

THE  
**QUEENs**  
DAS CUNARD MAGAZIN



---

10 % Frühbucher-Bonus  
bis 31. Januar 2012

---

10 % Early Booking Savings  
until 31 January 2012

---

Mediadaten 2012 / *Media Kit 2012*

Gültig ab 1. Januar 2012 / *Valid from 1 January 2012*

# THE QUEENs





## **Die legendäre Cunard Line**

### **Seit 1840 Synonym für Seereisen der Spitzenklasse**

Cunard Line. Eine Premiummarke mit weltweitem Renommee, gegründet vor über 170 Jahren von Sir Samuel Cunard. Heute sind die QUEEN MARY 2, die QUEEN VICTORIA und die QUEEN ELIZABETH die Königinnen der Meere. Die drei Cunard Queens bieten den perfekten Rahmen für einzigartige Seereisen – und für die einzigartigen Cunard Gäste. Immer mehr Cunarder kommen dabei aus Deutschland und Österreich. Für sie gibt es eine Zeitschrift, die so einzigartig ist wie ihr Thema:

THE QUEENS Das Cunard Magazin.

## ***The legendary Cunard Line***

### ***Timeless voyages since 1840***

*Cunard Line. A renowned brand with a worldwide reputation, founded over 170 years ago by Sir Samuel Cunard. These days the three largest Cunarders ever built shall comprise one of the most modern fleets to grace the ocean waves. QUEEN MARY 2, QUEEN VICTORIA and QUEEN ELIZABETH continue to acquaint the steadily growing number of German and Austrian guests with captivating destinations and the enduring sophistication of the Cunard experience. And with a magazine that is as discerning as our guests: THE QUEENS Das Cunard Magazin.*

# THE QUEENS



## THE QUEENS Das Cunard Magazin

### Königliche Lektüre für eine königliche Zielgruppe

Seit 2009 gibt die Hamburger Cunard Repräsentanz dreimal jährlich das Magazin THE QUEENS heraus. Cunard Kunden in Deutschland und Österreich erhalten THE QUEENS kostenfrei per Post.

Die aktuelle Leserbefragung spricht eine klare Sprache: Der typische Cunarder ist stilvoll und solvent. Reisefreudig und technikliebend. Im besten Konsumentenalter. Gebildet, anspruchsvoll und markenorientiert.

- **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 Das Cunard Magazin** **A royal read for a majestic target group**

*The Cunard office in Hamburg has been publishing THE QUEENS magazine three times a year since 2009. Cunard's clientele in Germany and Austria receives THE QUEENS free of charge by post.*

*The latest reader survey demonstrates clearly: The typical Cunarder is stylish and well-heeled. Loves to travel and admires technology. Prime aged, educated, discerning and brand-orientated.*



- **Enthusiastic readership:** More than 83 per cent of readers state that THE QUEENS is excellent or very good, around 16 per cent good.
- **Intensive usage:** Over 49 per cent spend one to two hours perusing each issue of THE QUEENS, 24 per cent even more than two hours.
- **Wide range:** THE QUEENS is read by two or more persons in roughly 89 per cent per household.
- **Balanced mix:** 58 per cent of THE QUEENS readers are male, 42 per cent female.
- **High purchasing power:** Over 66 per cent of THE QUEENS readers have a monthly net household income of more than EUR 3,000.

# THE QUEENS



## **THE QUEENS Vertriebskonzept**

### **23.000 gute Gründe für Werbung im Cunard Magazin**

THE QUEENS Das Cunard Magazin erscheint dreimal jährlich – zum Frühlingsbeginn, zum Hochsommer und vor der Adventszeit. Auflage: jeweils 23.000 Exemplare. Und der Vertrieb ist punktgenau:

- **Versand:** Personalisierte Zustellung an rund 18.000 Cunard Kunden in Deutschland sowie etwa 2.000 Kunden in Österreich.
- **Verkauf:** Einzelverkauf zum Preis von 6,50 Euro über Flughafen- und Bahnhofs-Zeitschriftenhandel sowie im Internet.
- **Verteilung:** Streuung bei Messen und über Kooperationspartner.

## **THE QUEENS Sales & Distribution Concept**

### **23,000 good reasons for advertising in the Cunard Magazine**

THE QUEENS Das Cunard Magazin is published three times a year: in early spring, mid-summer and prior to the Advent season. Circulation: 23,000 copies. And sales & distribution are spot-on:

- **Shipment:** Personalised delivery to around 18,000 Cunard customers in Germany and about 2,000 customers in Austria.
- **Sales:** One-to-one sales at a price of EUR 6.50 via airport and railway station magazine retailers, as well as online.
- **Distribution:** Dispersal at trade fairs and via co-operation partners.

## **THE QUEENS Kalender 2012**

### *THE QUEENS Calendar 2012*

<i>Ausgabe Issue</i>	<i>Erscheinungstermin Publication Date</i>	<i>Anzeigenschluss Advert Deadline</i>	<i>Druckunterlagen Print Data</i>
1-2012	15.03.2012	10.02.2012	17.02.2012
2-2012	15.07.2012	15.06.2012	22.06.2012
3-2012	15.11.2012	12.10.2012	19.10.2012

## **THE QUEENS Themen 2012**

### *THE QUEENS Topics 2012*

1-2012	Celebrities: Bernhard Hoëcker & Friends · Portrait: Jean Marie Zimmermann, Culinary Ambassador
2-2012	Celebrities: Hugo Egon Balder · Destinations: London, Olympic City 2012 · Portrait: Gun Sukwana, Social Hostess
3-2012	Celebrities: Reiner Calmund · Portrait: Dariusz Gozdzik, Staff Captain · Destinations: New York revisited

## THE QUEENS Anzeigenformate

Das Cunard Magazin verschafft jeder Anzeige einen starken Auftritt.  
Hier alle Formate im Überblick:

### THE QUEENS Advertisement Formats

*The Cunard Magazine allows each advertisement an outstanding performance.  
Please find in the following an overview of all formats:*

Format Format	Formate im Satzspiegel (mm) Type-area sizes (mm)		Anschnittformate (mm)* Bleed sizes (mm)*	
	Breite Width	Höhe Height	Breite Width	Höhe Height
2/1	402	260	430	280
1/1	187	260	215	280
1/2 hoch <i>vertical</i>	89	260	103	280
1/2 quer <i>horizontal</i>	187	125	215	135
1/3 hoch <i>vertical</i>	57	260	71	280

\* Bitte zuzüglich 3 mm Beschnitt an allen Seiten

\* Please allow 3 mm additional trim on all sides

## **THE QUEENS Anzeigenpreise 2012**

**Mit THE QUEENS erreichen Sie eine königliche Zielgruppe. In einem Premium-Anzeigenumfeld. Ohne Streuverluste. Zu fairen Konditionen.**

### **THE QUEENS Advertisement Prices 2012**

*With THE QUEENS you reach a majestic target group. In a premium advertisement environment. Without distribution losses. At fair terms.*

Format <i>Format</i>	Preise in Euro <i>Prices in EUR</i>	
2/1	12.000	*Umschlagseite U2 zzgl. 500,- Euro;
1/1	6.500*	Umschlagseite U4 zzgl. 1.000,- Euro
1/2	3.500	* <i>Inside front cover plus EUR 500;</i>
1/3	2.500	<i>outside back cover plus EUR 1,000</i>

Rabatte: 5 % bei zwei Anzeigen, 10 % bei drei Anzeigen innerhalb von 12 Monaten  
Frühbucherrabatt: 10 % auf alle Buchungen bis zum 31. Januar 2012

*Savings: 5 % for 2 advertisements, 10 % for 3 advertisements within 12 months  
Early booking savings: 10 % on all bookings until 31 January 2012*



Upon request we would be glad to provide you with the General Terms of Business in English.

**Herausgeber:** *Published by:*

Cunard Line · Eine Marke der Carnival plc, Brandsende 6-10, 20095 Hamburg, Tel. +49 40 - 41 533-0, [info@thequeens-magazin.de](mailto:info@thequeens-magazin.de)

**Anzeigen:** *Adverts:*

Deutschland, Österreich: Jörn Schmieding-Dieck, Tel. +49 179 - 391 17 78, E-Mail [schmieding-dieck@thequeens-magazin.de](mailto:schmieding-dieck@thequeens-magazin.de)

Schweiz, Liechtenstein: Eva Favre Affinity-Prime MEDIA Ltd., Route Mollie-Margot 1, CH-1073 Savigny, Tel. +21 781 08 50, [info@affinity-primemedia.ch](mailto:info@affinity-primemedia.ch)

**Zahlungsbedingungen:**

Zahlung innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum rein netto

**Terms of payment:**

*Net payment in full within 30 days of the invoice date*

**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.

**Print material/data:** *Ready-to-print .pdf, .tif or .eps files, including colour-consistent proof. The proof must be created from the data supplied. Complaints due to incorrect artwork templates or data shall not be acknowledged.*

**Auftragsabwicklung/Verlag:** Datenträger und farbverbindliches Proof bitte an: Eimers GmbH & Co. KG, Löwenstraße 29a, 20251 Hamburg, Tel. +49 40 - 418 481. Digitale Daten alternativ auch an [eimers@thequeens-magazin.de](mailto:eimers@thequeens-magazin.de)

**Order fulfilment/Publisher:** *Please send data storage media and colour-consistent proof to: Eimers GmbH & Co. KG, Löwenstr. 29a, 20251 Hamburg, Germany. Tel. +49 40 418 481. Digital data can be alternately sent to: [eimers@thequeens-magazin.de](mailto:eimers@thequeens-magazin.de)*

**Beilagen:** auf Anfrage

**Supplements/Inserts:** Upon request

## 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 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 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 Käufern 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. 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. 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.
13. 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.

14. 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.

15. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckerunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

16. Erfüllungsort ist Hamburg. Im Geschäftsverkehr mit Käufern, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlichrechtlichen Sondervermögens ist die gleiche 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 Klebkleber, 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 Handelsregisterauszuges 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**<sup>TM</sup>