

MEDIADATEN 2011

Nr. 3 – Jahrgang III / Gültig ab 1. Januar 2011

kajak

magazin kajaks, canadier & outdoor





kajak
magazin

kajaks, canadier & outdoor

ist das Magazin für jeden Paddelsport-Begeisterten und die perfekte Zeitschrift für alle, die mit dem Kanu auf dem Wasser unterwegs sind. Ob mit dem Creeker im Wildwasser, mit dem Tourenkajak auf dem See oder mit dem Canadier auf dem Fluß – **kajak** begeistert mit spannenden und interessanten Tourenempfehlungen.

Funktion:

kajak informiert seine Leser in erster Linie über leicht erreichbare und gut zu befahrende Paddelreviere vorwiegend in Deutschland und dem benachbarten Ausland. Wer in seiner Freizeit gerne ein neues Gebiet im Kajak oder Canadier erkunden möchte, findet in **kajak** mitreissende Anregungen. Aussagekräftige Boots- und Zubehörvorstellungen unterstützen den ambitionierten Paddler wie auch den Einsteiger bei der richtigen Kaufentscheidung. Ergänzend hierzu runden aktuelle Neuheiten, informative Workshops und interessante Informationen aus der Paddelszene das redaktionelle Profil ab.

Das Autorenteam aus erfahrenen Paddlern und Kanujournalisten gewährleistet solide Information und fachliche Kompetenz auf hohem Niveau.

Leser:

kajak-Leser sind aktiv, kaufkräftig und unternehmungslustig. Sie genießen die Natur, sind konsumfreudig und verfügen über ein überdurchschnittliches Einkommen, das sie gerne in ihre Freizeit investieren.

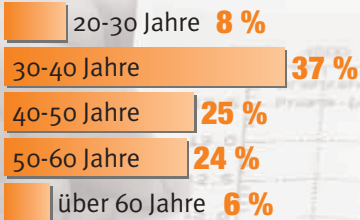
INHALTSVERZEICHNIS

- | | |
|---|--|
| 2 Titelportrait | 6 Verlagsangaben und Technische Daten |
| 3 Leserprofil | |
| 4 Anzeigenpreise und -formate | 7 Geschäftsbedingungen |
| 5 Shopanzeigen, Beilagen, Beihefter, Beikleber | 8 Online |

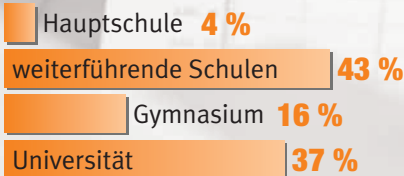
Geschlecht:



Alter:



Bildung:



Akzeptanz:

72 % unserer Leser finden die Anzeigen in **kajak** informativ, lesen sie aufmerksam oder nutzen sie als Kaufempfehlung

Beruf:



Haushaltsnettoeinkommen:



Finanzieller Spielraum €/Jahr



28 % schauen nur kurz drüber

QUELLE

Leserumfrage
des Verlages via
Internet und im
kajak-Magazin
im Jahr 2010

Alle Angaben in Prozent

Formate & Preise

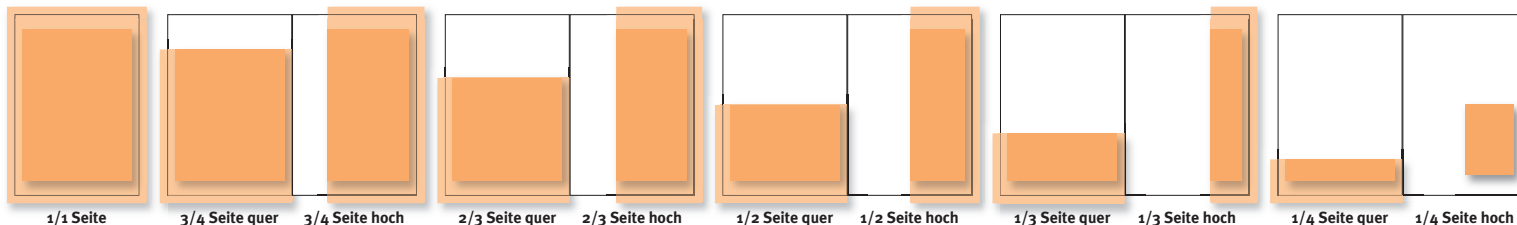
Größe	Formate		Preise in EUR			
	Seitenteile	Satzspiegel (B x H) in mm	Anschnitt (B x H) in mm	schwarz/weiß	Schmuckfarbe	4-farbig
1/1 Seite		185 x 248	230 x 297	2.000,-	2.500,-	3.000,-
3/4 Seite	hoch	137 x 248	165 x 297	1.500,-	1.875,-	2.250,-
	quer	185 x 183	230 x 207			
2/3 Seite	hoch	122 x 248	150 x 297	1.340,-	1.675,-	2.010,-
	quer	185 x 163	230 x 187			
1/2 Seite	hoch	90 x 248	112 x 297	1.050,-	1.315,-	1.575,-
	quer	185 x 122	230 x 146			
1/3 Seite	hoch	58 x 248	86 x 297	700,-	875,-	1.050,-
	quer	185 x 80	230 x 104			
1/4 Seite	hoch	90 x 122		550,-	690,-	825,-
	quer	185 x 60	230 x 84			

INFO

Bei Anzeigen im Anchnittformat muss allseitig eine Beschnittzugabe von 3 mm angelegt werden.

Anschnittgefährdete Text- oder Bildelemente müssen wegen möglicher Beschnitttoleranzen allseitig mindestens 5 mm vom beschnittenen Endformat nach innen gelegt werden.

Alle Preise in Euro zzgl. gesetzlicher MWST.



1/1 Seite

3/4 Seite quer

3/4 Seite hoch

2/3 Seite quer

2/3 Seite hoch

1/2 Seite quer

1/2 Seite hoch

1/3 Seite quer

1/3 Seite hoch

1/4 Seite quer

1/4 Seite hoch

Shop-Anzeigen

Im **kajak**-SHOP geschaltete Anzeigen von Fachhändlern und Schulen werden nach Millimetern abgerechnet:

Anzeighöhe	x	Spaltenanzahl	x	Millimeterpreis
mind. 20 mm Höhe		1 Spalte: 43 mm		sw: 1,85 EUR/mm
		2 Spalten: 90 mm		2c: 2,30 EUR/mm
		3 Spalten: 137 mm		4c: 2,85 EUR/mm
		4 Spalten: 185 mm		

Beilagen

Mindestformat: 105 x 148 mm (DIN A6)
Höchstformat: 225 x 287 mm.

Muster 5-fach bei Auftragserteilung,
bis 20 g EUR 95,— pro Tausend
bis 50 g EUR 115,— pro Tausend

Beihefter

Höchstformat: 460 mm breit x 297 mm hoch
(zuzüglich Beschnitzzugabe rundum + 3 mm)

EUR 115,— pro Tausend
(bis 20 g, mind. 4-seitig)

INFO

Keine Postkostenberechnung für gedruckte Beilagen und Gegenstände bis zwei Millimeter (auch nicht für beigelegte oder beigelebte Postkarten).

Zusätzliche Postkosten nur bei beigelegten Gegenständen ab drei bis 30 Millimeter.

Beikleber und Warenproben auf Anfrage, Basisanzeige in der Gesamtauflage lt. Preisliste.

Alle Preise in Euro zzgl. gesetzlicher MwSt.

Rabatte & Zuschläge

Vorzugsplatzierungen:

- 2. und 3. Umschlagseite:
- 4C-Anzeigenpreis + 15 %
- 4. Umschlagseite:
- 4C-Anzeigenpreis + 20 %

Anschnittzuschlag/ Bunddurchdruck:

(Nicht rabatt- bzw. provisionsfähig!)

Grundpreis + 10 %

Chiffre-Gebühr:

(Nicht rabatt- bzw. provisionsfähig!)

EUR 10,— (Ausland EUR 15,—)

Nachlässe (bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten):

Malstaffel

ab 3 Anzeigen	3 %
ab 6 Anzeigen	5 %
ab 9 Anzeigen	10 %
ab 12 Anzeigen	15 %
ab 24 Anzeigen	20 %

Mengenstaffel

ab 3 Seiten	5 %
ab 6 Seiten	10 %
ab 9 Seiten	15 %
ab 12 Seiten	20 %
ab 24 Seiten	25 %

Verlagsangaben & technische Daten

Verlag: Modellsport Verlag GmbH
Schulstraße 12, D-76532 Baden-Baden
Postfach 21 09, D-76491 Baden-Baden
Telefon: +49 7221.9521-0
Telefax: +49 7221.9521-45
info@kajak-magazin.com
www.kajak-magazin.com

Anzeigenleitung: Steffen Weyrauch
+49 7221.9521-17
anzeigen@kajak-magazin.com

Bankverbindungen: Stadtparkasse Baden-Baden
0-039 487 (BLZ 662 500 30),
Deutsche Bank AG Baden-Baden
0-356 790 (BLZ 662 700 01),
Bankhaus Carl Spängler & Co. Salzburg
100 13 56 15 (BLZ 1 95 30),
Schweiz: Postfinanz 40-607990-1

Zahlungsbeding.: nach Rechnungserhalt rein netto

Erscheinungsweise: zweimonatlich

Verbreitung: kajak wird europaweit verkauft und gelesen

Anzeigenschluss: siehe Terminplan

Rücktrittsrecht: jeweils 1 Tag vor Anzeigenschluß

Zeitschriftenformat: 230 x 297 mm hoch

Satzspiegel: 185 x 248 mm hoch

Spaltenbreite: 1 Spalte 58 mm breit
2 Spalten 122 mm breit
3 Spalten 185 mm breit

Beschnittzugabe: 3 mm je Schnittkante

Druckvorlagen: Scannerfähig, flexibel, ohne Raster. Der Verlag übernimmt gegen Berechnung der Selbstkosten die Datei-Anfertigung
Preis auf Anfrage

Digitale Daten: Mac: QuarkXPress (bis 7.31), Adobe Photo-shop CS3, Adobe Illustrator CS1

Bevorzugte Medienformate:
JPEG, TIFF, PDF X3

mindestens 350 dpi, CMYK-Farbmodus

Datenträger: CD-ROM, DVD-(R-RW-RAM-DL)

Digitale Druckunterlagen in Form von Druck-PDF, druckoptimiert geschlossene EPS-Datei mit eingebetteten Schriften (in Kurven bzw. Pfad umwandeln/Vektorgrafik) und Bildern nicht komprimiert, als PDF, EPS oder TIFF, Auflösung mind. 350 dpi, abgespeichert im 4 Farb-Modus CMYK. Das Format angelegt in Originalmaßen plus Beschnittzugaben und Beschnittmarken. Zusätzlich ein farbverbindliches Proof mit Prüfkeil nach neuestem Medienstandard. Ohne farbverbindliches Proof übernimmt der Verlag keine Haftung für das Druckergebnis. RGB-Dateien o. ä. führen zu Belichtungsfehlern, die vom Verlag nicht vertreten werden. Bei Daten- und Prooferstellung Druck nach ISO-Standard 12647-2 berücksichtigen.

INFO

Den Terminplan mit allen Erscheinungs-terminen des kajak-Magazins finden Sie im Internet unter www.kajak-magazin.com

Es gelten unsere allgemeinen Geschäftsbedingungen.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Anzeigen und Fremdbeiträge in Zeitungen und Zeitschriften.

1. »Anzeigenauftrag« 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 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 Abschluss 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 höhere Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeichen dem Preis entsprechend in anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeiträge, die erklärtermaßen ausschließlich in 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 Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
8. Der Verlag behält sich vor, Auftragsaufträge - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - und Beilagenaufträge aus wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt nach pflichtgemäßem Ermessen des Verlages gegen Gesetz, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden.
Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und dessen 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 Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen, oder der Beilagen, Beihefen, Beikleber etc. ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Erstzusage, 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 Ersatzanzage erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind - auch bei telefonischer Auftragserteilung - ausgeschlossen; Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen; 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 vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
12. Sind keine besonderen Grössenwortschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leisten will, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen 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 offstehender 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 Druckstöcke, Matrern und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung 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 Preiserminderung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren zu v. H. beträgt.
Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, daß dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.
18. Bei 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. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferendienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.
19. Druckunterlagen und Datenträger werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
20. 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. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes gelegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.
21. (Sondervorschrift bei Auflagenminderungen von Titeln mit weniger als zweimal wöchentlichem Erscheinen, die heftbezogene Auflagenenden veröffentlichten) Abweichend von Nummer 17 berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagenenden veröffentlichten, nur dann zu einer Preiserminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage ("Garantieauflage") von bis zu 500 000 Exemplaren 10 v. H. und bei einer Auflage (Garantieauflage") von über 500 000 Exemplaren 5 v. H. überschreitet. Die der Garantie zugrundeliegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IVW. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr aus dem Auflagendurchschnitt der vier Quartale vor dem Insertionsjahr, soweit nicht vom Verlag eine absolute Auflagenzahl als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preiserminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengentafel und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preiserminderung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde. Die mögliche Auflagenminderung errechnet sich als Saldo der Auflagenüber- und Auflagenunterschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Insertionsjahres. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennetzes unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalgutschrift oder wenn dies nicht mehr möglich ist als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2500,- € EUR beträgt.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

- a) Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftssübliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er vom Auftraggeber irreführt oder getäuscht wird. Durch Erteilung eines Anzeigentextes verpflichtet sich der Inserent, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen, und zwar nach Massgabe des jeweils gültigen Anzeigen tariffs.
- b) Der Auftraggeber trägt 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 Auftrags, auch wenn er nicht rechtzeitig sistiert wurde, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen nicht rechtzeitig sistierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keine Ansprüche gegen den Verlag zu. Der Auftraggeber hält den Verlag auch von allen Ansprüchen aus Verstößen gegen das Urheberrecht frei.
- c) Abbestellung müssen schriftlich erfolgen. Bei Abbestellung einer Anzeige kann der Verlag die entstandenen Satzkosten berechnen.
- d) Angebote von Vermittlern auf Ziffernanzeigen werden nicht befördert.
- e) Fälle höherer Gewalt wie auch Arbeitskämpfmassnahmen entbinden den Verlag von der Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistungen von Schadensersatz.
- f) Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen in Verlagsbeilagen, Sonderveröffentlichungen und Kollektiven Sonderpreise festzulegen.
- g) Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- h) Sind etwaige Mängel an gelieferten Drucksachen, wie Beihefen, Beikleber etc. nicht sofort, sondern erst bei der Verarbeitung erkennbar, so hat der Werbungtreibende dadurch entstehende Mehrkosten oder Verluste bei der Herstellung zu tragen.

Das magazinbegleitende Online-Portal

www.kajak-magazin.com

Nutzen Sie die Möglichkeiten der Online-Werbung und erhöhen Sie die Reichweite Ihrer Botschaft durch die Bannerschaltung auf www.kajak-magazin.com

Wir bieten Ihnen alle gängigen Größen und Formate zu günstigen Konditionen!

Preise auf Anfrage.

WERBEFORMATE

The screenshot shows the homepage of the kajak-magazin.com website. The layout includes a header with the magazine logo and navigation links (Startseite, Abmelden, Magazin, Abonnieren, «Onlineshop, Kontakt»). Below the header, there are several content blocks. On the left, there is a news section titled 'news & report' with an article about 'Uonda Engjadinaisa'. In the center, there is a large red box labeled 'Content Ads'. On the right, there is a 'Jetzt im Handel:' section featuring a magazine cover and a 'Small Square' ad. At the bottom, there is another news section with an article about 'Meisterschaftsmedaillen von Markkleberg sind vergeben' and a 'Superbanner quer' ad. The website also features social media links for Facebook and Twitter.

Skyscraper hoch

Content Ads

(Platzierung im redaktionellen Umfeld der Website)

max. Breite 290 Pixel

max. Höhe 290 Pixel

Small Square

(Platzierung im redaktionellen Umfeld der Website, Dauereinklennung)

max. Breite 200 Pixel

max. Höhe 200 Pixel

Skyscraper hoch

(Platzierung neben dem Content / vertikal)

max. Breite 160 Pixel

max. Höhe 600 Pixel

Small Square

Superbanner quer

Superbanner quer

(Platzierung im redaktionellen Umfeld der Website)

max. Breite 800 Pixel

max. Höhe 100 Pixel

Das kajak-Magazin gibt es auch auf facebook.

facebook

