



Diners Club Die besten Seiten des Lebens *Magazin*

MEDIADATEN 2010



Das Diners Club Magazin – die Nr. 1 in Europa

Das deutsche Diners Club Magazin war das erste Magazin für Kreditkartenkunden in Europa. Bis heute überzeugt es die Besitzer der ersten Kreditkarte der Welt Monat für Monat mit journalistischer Klasse und einer anregenden Mischung globaler Themen. Das Diners Club Magazin vermittelt Zeitgeist und Lebensgefühl und ist eines der anspruchvollsten deutschen Lifestyle-Kundenmagazine. 2005 und 2008 wurde das Magazin mit der Silber-Medaille des BCP-Award ausgezeichnet. Der Abonnentenanteil der monatlich verkauften Auflage von ca. 50.000 Exemplaren beträgt 70 % – ein absoluter Spitzenwert. Er setzt sich zusammen aus Mitgliedern des Diners Club Deutschland, die das Magazin im bezahlten Abonnement beziehen, und einer Teilaufgabe, die an Flughafen-Lounges und Diners Club Partner in der Luxusshotellerie verkauft wird. Zudem kommt das Magazin als Flugbegleiter zum Einsatz: Seit 2006 liegt Diners auch in den Flotten von Air Mauritius und Air Dolomiti zur Lektüre aus. Jedes Magazin in der Abo-Auflage wird im Durchschnitt von 2,3 Personen gelesen.

Der Diners Club – die Weltpioniere

1949 in New York gegründet, wurde der Diners Club zum Herausgeber der ersten Kreditkarte der Welt, die ihren Besitzern bis heute finanzielle Freiheit, Sicherheit und Renommée schenkt. Neben dem unbegrenzten Verfügungsrahmen an über 12 Mio. Akzeptanzstellen und der weltweiten Bargeldabhebung an 800.000 Geldautomaten genießen Diners Club Mitglieder vielfältige Services wie kostenlose VIP-Airport- und Business-Lounges, Partnerkarten und Corporate Cards mit Kostenmanagement, Kultur- und Reiseservices u.v.m. Mit der Übernahme des Diners Club International durch Discover Financial Services im Jahr 2008 steigert sich das Service-Angebot für die ca. 8 Mio. Mitglieder weiter. So können Diners-Karteninhaber ihre Karte künftig auch an den 5 Mio. Discover-Akzeptanzstellen in den USA zum Einsatz bringen. Sukzessive werden in den kommenden Jahren weitere attraktive Services umgesetzt.



Preisträger 2008, Diners-Verleger Gerd Giesler (rechts außen) und Herausgeber Dr. Hans Christian Meiser (links außen)

Die Diners Club Magazin Awards – für die Besten Deutschlands

Jedes Jahr im November werden in München die Diners Club Magazin Awards verliehen. Auf der glamourösen Gala mit rund 300 geladenen Gästen aus Politik, Wirtschaft, Adel und Kultur wird die begehrte Auszeichnung in neun Kategorien überreicht. Die Diners-Leserschaft und eine Fachjury wählen aus Kategorien wie „Hotel“, „Auto“, „Koch“, „Urlaubsregion“, „Kreuzfahrtschiff“, „Winzer“, „Visionär“ und „Soziale Initiative“ ihre Favoriten. Die Auszeichnung „Gewinner des Diners Club Magazin Awards“ ist inzwischen zu einem begehrten Gütesiegel avanciert.



Von der Redaktion getestete und im Magazin empfohlene Hotels, Restaurants, Winzer, Reise- und Serviceunternehmen werden mit einer Urkunde und einem Gütesiegel ausgezeichnet



61,1 % der Leser sagen, dass das Magazin ihren Lebensstil gut bis hervorragend widerspiegelt

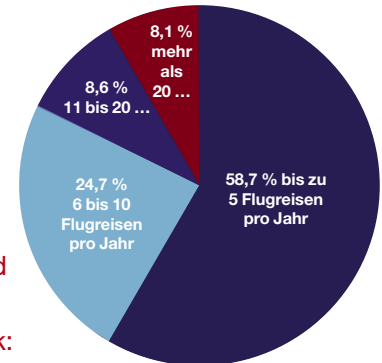
Auszüge aus der Diners Club Magazin Leserumfrage

Im Dezember 2005 wurde eine schriftliche Leserumfrage durchgeführt. Das Ergebnis basiert auf 412 vollständig ausgefüllten Fragebögen von Karteninhabern/Abonnenten. Die von einem unabhängigen Institut vorgenommene Auswertung macht deutlich, dass die Diners Club Mitglieder begeisterte Leser und Nutzer des Magazins sind:

- 89,1 % haben die letzten 12 Ausgaben gelesen
- 61,1 % der Leser sagen, dass das Magazin gut bis hervorragend ihren Lebensstil widerspiegelt
- 88,0 % empfinden das Magazin als gute bis hervorragende Lektüre

- 58,1 % wurden bisher mindestens 2 Mal aufgrund von Anzeigen dazu animiert, ein Produkt zu kaufen
- Jedes Magazin wird durchschnittlich von 2,3 Personen gelesen
- 52,1 % der Leser sind 41 bis 60 Jahre alt
- 57,1 % verfügen über ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von 5.000 Euro und mehr
- 45,8 % haben einen monatlichen finanziellen Spielraum von 2.000 Euro und mehr
- Unsere Leser sind interessiert bis stark interessiert:
 - 94,1 % an exquisitem Essen und feinen Restaurants
 - 89,5 % an exklusiven Hotels und Wellness-Resorts
 - 82,7 % an besonderen Reiseangeboten
 - 80,6 % an erlesenen Weinen und Champagner
 - 80,5 % an Gesundheit & Medizin
 - 76,2 % an moderner Informationstechnologie
 - 73,4 % an exklusiver Mode
 - 68,9 % an den Themen Geld, Kapital und Altersvorsorge
 - 63,5 % an Autos mit mehr als 150 PS

Diners-Leser sind Vielflieger. Auch 20 Flüge und mehr sind keine Ausnahme. Hier die Take-off-Zahlen im Überblick:



Gesamt-Auflage: ca. 50.000 Exemplare
Abo-Auflage: ca. 35.000 Exemplare
Erscheinungsweise: monatlich, jeweils am Monatsanfang
Druckverfahren: Innenteil: Rollenoffset
Umschlag: Bogenoffset
Druckunterlagen: siehe Technische Angaben
Papier: Umschlag: 150 g/m² holzfrei, mattgestrichen
Innenteil: 80 g/m² fast holzfrei, mattgestrichen

Datenformate:

OFFENE DATEN: QuarkXPress 7 mit dazugehörigen Bilddaten und Schriften
GESCHLOSSENE DATEN: druckfähiges PDF/TIF oder EPS mit allen eingelagerten Bild- und Schriftdateien

Dokumentenformate:

Angeschnittene Anzeigen müssen im Nettoformat mit Überfüllung (Beschnittzugabe 3 mm/Seite) angelegt sein.

Digitalproof:

Der Proof muss von den mitgelieferten Daten hergestellt sein.

Auftragsabwicklung:

Datenträger und farbverbindliches Proof bitte an:

PMI Publishing GmbH, Produktion, Tina Probst,
Hanns-Seidel-Platz 5, 81737 München,
Tel. (0 89) 64 27 97-41, Fax (0 89) 64 27 97-77,
probst@journal-international.de
Datenanlieferung auf Anfrage auch über FTP möglich

Reklamationen aufgrund nicht korrekter Vorlagen bzw. Daten können nicht anerkannt werden.

Verlag: PMI Publishing Verlag GmbH & Co. KG
Verleger: Gerd Giesler
Hanns-Seidel-Platz 5, 81737 München
(089) 64 27 97- 0
Telefon:

Leitung Anzeigen, Advertorials & Promotions

Regina Bouga,
PMI Publishing Verlag GmbH & Co. KG,
Hanns-Seidel-Platz 5, 81737 München,
(0 89) 64 27 97-57,
Telefon: (0 89) 64 27 97-57,
Fax: (0 89) 64 27 97-77,
E-Mail: bouga@pmi-publishing.de

Anzeigendisposition: Katja Gerken
Telefon: (089) 64 27 97- 23
Fax: (089) 64 27 97- 77
E-Mail: gerken@journal-international.de

Bankverbindungen: Dresdner Bank München
Konto-Nr. 04 93 59 62 00
BLZ 700 800 00

Zahlungsbedingungen:

Zahlung innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum rein netto.
Bei Vorauszahlung, die bis zum Erstverkaufstag bei uns eingeht,
2 % Skonto, sofern ältere Rechnungen nicht überfällig sind.

Größe in Seitenteilen	Formate im Satzspiegel		Angeschnittene Anzeigen Beschnittzugabe rundum 3 mm		Preise Mehrfarb- Anzeige (vierfarbig) in Euro
	Breite mm	Höhe mm	Breite mm	Höhe mm	
1/1	185	238	212	280	9.900,-
2/3 hoch quer	123	238	135	280	6.900,-
	185	158	212	186	
1/2 hoch quer	92	238	101	280	5.200,-
	185	119	212	140	
1/3 hoch quer	61	238	73	280	3.500,-
	185	79	212	92	
1/4 hoch Eckfeld quer	46	238	58	280	2.700,-
	92	119	104	132	
	185	59	212	70	
1/6 hoch Eckfeld quer	30	238	42	280	1.750,-
	61	119	73	132	
	92	39	104	92	
2/1 1 1/2 (1/1 + 1/2 hoch)	400	238	424	280	19.200,- 14.900,-
	304	238	316	280	
U2 / U3					10.500,-
U4					11.200,-

Nachlässe:

Malstaffel

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

Mengenstaffel

- ab 3 Seiten 5 %
- ab 6 Seiten 10 %
- ab 9 Seiten 15 %
- ab 12 Seiten 20 %

SONDERINSERTIONEN

Beilagen: Mindestauflage 20.000 Exemplare
 Höchstformat: 200 mm breit x 270 mm hoch
 Preise: bis 25 g **110,- EUR %**
 je weitere angefangene 5 g **25,- EUR %**

Beihefter: Nur für die Gesamtauflage möglich
 (Papiergewicht maximal 170 g/m²)
 4-seitig: mind. 80 g/m², ab 8-seitig: mind. 50 g/m²
 Höchstformat: 212 mm breit x 280 mm hoch + 3 mm Beschnitt
 Preise: 4-seitig **135,- EUR %**
 8-seitig **180,- EUR %**

Beikleber: Antwortkarten auf 1/1-Anzeigen geklebt
 Klebezone: 15 mm Mindestabstand von Bund bzw. Beschnittkante
 Preise: Zusätzlich zu den Anzeigenpreisen werden
 technische Mehrkosten erhoben:
 Antwortkarten **45,- EUR %**

Postgebühren: bis 25 g **15,- EUR %**
 (nicht rabattfähig)

Auflage & Muster: Für alle Arten von Sonderinsertionen ist die
 aktuelle Auflage vor Anzeigenschluss zu erfragen.
 Kalkulationsauflage bei Gesamtbelegung: ca. 50.000 Exemplare
 Die Beschaffenheit aller Sonderinsertionen muss eine reibungslose
 maschinelle Verarbeitung gewährleisten. Zur Prüfung ist die Vorlage eines
 verbindlichen Musters bei Auftragserteilung obligatorisch. Datenlieferung
 an Tina Probst, Tel. (0 89) 64 27 97-41, probst@journal-international.de
 Versandanschrift für Beilagen, Beihefter und Beikleber auf Anfrage.

Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen.

TERMINE 2010

Ausgabe	Erscheinungstermin	Rücktrittstermin	DU-Schluss	Liefertermin: Beilagen, Beihefter, Beikleber
Februar 2010	Mi., 27.01. 2010	30.11. 2009	04.12. 2009	14.12. 2009
März 2010	Mi., 24.02. 2010	11.01. 2010	15.01. 2010	22.01. 2010
April 2010	Mi., 31.03. 2010	15.02. 2010	19.02. 2010	06.03. 2010
Mai 2010	Mi., 28.04. 2010	08.03. 2010	12.03. 2010	19.03. 2010
Juni 2010	Mi., 26.05. 2010	31.03. 2010	08.04. 2010	15.04. 2010
Juli 2010	Mi., 30.06. 2010	10.05. 2010	18.05. 2010	26.05. 2010
August 2010	Mi., 28.07. 2010	11.06. 2010	17.06. 2010	24.06. 2010
September 2010	Mi., 25.08. 2010	12.07. 2010	16.07. 2010	21.07. 2010
Oktober 2010	Mi., 29.09. 2010	16.08. 2010	19.08. 2010	25.08. 2010
November 2010	Mi., 27.10. 2010	13.09. 2010	16.09. 2010	22.09. 2010
Dezember 2010	Mi., 24.11. 2010	11.10. 2010	14.10. 2010	19.10. 2010
Januar 2011	Mi., 15.12. 2010	29.10. 2010	04.11. 2010	10.11. 2010

THEMENSCHWERPUNKTE 2010

STÄNDIGE RUBRIKEN DES MAGAZINS

Reisen & Leserreisen – Reiseziele, Hoteltipps, Leserangebote

Gastronomie & Wein – Restaurant-News, Weinkolumne

Kunst & Kultur – Kulturevents, aktuelle Termine

Auto & Autonews – Neuheiten im Diners-Test

Finanzen – Experten-Rat für Anleger

Beauty & Gesundheit – Tipps, Trends und Produkte

THEMENSPECIALS 2010

Wir schicken Ihnen auf Anfrage gerne eine detaillierte Themenliste der monatlichen Specials zu. Anfragen bitte an: bouga@pmi-publishing.de

PREISE UND KOSTEN

- a) Die Preise verstehen sich ausschließlich der gesetzlichen MwSt und können jederzeit durch schriftliche Mitteilung geändert werden. Wird die Anzeigenpreisliste geändert, so treten die geänderten Rechnungen auch bei laufenden Aufträgen sofort in Kraft.
- b) Falls der Anzeigenkunde Bildmaterial, Skizzen, Layout, Fotos oder Bildbearbeitung bzw. andere Leistungen oder Sonstiges benötigt (zusammen die „Produktionsarbeiten“), hat er diese nach Aufwand zuzüglich der gesetzlichen MwSt gemäß Angebot zum Zeitpunkt der Anfrage an PMI Publishing Verlag GmbH & Co. KG (im Folgenden PMI Publishing genannt) zu bezahlen.
- c) Das Urheberrecht an allen von PMI Publishing durchgeführten Produktionen geht auf PMI Publishing über.

AUFTRÄGE

- a) Vertreter müssen den Namen ihrer Kunden und die Art der Werbung beim Bestellen angeben. Jede falsche oder fehlende Angabe berechtigt PMI Publishing zur Ablehnung oder Stornierung des Auftrags.
- b) Stornierungen durch Anzeigenkunden können nur bis zum letzten Werktag vor Anzeigenschlusstermin angenommen werden. Premium-Platzierungen müssen eine Woche früher storniert werden.
- c) Aufträge für Platzierungen unter- oder nebeneinander können nur vorbehaltlich der Verfügbarkeit zum Zeitpunkt der Drucklegung angenommen werden.
- d) Die Preisliste ist kein Vertragsangebot. Ein Vertrag kommt nur zustande durch Annahme des Auftrags des Anzeigenkunden durch PMI Publishing. Rechtsverbindlich wird jeder Auftrag erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag.

WERBERICHTLINIEN UND INAKZEPTABLE WERBUNG

Anzeigen, die auf Grund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkenntlich sind, werden mit dem Wort „Anzeige“ versehen. Werbung, die aufgrund ihrer Gestaltung oder ihres Inhalts nicht zum Stil des Magazins passt, kann vom Verlag abgelehnt werden.

ANZEIGENTEXT, BILDER UND MATERIALIEN

- a) Alle Anzeigentexte, Bilder und Materialien („Vorlagen“) müssen den auf der Preisliste genannten Spezifikationen entsprechen.
- b) Liefert der Anzeigenkunde bis zum geplanten Drucklegungsdatum keine fertige Vorlage, so ist PMI Publishing berechtigt, aber nicht verpflichtet, die Vorlage des vorangegangenen Zeitraums wiederzuverwenden.
- c) PMI Publishing haftet nicht für Korrekturen an der Vorlage nach dem festgelegten Termin.
- d) Alle von den Anzeigenkunden gelieferten Vorlagen werden auf Risiko des Inhabers aufbewahrt und sollten gegen Verlust oder Beschädigung versichert werden; sie können 7 Tage nach dem Veröffentlichungsdatum mit entsprechender Vorankündigung abgeholt werden. Werden sie nicht innerhalb von 6 Monaten abgeholt, ist PMI Publishing berechtigt, sie zu entsorgen. Als Wert für die oben genannten Dinge gelten ausschließlich die Materialkosten.

BEZAHLUNG

Die Zahlung hat innerhalb von 30 Tagen nach Erscheinung zu erfolgen.

ALLGEMEINES

Der Anzeigenkunde erkennt an, dass der Verlag rechtlich gesehen Auftraggeber ist und sichert demgemäß zu, dass alle Vorlagen (und deren Bestandteile) bei der Übergabe an PMI Publishing für die Produktion und nach Veröffentlichung folgende Bedingungen erfüllen:

- 1) Sie dürfen weder verleumderisch noch unanständig sein und müssen in jeder Hinsicht den vorgegebenen Richtlinien der Branche entsprechen.
- 2) Sie dürfen keinen Vertrag verletzen oder gegen ein Urheberrecht, Warenzeichen oder sonstiges Persönlichkeits- oder Markenschutzrecht von Personen oder Rechtssubjekten verstoßen oder dazu führen, dass PMI Publishing für Klagen aller Art und an welchem Ort auch immer haftbar gemacht wird.

- 3) PMI Publishing ist berechtigt, vorgelegte oder zuvor zur Veröffentlichung angenommene Anzeigen nach seinem alleinigen Ermessen abzulehnen oder auszuschließen.
- 4) Der Anzeigenkunde hält PMI Publishing absolut schadlos für alle PMI Publishing entstehenden Kosten, Schadenersatzforderungen oder Verluste, die mittelbar oder unmittelbar durch die Produktion oder Veröffentlichung einer Anzeige verursacht werden, welche den Anweisungen der Vorlage entspricht und/oder vom Anzeigenkunden oder einem von ihm Beauftragten genehmigt wurde, oder welche gegen die obigen Zusicherungen verstößt.
- 5) PMI Publishing wird bei der Erstellung und Veröffentlichung einer Anzeige die erforderliche Sorgfalt walten lassen; wird diese Anzeige jedoch nicht entsprechend dem angenommenen Auftrag (es sei denn durch schuldhaftes Verhalten des Anzeigenkunden) oder den Rechten von PMI Publishing veröffentlicht, so ist die Haftung von PMI Publishing maximal auf den Betrag einer für die Anzeige geleisteten Zahlung beschränkt. Für Fehler, Druckfehler oder Auslassungen, die eine Anzeige nicht wesentlich beeinträchtigen, wird keine Entschädigung geleistet. Liefert der Kunde kein farbverbindliches Proof nach ISO 12647-2, PSO Offsetskala, so ist eine Reklamation bezüglich der Farbigkeit ausgeschlossen. PMI Publishing kann auf Verlangen des Anzeigenkunden anstelle einer Geldforderung des Anzeigenkunden, eine weitere oder berichtigende Anzeige schalten, die in Art und Standard der nicht entsprechend dem angenommenen Auftrag veröffentlichten Anzeige gleich kommt.
- 6) Der Anzeigenkunde darf seinem Klienten den Anzeigenraum nur mit schriftlicher Zustimmung von PMI Publishing zu einem höheren Preis weiter berechnen.
- 7) Für Anzeigen, die redaktionelle Promotions oder Sonderangebote enthalten, hat der Anzeigenkunde bei Aufgabe seiner Bestellung alle Details zu liefern.
- 8) Diese Bedingungen unterliegen dem deutschen Recht und sind nach diesem auszulegen, und die Vertragsparteien unterwerfen sich der ausschließlichen Zuständigkeit der Gerichte. Ausschließlicher Gerichtsstand für alle aus diesem Vertragsverhältnis ergebenden Streitigkeiten ist München.



PMI Publishing Verlag GmbH & Co. KG

Hanns-Seidel-Platz 5,

D 81737 München

www.pmi-publishing.de

Tel. 089-64 27 97 - 0, Fax - 77

Geschäftsführung

Stefan Endrös, Gerd Giesler,

Christian Schwalbach