

THE
QUEENs
DAS CUNARD MAGAZIN

Mediadaten 2010

Gültig ab 1. Januar 2010



10% Frühbucher-Bonus
bis 31. Januar 2010

THE
QUEENs



Die legendäre Cunard Line

Seit 1840 Synonym für Seereisen der Spitzenklasse

Cunard Line. Eine Premiummarke mit weltweitem Renommee, gegründet vor 170 Jahren von Sir Samuel Cunard. Am 4. Juli 1840 legte mit der Britannia das erste Schiff der Reederei zur Jungfernfahrt über den Atlantik ab. Schnell wurde der Name Cunard Line zum Synonym für faszinierende Seereisen der Spitzenklasse. Und daran hat sich bis ins 21. Jahrhundert nichts geändert: Heute sind die QUEEN MARY 2 und ihre jüngere Schwester QUEEN VICTORIA unbestritten die Königinnen der Meere.

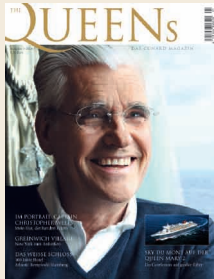
Majestätisch tragen die Cunard Queens den Namen des legendären Reederei-Gründers um die Welt – schon bald begleitet von der neuen QUEEN ELIZABETH, die aus dem königlichen Duo ab Oktober 2010 ein Trio werden lässt. Und ob Kreuzfahrt, Weltreise oder klassische Transatlantik-Passage: Die drei königlichen Reisebegleiterinnen bieten den perfekten Rahmen für einzigartige Erlebnisse. Und für die einzigartigen Cunard Gäste.

THE QUEENs

THE QUEENs Das Cunard Magazin Eine königliche Lektüre – nicht nur für Cunarder

Seit April 2009 gibt die Hamburger Repräsentanz der Cunard Line dreimal jährlich das Magazin THE QUEENs heraus. Cunard Kunden in Deutschland und Österreich erhalten THE QUEENs regelmäßig per Post. Und: Als einzige Publikation einer Reederei wird THE QUEENs auch über den gehobenen Zeitschriftenhandel vertrieben.

Redaktionell setzt das erstklassig produzierte und anspruchsvoll inszenierte Cunard Magazin auf sehenswerte Fotos, exklusiv recherchierte Geschichten und attraktive Angebote – nicht nur aus der Cunard Welt.





THE QUEENS Leserbefragung 2009

Top-Zielgruppe vergibt Top-Noten für das Cunard Magazin

Der typische Cunarder ist stilvoll und solvent. Reisefreudig und technikliebend. Im besten Konsumentenalter. Mit hohem Bildungsgrad, anspruchsvollen Hobbys – und starker Markenorientierung. Doch die Cunard Line wollte es genauer wissen: Nach Erscheinen der zweiten Ausgabe befragte sie die THE QUEENS Leser, wie sie das neue Cunard Magazin nutzen und wie es ihnen gefällt. Hier die wichtigsten Ergebnisse der Online-Umfrage im Überblick:

- **Begeisterte Leser:** Mehr als 83 Prozent der Leser finden THE QUEENS hervorragend oder sehr gut, rund 16 Prozent gut
- **Intensive Nutzung:** Über 49 Prozent lesen ein bis zwei Stunden in jeder THE QUEENS Ausgabe, 24 Prozent sogar mehr als zwei Stunden
- **Große Reichweite:** In rund 89 Prozent der Leser-Haushalte wird THE QUEENS von zwei oder mehr Personen gelesen
- **Ausgewogener Mix:** 58 Prozent der THE QUEENS Leser sind männlich, 42 Prozent weiblich
- **Hohe Kaufkraft:** Über 66 Prozent der THE QUEENS Leser verfügen über ein Haushaltsnettoeinkommen von mehr als 3.000 Euro



THE QUEENS Vertriebskonzept hoch drei 23.000 gute Gründe für Anzeigenwerbung im Cunard Magazin

Aller guten Dinge sind drei: THE QUEENS Das Cunard Magazin erscheint dreimal jährlich – zum Frühlingsbeginn, im Hochsommer und zur Adventszeit. Die Auflage beträgt jeweils 23.000 Exemplare. Beim Vertrieb setzt THE QUEENS auf eine innovative dreigleisige Strategie:

- **Versand:** An rund 16.000 an Cunard Kunden in Deutschland sowie etwa 1.500 an Kunden in Österreich wird THE QUEENS personalisiert versandt.
- **Verkauf:** Als einziges Reederei-Magazin wird THE QUEENS außerdem in Hamburg und Schleswig-Holstein, im Flughafen- und Bahnhofs-Zeitschriftenhandel sowie in den deutschen Seereise-Hafenstädten zum Preis von 6,50 Euro vertrieben. Und: Unter www.cunard.de/thequeens kann das Cunard Magazin auch online bestellt werden – ab 2010 sogar wahlweise im Abonnement.
- **Verteilung:** THE QUEENS wird im Rahmen von Messen, Veranstaltungen und Kooperationen gezielt ausgegeben.

THE QUEENS Kalender 2010

Ihr Timer für Mediaplanung mit dem Cunard Magazin

Ausgabe	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss	Druckunterlagen
1-2010	31.03.2010	12.02.2010	26.02.2010
2-2010	31.07.2010	11.06.2010	25.06.2010
3-2010	30.11.2010	15.10.2010	29.10.2010

THE QUEENS Themen 2010

Attraktive Geschichten als Aperitif für Ihre Anzeigen

1-2010	Im Interview: Ex-Tagesschau-Sprecher Jo Brauner · Im Porträt: Stefan Engel, F&B Manager, QUEEN MARY 2 · Im Fokus: Oslo
2-2010	Im Porträt: Die Starköche Johann Lafer und Tim Mälzer Im Fokus: Dubai · Im Interview: David Stephenson, Hotel Manager, QUEEN MARY 2
3-2010	Im Fokus: Die neue QUEEN ELIZABETH · Im Interview: Viktoria Strehle Im Porträt: Jean Marie Zimmermann, Executive Chef, Cunard Line



THE QUEENS Anzeigenformate **Großzügig geschnitten und wirkungsvoll platziert**

Das Cunard Magazin verschafft Anzeigen einen starken Auftritt. Setzen auch Sie auf Werbung von Format. In THE QUEENS. Nach Ihren Wünschen im redaktionellen Rahmen platziert.

Format	Formate im Satzspiegel (mm)		Anschnittformate (mm)*	
	Breite	Höhe	Breite	Höhe
2/1	402	260	430	280
1/1	187	260	215	280
1/2 hoch	89	260	103	280
1/2 quer	187	125	215	135
1/3 hoch	57	260	71	280

* Bitte zuzüglich 3 mm Beschnitt an allen Seiten

THE QUEENS Anzeigenpreise 2010

Das rechnet sich: Starke Leistungen zu stabilen Preisen

Hier stimmt das Preis-Leistungs-Verhältnis. Mit THE QUEENS erreichen Sie eine königliche Zielgruppe. In einem Premium-Anzeigenumfeld. Ohne Streuverluste. Zu unverändert attraktiven Konditionen.

Format	Preise / Euro	
2/1	12.000	* Umschlagseite U2
1/1	6.500*	zzgl. 500,- Euro;
1/2	3.500	Umschlagseite U4
1/3	2.500	zzgl. 1.000,- Euro

Rabatte: 5 % bei zwei Anzeigen innerhalb von 12 Monaten

10 % bei drei Anzeigen innerhalb von 12 Monaten

Frühbucherrabatt: 10 % auf alle Buchungen bis zum 31. Januar 2010



Herausgeber:

Cunard Line · Eine Marke der Carnival plc, Brandsende 6-10, 20095 Hamburg

Anzeigendisposition/Verlag:

Eimers GmbH & Co. KG, Klosterallee 61, 20144 Hamburg, Fon 040.41 84 81, Fax 040.41 35 01 81, E-Mail eimers@thequeens-magazin.de

Schweiz, Liechtenstein: Eva Favre Affinity-Prime MEDIA Ltd., Route Mollie-Margot 1, CH-1073 Savigny, Fon (+021) 781 08 50, info@affinity-primemedia.ch

Zahlungsbedingungen:

Zahlung innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum rein netto.

Druckverfahren: Innenteil: Rollenoffset, Umschlag: Bogenoffset

Druckunterlagen: Druckfähige pdf-, tif- oder eps-Dateien mit farbverbindlichem Proof. Der Proof muss von den mitgelieferten Daten erstellt sein. Reklamationen aufgrund nicht korrekter Vorlagen oder Daten werden nicht anerkannt.

Auftragsabwicklung: Datenträger und farbverbindliches Proof bitte an: Eimers GmbH & Co. KG, Klosterallee 61, 20144 Hamburg. Die digitalen Daten können alternativ auch an eimers@thequeens-magazin.de übermittelt werden.

Beilagen: Nur mit Kundenaufgabe von 17.500 Exemplaren

Bis 25 g = 125,- Euro/Tausend (nicht rabattfähig), je weitere angefangene

5 g = 25,- Euro/Tausend, Höchstformat: 200 mm x 270 mm; Die Beschaffenheit der Beilagen muss eine reibungslose maschinelle Verarbeitung gewährleisten.

Ein verbindliches Muster ist bei Auftragserteilung zuzusenden. Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in THE QUEENS Das Cunard Magazin

1. „Anzeigen-Auftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingegrenzt, 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 wenn 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 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 ausschließlich 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. Rubrizierte Aufträge werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
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. Ein Anzeigenauftrag, der zur Veröffentlichung in THE QUEENS Das Cunard Magazin bestimmt ist, steht unter der aufschiebenden Bedingung, dass die Cunard Line als Herausgeber dieses Magazins der Veröffentlichung der konkreten Anzeige zustimmt. Dem Auftraggeber ist bekannt, dass die Cunard Line insbesondere solche Anzeigenaufträge oder konkreten Anzeigen nicht zustimmt, die Produkte oder Dienstleistungen bewerben, die auch von der Cunard Line angeboten werden. Die Zustimmung der Cunard Line zu einem Anzeigenauftrag gilt als erteilt, wenn dem Auftraggeber nicht zwei Wochen nach Erhalt der Auftragsbestätigung die Verweigerung der Zustimmung mitgeteilt worden ist. Die vorgenannte Frist beginnt erst mit Lieferung des Anzeigentextes und der Druckerunterlagen, wenn diese bei Erhalt der Auftragsbestätigung dem Verlag nicht vorliegen. Die Zustimmung gilt ferner als erteilt, wenn die entsprechende Ausgabe von THE QUEENS Das Cunard Magazin erscheint. Aus der Nichtzustimmung seitens der Cunard Line kann der Auftraggeber keine Rechte ableiten. Die Zustimmung kann seitens der Cunard Line auf eine Anzeige und/oder ein Erscheinungsdatum beschränkt werden, ohne dass der Auftraggeber Ansprüche auf eine weitergehende oder spätere Veröffentlichung erwirbt.
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 abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen und vertriebspolitische Interessen der Cunard Line verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag aus anderen Gründen unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells 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 Druckerunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckerunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckeranlagen 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 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 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 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 Anzeigentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nichtoffensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
11. Probeanzeigen werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeanzeigen. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
12. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der auf 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 2 Prozent über dem jeweils gültigen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank sowie die Einzie-

lungskosten 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 offestehender 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 Druckerunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

17. Erfüllungsort ist Hamburg. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlichrechtlichen Sondervermögens ist bei klarem Gerichtsstand Hamburg. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nichtkaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand Hamburg vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

a) Die allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Bekleber, Befehler oder technische Sonderausführungen.

b) Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.

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 Mittelungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

d) Wird die Anzeigenpreisliste geändert, so treten die neuen Bedingungen auch bei laufenden Anzeigenaufträgen sofort in Kraft.

e) Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht.

Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregistersauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss spätestens bis zum Abschluss des Inseritionsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

f) Beilagen sind der Zeitschrift lose beigefügte Drucksachen eines Werbungtreibenden. Beilagen, die Angebote mehrerer Werbungtreibender unter einem gemeinsamen Thema verbinden (Verbundwerbung), sind nach besonderer Vereinbarung möglich.

g) Befehler sind fest in die Zeitschrift eingehaftete Drucksachen eines Werbungtreibenden. Befehler, die Angebote mehrerer Werbungtreibender unter einem gemeinsamen Thema verbinden (Verbundwerbung), sind nach besonderer Vereinbarung möglich.

h) Befehler, die auf Grund ihrer Gestaltung nicht als Werbung erkennbar sind, müssen mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet werden. Genaue Absprache nach Vorlage eines Modells.

i) 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 nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen stornierte Anzeigen, so stehen dem Auftraggeber etwaige Ansprüche daraus nur im Rahmen der vorstehend abgedruckten Ziffer 10 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen zu.

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

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

l) Die Übersendung von mehr als zwei Farbvorlagen, die nicht termingerechter Lieferung der Druckerunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen. Etwaige Ansprüche hieraus können lediglich im Rahmen der vorstehend abgedruckten Ziffer 10 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen geltend gemacht werden. Der Verlag muss sich die Berechnung entstehender Mehrkosten vorbehalten.

m) Aufträge über Beilagen, Befehler etc. unterliegen den Allgemeinen Geschäftsbedingungen für den Postzeitungsdienst (AGB PZD). Dem Auftraggeber obliegt es, die einschlägigen AGB PZD in allen Punkten einzuhalten. Zusätzliche Entgelte im Postzeitungsdienst, die auf eine Nichtbeachtung der AGB PZD zurückzuführen sind, gehen voll zu Lasten des Auftraggebers. Auf Wunsch werden die anzuwendenden AGB PZD zur Einsicht übersandt.



CUNARD™