAME
ab 14 Jahre	Struktur in %	Struktur in %
Alter		
14–19 Jahre	7	4
20–29 Jahre	12	14
30–39 Jahre	14	14
40–49 Jahre	19	19
50–59 Jahre	15	25
60 Jahre und älter	33	25
Tätigkeit		
in Ausbildung	10	6
berufstätig	46	57
Persönliches Nettoeinkommen		
€ 1 500 und mehr	13	21
€ 1 750 und mehr	8	15
Haushaltsnettoeinkommen		
€ 2 000 und mehr	54	65
€ 2 500 und mehr	36	45
€ 3 000 und mehr	24	35



Quelle: MA 2010 Pressemedien I, Reichweite Frauen: 287 000

... für den Einzelhandel durch den Bezug einer exklusiven MADAME-Auflage mit

Vorschaltseiten

2 Werbeseiten bei Abnahme von mindestens 600 Exemplaren
MADAME,
verteilt auf 12–18 Ausgaben
Preis € 4,- + 7 % MwSt. pro Heft

4 Werbeseiten bei Abnahme von mindestens 900 Exemplaren
MADAME,
verteilt auf 12–18 Ausgaben
Preis € 3,95 + 7 % MwSt. pro Heft

Im Preis enthalten Druck der Werbeseiten in s/w, Beiheften in der
jeweils aktuellen Ausgabe, Lieferung frei
Haus. Als besonderes Highlight: die einmalige,
branchenexklusive Beiheftung der Werbeseiten
in der regionalen Einzelverkaufsaufgabe
des Einzugsgebiets.

MADAME mit den individuellen Werbeseiten kann z. B. überall dort
ausgelegt werden, wo starker Kundenverkehr entsteht – in Arztpraxen,
Anwaltskanzleien, Cafés, Hotels, Wellness-Studios usw. Oder sie kann
als besonderes Kundengeschenk eingesetzt werden. (Die Hefte sind
nur für die eigene Werbung bestimmt und dürfen nicht verkauft werden.)

Information: Elke M. Fleck (im Verlag)
Tel. 089-551 35-170
Fax 089-551 35-172
E-Mail elke.fleck@madame.de

Hans Poschet
Tel. 089-61 07 90 85
Fax 089-61 07 90 88
E-Mail hp@hp-handelsagentur.de

Geschäftsbedingungen

- **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 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.** Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen nur 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.
- **6.** Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
- **7.** Der Verlag behält sich vor, Aufträge – 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 gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen 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 und der 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 für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

- **16.** 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 berechtigter 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 200 000 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.
- **17.** Druckunterlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
- **18.** Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, 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.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

- **a)** Die Werbungsmittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit dem 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 die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beihefter oder technische Sonderausführungen. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.

● **9.** 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 Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages.

Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, 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 oder grobe Fahrlässigkeit des Verlages, 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 nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen. In den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von 4 Wochen 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 zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.

● **11.** Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

● **12.** Falls der Auftraggeber nicht fest terminierte Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung 14 Tage vor Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Rechnungsdatum 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.

● **13.** Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen 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.

● **14.** Je nach Art und Umfang des Auftrages 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.

● **15.** Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

● **c)** Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge. Dies gilt jedoch nicht gegenüber Nicht-Kaufleuten bei Aufträgen, die innerhalb von 4 Monaten nach Vertragsabschluss abgewickelt werden sollen.

● **d)** Wenn für konzernangehörige Firmen die gemeinsame Rabattierung beansprucht wird, ist die schriftliche Bestätigung einer Kapitalbeteiligung von mindestens 50 % erforderlich. Die Abschlussjahre der konzernzugehörigen Firmen müssen identisch sein.

● **e)** 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 Auftrages, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist dem Auftraggeber gegenüber nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu überprüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden.

Der Verlag ist insbesondere berechtigt, die Annahme eines Auftrages von einer schriftlichen Zusicherung des Vertriebsleiters oder sonst dafür Verantwortlichen über die rechtliche Zulässigkeit der Werbung abhängig zu machen, von dem Auftraggeber die Vorlage eines Gutachtens einer sachverständigen Stelle über die rechtliche Zulässigkeit der Werbung zu verlangen und/oder auf Kosten des Auftraggebers die Werbevorlage von einer sachverständigen Stelle auf die rechtliche Zulässigkeit überprüfen zu lassen.

● **f)** Nach Anzeigenschluss sind Sistierungen, Änderungen von Größen, Formaten und der Wechsel von Farben nicht mehr möglich. Werden Aufträge und Korrekturen fermündlich erteilt, übernimmt der Verlag keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe. Eine Haftung des Verlages ist auch ausgeschlossen, wenn sich Mängel an der Vorlage bei der Reproduktion oder beim Druck zeigen. In diesem Falle stehen dem Werbungtreibenden bei fehlerhaftem Abdruck keine Ansprüche zu. Evtl. entstehende Mehrkosten müssen dem Auftraggeber berechnet werden. Platzierungsvorschriften werden nur durch ausdrückliche Bestätigung des Verlages anerkannt. 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, für die der Verlag keine Haftung übernimmt. Der Verlag muss sich die Berechnung entsprechender Mehrkosten vorbehalten.

● **g)** Der Verlag hat Anspruch auf die volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn bei Betriebsstörungen oder in Fällen von höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages, als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeit bedient – das Verlagsobjekt mit 80 % der genannten durchschnittlichen Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – der durchschnittlich verkauften Auflage des vorangegangenen Kalenderjahres vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Auslieferungen des Verlages wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

In solchen Fällen erlischt auch jede Verpflichtung des Verlages auf Erfüllung von Aufträgen. Er ist auch nicht verpflichtet, für nicht veröffentlichte oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen Schadenersatz zu leisten.

Im Verlag:

Madame Verlag GmbH

Sandstraße 33
80335 München
Tel. 089-551 35-0
Fax 089-551 35-299
www.madame.de

Anzeigenleitung:
Sibylle Kassel
Tel. 089-551 35-120
sibylle.kassel@madame.de

Anzeigenverkaufsleitung:
Michaela Hammel
Tel. 089-551 35-102
michaela.hammel@madame.de

Anzeigenverkauf:
Andrea Lotter
Tel. 089-551 35-121
andrea.lotter@madame.de

Anzeigendisposition:
Sylvia Salzmann
Tel. 089-551 35-119
sylvia.salzmann@madame.de

Doreen Kottler
Tel. 089-551 35-116
doreen.kottler@madame.de

Fax Anzeigenabteilung:
089-551 35-110

Verlagsvertretungen Inland:

**NIELSEN 1
Magazin Verlagsgesellschaft
Süddeutsche Zeitung mbH**
Susanne Nunberger
Hultschiner Straße 8
81677 München
Tel. 089-21 83-8512
Fax 089-21 83-9329
www.sz-magazin.de
susanne.nunberger@sz-magazin.de

**NIELSEN 2
e/r/w Medienservice
Elke Rachow-Welz GmbH**
Elke Rachow-Welz
Ginsterweg 11-13
50858 Köln (Junkersdorf)
Tel. 0221-94 86 64-0
Fax 0221-94 86 64-14
elke.rachow-welz@erw-medienservice.de

**NIELSEN 3a
Magazin Verlagsgesellschaft
Süddeutsche Zeitung mbH**
Katrin Göldner
Kleiner Hirschgraben 8
60311 Frankfurt (Main)
Tel. 069-74 34 93-52
Fax 069-74 34 93-53
www.sz-magazin.de
katrin.goeldner@sz-magazin.de

**NIELSEN 3b
Verlagsbüro Krimmer**
Rüdiger Pickrahn
Steingaustraße 14
73230 Kirchheim/Teck
Tel. 07021-420 62
Fax 07021-717 33
stuttgart@krimmer.com
www.krimmer.com

**NIELSEN 4
MAV
Media Anzeigen-
Verkaufs GmbH**
Markus Pienzl
Paul-Gerhardt-Allee 54
81245 München
Tel. 089-74 50 83-0
Fax 089-759 55 01
info@mav-muenchen.com
www.mav-muenchen.com

**NIELSEN 5, 6, 7
Verlagsbüro Krimmer**
Ralf Hünninghaus
Schwarzbacher Straße 5
10711 Berlin
Tel. 030-89 38 27-0/-22
Fax 030-89 38 27-33
berlin@krimmer.com
www.krimmer.com

Verlagsvertretungen Ausland:

**Großbritannien, Irland,
Niederlande:**
IGP Ltd.
International Graphic Press Ltd.
Stefanie Stroh-Begg
Talbert House
52A Borough High Street
GB-London SE1 1XN
Tel. +44-20-74 03 45 89
Fax +44-20-74 03 45 90
info@igpmedia.com
www.igpmedia.com

Italien:
Ediconsult Internazionale S.r.l.
Via Savona, 97
I-20144 Milano
Tel. +39-02-47 71 00 36
Fax +39-02-47 71 13 60
milano@ediconsult.com

Ediconsult Internazionale S.r.l.
Piazza Fontane Marose, 3
I-16123 Genova
Tel. +39-010-58 36 84
Fax +39-010-56 65 78
genova@ediconsult.com

Frankreich:
Affinity Media
53, rue de Maubeuge
F-75009 Paris
Tel. +33-153 05 94 01
Fax +33-153 05 94 06
info@affinity-media.fr
www.affinity-media.fr#

Österreich:
Mag. Dr. Peter Freissler
Thomas Pelzel OHG
Hofhaymerallee 17
A-5020 Salzburg
Tel. +43-662-82 26 25
Fax +43-662-82 39 45
office@fpverlag.com

Schweiz:
Affinity-PrimeMEDIA Ltd.
Eva Favre
Route Mollie-Margot 1
Postfach 20
CH-1073 Savigny
Tel. +41-21-781 08 50
Fax +41-21-781 08 51
e.favre@affinity-primemedia.ch
www.affinity-primemedia.ch