

Mediadaten  
**Mallorca**  
**im Überblick!**  
2019



# MALLORCA IM ÜBERBLICK 2019

Mallorca Lifestyle- & Reisemagazin



<b>Erscheinungstermin:</b>	27. September 2018
<b>Anzeigenschluss:</b>	27. August 2018
<b>Druckunterlagenschluss:</b>	3. September 2018
<b>Startauflage:</b>	40.000 Exemplare
<b>Gültigkeitsdauer:</b>	Ein Jahr
<b>Distribution:</b>	Pressegrosso Deutschland/Mallorca; Flughäfen, Bahnhöfe, Hotels, Buch- und Zeitschriftenhandel
<b>Copypreis:</b>	EUR 9,80
<b>Umfang:</b>	ca. 240 Seiten, durchgehend 4-farbig
<b>Format:</b>	225 mm × 297 mm
<b>Papier:</b>	Bilderdruckpapier 70 g/qm

## Dateiformate:

Ausschließlich EPS/PDF mit eingebundenen Schriften und Grafiken. Nur in absoluten Ausnahmefällen und nach vorheriger telefonischer Absprache werden generische Dateien entgegengenommen. Dabei ist besonders zu beachten, dass alle Schriften in Pfade umgewandelt wurden, Bilddaten müssen im EPS-Format geliefert werden. Bitte beachten Sie, dass die von Ihnen gelieferten Anzeigen in Breite und Höhe der Preisliste entsprechen (Satzspiegel oder im Anschnitt). Für die Übermittlungsqualität wird keine Garantie übernommen. Alle Daten müssen zwingend im CMYK-Modus geliefert werden. Farbprofil: ISO coated V2. Gestaltete Dokumente aus Word, Powerpoint oder sonstigen nicht gängigen Programmen können nicht verarbeitet werden. Wir behalten uns vor, zusätzliche Layout- und Bildbearbeitung sowie die Anfertigung druckfähiger PDF-Daten in Rechnung zu stellen.

## Anzeigenpreise

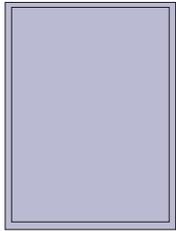
Format	s/w	4c
2/1	6.690,-	9.590,-
1/1	3.490,-	4.990,-
1/2	2.190,-	2.990,-
1/3	1.490,-	2.290,-
1/4	1.190,-	1.790,-

## Umschlagseiten (4c)

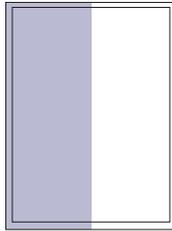
<b>U2</b> 6.750,-	<b>U3</b> 6.000,-	<b>U4</b> 7.500,-
-------------------	-------------------	-------------------

Preise in EUR zzgl. MwSt.

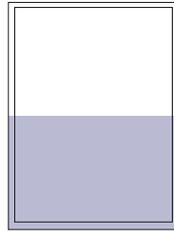
# Anzeigenformate Print



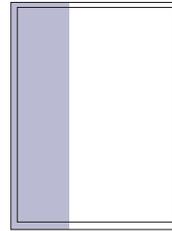
**1/1 Seite**  
S. 190 × 260  
A. 225 × 297



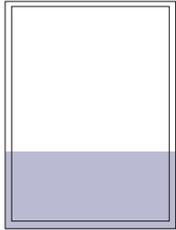
**1/2 Seite hoch**  
S. 93 × 260  
A. 110 × 297



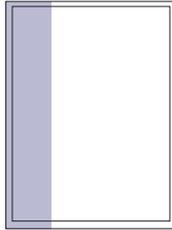
**1/2 Seite quer**  
S. 190 × 128  
A. 225 × 144



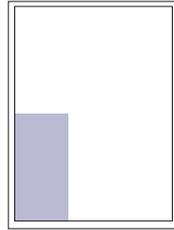
**1/3 Seite hoch\***  
S. 61 × 260  
A. 78 × 297



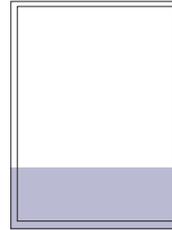
**1/3 Seite quer**  
S. 190 × 84  
A. 225 × 100



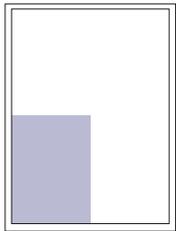
**1/4 Seite hoch**  
S. 44 × 260  
A. 61 × 297



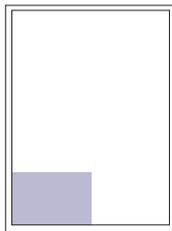
**1/6 Seite eck hoch**  
S. 60 × 128



**1/4 Seite quer**  
S. 190 × 65  
A. 225 × 80



**1/4 Seite eck**  
S. 93 × 128



**1/8 Seite quer**  
S. 93 × 62

\*Platzierung nach Absprache

- S. Satzspiegelformate
- A. Anschnittformate: zzgl. 4 mm  
Beschnittzugabe an allen  
angeschnittenen Seiten  
Alle anschnittgefährdeten Text-  
und Bildelemente mindestens 8 mm  
vom Beschnitt entfernt platzieren.

alle Angaben Breite x Höhe in mm

## Nachlässe und Zuschläge

Malstaffel	Mengenstaffel		
3 Anzeigen	5%	2 Seiten	10%
6 Anzeigen	10%	4 Seiten	15%
10 Anzeigen	20%	5 Seiten	20%

**Zuschläge** Anschnitt und Bunddurchdruck:  
+10% auf den 4c-Preis

**Beilagen** 49 Euro/Tsd.

**Beikleber** (Postkarten, Formate,  
Umfang und Warenproben etc.) Preis auf  
Anfrage

**Titelbelegung und  
Sonderwerbeformen** auf Anfrage

Ihre Veröffentlichung auf [www.mallorca-im-ueberblick.de](http://www.mallorca-im-ueberblick.de)



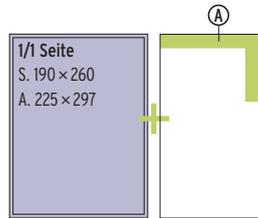
Profitieren Sie mit einer Online-Schaltung von attraktiven Reichweiten und einem seriösen und themenaffinen Werbeumfeld. RP ONLINE belegt mit seiner Web- und Mobile-Version Platz 1 der reichweitenstärksten Nachrichtenportale regionaler Tageszeitungen (IVW 3/17).

Das Ressort Mallorca bietet ein ideales Umfeld für Ihre Werbeplatzierung. Tipps zu den schönsten Stränden, Sehenswürdigkeiten und Lokalitäten in Palma und der Insel sowie Gastro-News bringen Reisebegeisterte und Mallorca-Fans mit Ihrer Werbung in Kontakt.

Mit einer crossmedialen Schaltung nutzen Sie die Vorteile von Print und Online und erweitern Ihre Reichweite.

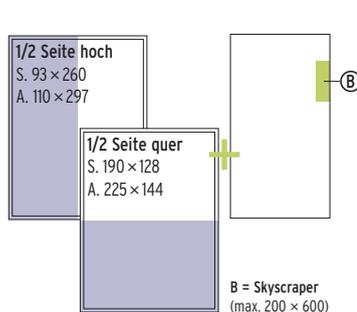
# Anzeige in MALLORCA IM ÜBERBLICK + Onlinewerbemittel auf [www.mallorca-im-ueberblick.de](http://www.mallorca-im-ueberblick.de)

## Paket 1



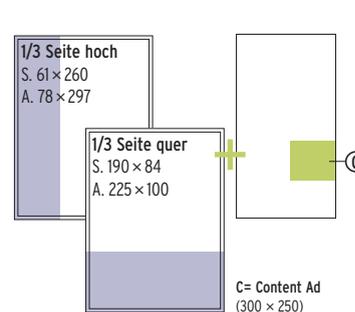
A = Wallpaper  
(805 × 110 und  
200 × 600)

## Paket 2



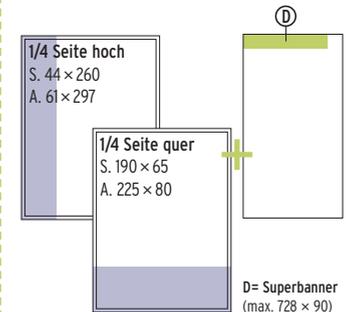
B = Skyscraper  
(max. 200 × 600)

## Paket 3



C = Content Ad  
(300 × 250)

## Paket 4



D = Superbanner  
(max. 728 × 90)

Onlinewerbemittel auf [www.mallorca-im-ueberblick.de](http://www.mallorca-im-ueberblick.de) zzgl. 15 % des Anzeigenpreis.

Laufzeit der Werbemittel: 4 Wochen.

Crossmediale Buchung nur in Kombination möglich. Weitere Werbeformate auf Anfrage.

Beispiel:

1/1 S. + Wallpaper = 4.990 € + 15 % = 5.738,50 € zzgl. 19 % MwSt.

# Kontakt

## Verkauf

### Anja Corsten

Mediaberaterin  
Telefon 0211 505-2902  
Fax 0211 505-1002902  
anja.corsten@rheinische-post.de

### Birgit Hießmanns

Mediaberaterin  
Telefon 0211 505-2964  
Fax 0211 505-1002964  
b.hueessmanns@rheinische-post.de

### Stephanie Scheren

Key Account Magazine  
Telefon 0211 505-2910  
Fax 0211 505-1002910  
stephanie.scheren@rheinische-post.de

### Daniela Schmidt

Mediaberaterin  
Telefon 0211 505-2941  
Fax 0211 505-1002941  
daniela.schmidt@rheinische-post.de

### Andrea Zadow

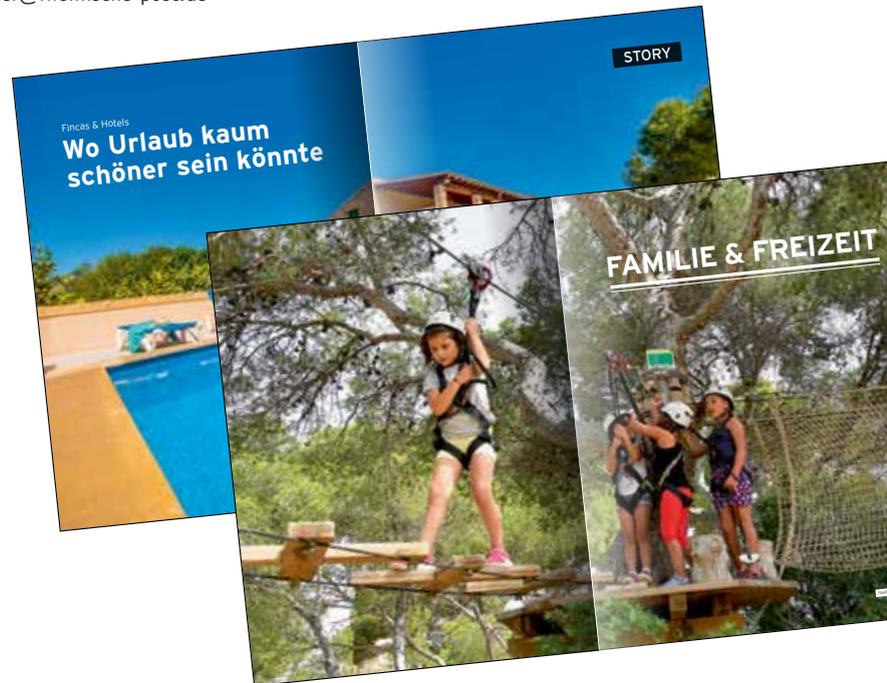
Key Account Magazine  
Telefon 0211 505-2965  
Fax 0211 505-1002965  
andrea.zadow@rheinische-post.de

## Verlag

Rheinische Post Verlagsgesellschaft mbH  
Zülpicher Straße 10 | 40549 Düsseldorf  
**Daniel Spiegel**  
Leitung Content Marketing

### Sabrina Schneider

Produktmanagerin  
Telefon 0211 505-2890  
Fax 0211 505-1002890  
sabrina.schneider@rheinische-post.de



# Allgemeine Geschäftsbedingungen

## Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen 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 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 Rechtsrügen, 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. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

6. Aufträge und Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärt-Tabellen 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 Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass diese der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

7. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeige erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

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 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 oder Zeitschrift erwecken oder Fremdzetelungen 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 Druckerunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungssfehler.

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 nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. 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 kau oder ähnlichen Geschäftsvorfällen ist der Verlag darüber hinaus auch nicht für die 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 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 Probeauftrages gesetzten Frist mitgeteilt werden.

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

13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlungen leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber vierzehn 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 Zahlungsvorzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsvorzug 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. 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 vertretete) 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 20 %
bei einer Auflage bis zu	100 000 Exemplaren 15 %
bei einer Auflage bis zu	500 000 Exemplaren 10 %
bei einer Auflage über	500 000 Exemplaren 5%

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 Chiffre-Anzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffre-Anzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Chiffre-Anzeigen 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 Chiffre-Verfahrens zu öffnen. Zu Preiserminderungen und Vergünstigungen, geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

19. Druckerunterlagen 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. 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

1. Für rechtzeitige Lieferung der Druckerunterlagen ist der Werbungtreibende verantwortlich. Die Rückgabe erfolgt im allgemeinen nur auf besonderen Wunsch und auf dem einfachen Postweg.

2. Bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen bzw. bei fernmündlich veranlassenden Änderungen wird keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe übernommen.

3. Zusätzliche mündliche Vereinbarungen erhalten erst durch schriftliche Bestätigung der Anzeigenverwaltung Gültigkeit.

4. Mit der Erteilung eines Anzeigenauftrages erkennt der Auftraggeber die Allgemeinen und die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Verlages an. Bei privaten Anzeigenaufträgen gilt dies, wenn der Auftraggeber nach Hinweis auf die Anwendung der Geschäftsbedingungen den Auftrag ohne Widerspruch erteilt. Die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen gehen den Allgemeinen Geschäftsbedingungen vor.

5. Der Auftraggeber ist für den rechtlichen Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige verantwortlich und stellt sicher, dass die Inhalte - insbesondere Texte, Bilder und Grafiken - keine Rechte Dritter, insbesondere Urheberrechte oder sonstige Schutzrechte verletzen. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung der Anzeige frei, einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverteidigung. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Anzeigenauftrag die Rechte Dritter beeinträchtigt. Ist der Verlag zum Abdruck einer Gegendarstellung verpflichtet, hat der Auftraggeber die Kosten nach der gültigen Anzeigenpreisliste zu tragen.

6. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Wenn bei Fehleranfragen, die vor Bekanntgabe der neuen Preisliste erteilt wurden, gilt der erste Auftreten durch den Auftraggeber sofort reklamiert wurde, erkennt der Verlag einen Ausgleichsanspruch nur für eine Anzeige an. Erscheint eine vereinbarte Ersatzanzeige nicht in angemessener Frist oder erneut nicht einwandfrei, kann der Auftraggeber von dem Vertrag zurücktreten. Weitergehende Schadenersatzansprüche bei Anzeigen, sowie Schadenersatzansprüche bei Beilagen, gleich aus welchem Rechtsgrunde, sind ausgeschlossen, es sei denn, es läge Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit des Verlegers oder des Wesentlichen der Anzeige oder seiner leitenden Angestellten vor. Soweit es die Gesetze zwingend vorsehen, haftet der Verlag auch für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit seiner Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung für leichte Fahrlässigkeit ist in jedem Fall ausgeschlossen. Der Schadenersatz ist der Höhe nach, soweit dies gesetzlich zulässig ist, in erster Linie auf eine Ersatzanzeige, hilfsweise auf den Wert der Anzeige, bei Beilagen auf den Herstellungswert der Beilagen beschränkt.

7. Neue Anzeigenpreise treten mit dem aus der Preisliste ersichtlichen Zeitpunkt in Kraft. Dies gilt auch für laufende Rahmenverträge (Abschlüsse) und Anzeigenaufträge. Für Einzelaufträge, die vor Bekanntgabe der neuen Preisliste erteilt wurden, gilt der alte Preis, sofern die Anzeige oder Beilage innerhalb von vier Monaten erscheinen soll.

8. Die gewerbliche Verwertung von Zuschriften auf Anzeigen durch Dritte ist nicht gestattet.

9. Die Werbungsmitler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mitteilungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

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