

QVEST

DER METROPOLEN- LIFESTYLE GUIDE

MEDIADATEN 2016 / 2017

GÜLTIG AB 01.11.2016



DER STIL EINER STADT

Willkommen in den Metropolen der Welt.

Die neue QVEST ist der Schlüssel zu dem Stil einer Welt-Stadt, die jeweils den Schwerpunkt einer Ausgabe bildet – ein Reise-Almanach des Luxus.

Wir konzentrieren uns auf die meistbesuchten Lifestyle-Metropolen der Welt. Wo man einkauft, tanzt, sich amüsiert, was man isst und welches die persönliche Lieblingsorte lokaler Celebrities sind. QVEST fühlt am Puls der großen Städte, der Mode, des Luxus, des Reisens und eines globalen, mobilen und mondänen Lebensstils.



Statussymbol »unterwegs«

Die modernen »Ascetic Luxurians« erfüllen ihre Ansprüche an Luxus ohne Statusdenken und Bling-Bling. Sie definieren sich durch das Leben, das sie führen und die Orte, die dazu passen. Neben hochwertigen Marken suchen sie nach hochwertigen Erlebnissen. QVEST führt sie direkt an die Orte des Geschehens.

Die Marktsegmente der Luxusprodukte werden weiter wachsen - manche sagen, bis zum Jahr 2020 sogar voraussichtlich um 45 Prozent*. Das gilt für Haute Couture wie für Luxussegmente in den Bereichen Interior, Design, Accessoires, Kunst und Kultur, Automotive, Travel und Lifestyle.

KERNZIELGRUPPE

MÄNNER/FRAUEN
GEBILDET
HÖHERES EINKOMMEN
30-59 JAHRE
LUXUS- UND DESIGNORIENTIERT
KOSMOPOLITISCH

*aus der Studie »Millenials« (ab 1985 Geborene): Global Travel Consumerism, Trevor Hardy, Future Lab LSN Global 2015.



DISTRIBUTION

Präsenter. In jeder Hinsicht.

Mit monothematischem Fokus und dem Zusatznutzen eines besonderen City Guides wird QVEST zukünftig auch im Buchhandel vertreten sein. Die Angebotsphase des originären Magazins wird damit im Zeitschriftenfachhandel, in der Bahnhofsbuchhandlung und an Flughäfen deutlich verlängert, was die Remissionsquote senkt und die Anzahl der Leser deutlich steigert.

FACTS

COPYPREIS: EUR 12,90

ERSTAUFLAGE: 40.000 EXEMPLARE*

SAISONUNABHÄNGIG UND GERINGE REMISSION

VERTRIEB: BOOK- UND CONCEPTSTORES | DESIGNHOTELS |
ZEITSCHRIFTENHANDEL | FLUGHAFEN- UND BAHNHOFBUCHHANDEL

*Nachdruck möglich



AUSBLICK

Destinationen 2016/2017

QVEST #3: Köln

erscheint im Dezember 2016

QVEST #4: New York City

erscheint im März 2017

QVEST #5: München

erscheint im Juni 2017

QVEST #6: Wien

erscheint im September 2017

QVEST #7: Amsterdam

erscheint im Dezember 2017

Für genaue Informationen zum jeweiligen Anzeigenschluss und Druckunterlagenschluss stehen wir Ihnen gerne persönlich zur Verfügung.



Media & Brand Solutions 2016/2017

Anzeigengestaltung. Advertorial. Special.
Beihefter. QVEST-Sonderausgabe für
POS. Media Kooperationen. Corporate
Publishing. Markenberatung.
Wir beraten Sie gerne individuell.

Kontakt

QVEST / Katina Kamke
Corporate Management
Fon +49 221 952 749 0
Fax +49 221 952 749 99
kamke@qvest.de

Premium Platzierungen 2016 / 2017

Opening Spread – nur im Doppelseiten-Format:

Seite 2 und Seite 3:	Euro	24.100,-
3. Umschlagseite:	Euro	9.300,-
4. Umschlagseite:	Euro	14.050,-

Advertising Rates

Basistarife:

1/1-Seite, 4c und b/w:	Euro	9.100,-
2/1-Seite, 4c und b/w:	Euro	18.200,-
1/2-Seite, 4c und b/w:	Euro	4.550,-
1/3-Seite, 4c und b/w:	Euro	3.250,-

Mal- und Mengenstaffel

Mengenrabatt/Anzeigen:

Jahresabschluss (volle 12 Kalendermonate)

2 Seiten	5%
> 3 – 4 Seiten	10%
> 5 – 8 Seiten	15%
> 9 – 10 Seiten	17%
> 11 Seiten	auf Anfrage

*Branchen-Sonderrabatt (ermäßigter Grundpreis) für
Galerien, regionaler Retail, Buchverlage, Hotels: 20% auf Grundpreis.*

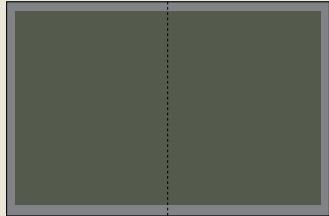


Premiumplatzierungen / Anzeigenbeispiele aus QVEST 2014-2016

Limited! Prozentualer Anteil von Anzeigen am Gesamtumfang

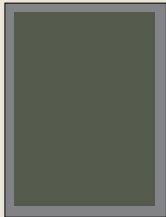
Um die Werbewirksamkeit einer Anzeige zu erhöhen, wird der prozentuale Anteil von Anzeigen auf 10% des gesamten Heftumfangs begrenzt.

ANZEIGENFORMATE



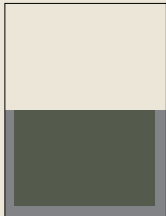
2/1 Seite

2/1 Seite im Anschnitt im
Bunddurchdruck: 430 mm x 285 mm
2/1 Seite im Satzspiegel im
Bunddurchdruck: 406 mm x 258 mm



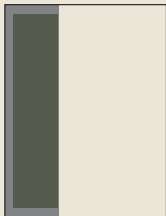
1/1 Seite

1/1 Seite im Anschnitt: 215 mm x 285 mm
1/1 Seite im Satzspiegel: 187 mm x 258 mm



1/2 Seite

1/2 Seite im Anschnitt: 215 mm x 142 mm
1/2 Seite im Satzspiegel: 187 mm x 127 mm



1/3 Seite

1/3 Seite im Anschnitt: 71 mm x 285 mm
1/3 Seite im Satzspiegel: 59 mm x 258 mm

TECHNISCHE DATEN

Heftformat

215 mm x 285 mm

Druckverfahren

Umschlag: Bogenoffset, Inhalt: Rollenoffset
Feinraster (Sublima Rastertechnologie) mit Andruck
in der Reihenfolge Schwarz, Cyan, Magenta, Yellow.
Geringe Tonwertabweichungen sind im Toleranzbereich
des Rollenoffsetdrucks begründet.

Verarbeitung

Klebebindung

Papier

Circle Offset white

Daten

PDF, Farbprofil: ISO Coated v2 300% (ECI).
Alle Formatangaben zzgl. 5 mm umlaufendem Beschnitt,
werberelevante Text- und Bildelemente müssen mindestens
10 mm Abstand zum Beschnitt haben. Wenn bei Doppelseiten
Texte oder wichtige Bildelemente durch den Bund laufen,
müssen die Bilddaten in der Mitte eine Doppelung von 5 mm je Seite aufweisen.
Anlieferung jedoch als zwei separate Einzelseiten-PDF (= 2 Dateien)!
Diese Bundzugabe muss im Endformat der Doppelseite enthalten sein.

Datenversand

QVEST, Zeughausstrasse 13, 50667 Köln
Fon +49 221 952 749 0, Fax +49 221 952 749 99
advertising@qvest.de
FTP-Zugang auf Anfrage

UNSER SUR-PLUS FÜR IHRE KOMMUNIKATION

QVEST ist mit Händen greifbar.

Die Welt von QVEST bringt Ihr Produkt in Position. QVEST geht den greifbaren Weg, analog wie digital. QVEST ist eine große, offene Bühne zur Markeninszenierung. Eine Plattform, die sich nicht auf Anzeigen beschränkt, sondern Produkte auf unterschiedlichste Weise in Szene setzen kann. Mit Advertorials und eigenen Fotoshootings werden Produkte zum tragenden Bestandteil in der QVEST-Welt und sind in ihrer besonderen Ästhetik ein Statement, das deren Positionierung verändert.

Andere präsentieren – wir inszenieren.

Unter dem Namen »QVEST« firmieren mittlerweile gleichnamiges Kölner »THE QVEST hideaway« als Expertise des QVEST-Stils sowie QVEST.DE als Kollektion hochwertiger Möbel und Accessoires. Daraus, und mit der Kompetenz einer Werbeagentur als Backoffice ergeben sich vielfache Synergien: Zum Beispiel Fotoshootings oder Promotion-Veranstaltungen im Gebäude THE QVEST hideaway (ein Mitglied von designhotels.com), die simultane Vorstellung von Produkten im Magazin und im Bestellmedium qvest.de, und viele Ideen mehr, die wir gerne gemeinsam entwickeln.

SYNERGIEN AUS

QVEST MAGAZINE

QVEST SHOP

THE QVEST HIDEAWAY

KOMMUNIKATIONSAGENTUR KAUNE, POSNIK, SPOHR GMBH



THE QVEST hideaway

Exklusiv-Kooperationen

Wenn Marken Inhalte hergeben, entsteht oft mehr daraus. In Kooperation mit Unternehmen werden QVEST-affine Themen rund um Produkt oder Dienstleistung entwickelt und oft mit QVEST-eigenen Recherchen und Photoproduktionen realisiert.



HUAWAI
Location: THE QVEST hideaway; Published: QVEST #69



BMW
Location: Paris; Published: QVEST #1 | Paris

Editorials

Wenn eine Marke etwas zu sagen hat, verdient sie einen Platz im redaktionellen Umfeld. Stories, Neuigkeiten oder Events werden von der Redaktion erarbeitet und als Advertorials gekennzeichnet.



QVEST SHOP
Kuratierte Produktpräsentationen



PEDRAZZINI
Location: Zürich; Published: QVEST #2 | Zürich

Events, Messen

QVEST goes outside: Party-, Promotion- und Presseveranstaltungen im einmaligen Hotelambiente, in der eigenen Galerie, und auf internationalen Messen wird die QVEST-Welt mit Händen greifbar.



HERR VON EDEN
Jubiläum mit Chilly Gonzales, THE QVEST hideaway 🍷



COLOGNE FINE ART
QVEST Messestand

Auszeichnungen

7 x LeadAward

Portraitfotografie des Jahres

Bronze

3 x Nominierung

Designpreis der Bundesrepublik

Deutschland

2 x LeadAward

Mood- & Modefotografie

Auszeichnung

2 x LeadAward

Architektur- und Still-Life-Fotografie

Gold

LeadAward

Fotografie des Jahres

Silber

LeadAward

Reportagefoto des Jahres

Bronze

LeadAward

Illustration des Jahres

Gold

LeadAward

Cover des Jahres

Gold

LeadAward

Visual Leader des Jahres

Gold

LeadAward

Lead Magazin des Jahres

Gold

ADC Nagel

Illustration des Jahres

Bronze

ADC Nagel

Fotografie des Jahres

Silber



IMPRESSUM

PUBLISHER

Michael Kaune

EDITOR-IN-CHIEF

Dr. Patrick Krause

krause@qvest.de

Fon +49 221 952 749 0

mob +49 178 8888 337

ADVERTISING UND KOOPERATIONEN

Katina Kamke

Corporate Management

Zeughausstrasse 13

50667 Cologne

Fon +49 221 952 749 0

Fax +49 221 952 749 99

kamke@qvest.de

PUBLISHING HOUSE

Kaune, Posnik, Spohr Publishing GmbH

Zeughausstraße 13

50667 Köln

Fon +49 221 952 749 0

Fax +49 221 952 749 99

qvest@kps-kommunikation.de

BANKVERBINDUNG

Kaune, Posnik, Spohr Publishing

Kölner Bank eG

BLZ 371.600.87

Konto 931.253.000

Swift/Bic: GENODED1CGN

IBAN: DE59 3716 0087 0931 2530 00

ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

Bis zu 5 Tage nach Erhalt der Rechnung Nettokasse.

Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe der banküblichen Zinsen für Dispokredite berechnet.

FIRMENANGABEN

AG KÖLN HRB 66515

Ust.-ID.Nr.: DE 258.337.550

Alle Angaben ohne Gewähr. Das QVEST Mediakit 2016/2017 gilt als Arbeitsunterlage und darf von den Adressaten weitergeleitet und präsentiert werden.

Die Verbreitung in der Öffentlichkeit, auch in sozialen Medien oder durch massenhaften Ausdruck ist jedoch untersagt.

A G B

§ 1 ANZEIGENAUFTRAG

»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 ABRUFUNGSFRIST

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 AUFTRAGSERWEITERUNG

Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in § 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

§ 4 ERSTATTUNG VON PREISNACHLÄSSEN

Wird ein Auftrag aus Umständen, die der Verlag nicht zu vertreten hat, nicht oder nicht vollständig erfüllt, so hat der Auftraggeber unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten dem Verlag den Differenzbetrag zwischen dem von Verlag gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

§ 5 ERRECHNUNG DER ABNAHMEMENGE

Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

§ 6 BESONDERS ZU PLATZIERENDE ANZEIGEN / Ad-Specials

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 Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies einer ausdrücklichen Vereinbarung bedarf. Rücktrittstermin für Umschlagseiten und Ad-Specials jeweils drei Wochen vor Anzeigenschluss laut Mediadaten.

§ 7 TEXTTEIL-ANZEIGEN

Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort »Anzeige« deutlich kenntlich gemacht.

§ 8 ABLEHNUNGSBEFUGNIS DES VERLAGES

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 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 Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

§ 9 PFLICHTEN DER VERTRAGSPARTEIEN

Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen 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 HAFTUNG DES VERLAGES

Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Herabsetzung des Entgelts oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gesetzte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Herabsetzung des Entgelts oder auf Rückgängigmachung des Auftrages. Für Schäden, die nicht Personenschäden (Schädigungen einer Person an Leib, Leben oder Gesundheit) sind, haftet der Verlag nur beschränkt bis zur Höhe des vorhersehbaren Schadens, höchstens jedoch bis zum Betrag des für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlenden Entgelts. Dies gilt nicht für Schäden, die durch Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters oder seines Erfüllungsgehilfen verursacht wurden. Eine Haftung des Verlegers aufgrund einer Garantie 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 Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

§ 11 PROBEABZÜGE

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 BERECHNUNGSGRUNDLAGE

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

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN FÜR ANZEIGEN UND FREMDBEILAGEN

§ 13 ZAHLUNGSFRIST

Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung innerhalb von 14 Tagen 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 ZAHLUNGSVERZUG DES AUFTRAGGEBERS

Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen laut Preisliste sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags 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 offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

§ 15 ANZEIGENBELEGE

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 SONSTIGE KOSTEN

Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstöcke, Matern und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

§ 17 MINDERUNG BEI REDUZIRTER AUFLAGE

Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisermäßigung 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 Preisermäßigung berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplare 20 v. H., bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplare 15 v. H., bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplare 10 v. H., bei einer Auflage über 500.000 Exemplare 5 v. H. beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisermäßigungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis verschafft hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

§ 18 MINDERUNG BEI GARANTIEAUFLAGE

Abweichend von § 17 berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagenangaben enthalten, nur dann zu einer Preisermäßigung, 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 zugrunde liegende 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 Preisermäßigung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengentabelle und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisermäßigung 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 Auflagenunterschreitung der belegten Ausgaben innerhalb des Insertionsjahres. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennettos 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 2.500,00 Euro beträgt.

§ 19 ZIFFERNANZEIGEN

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 Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

§ 20 BEHANDLUNG VON MATERN

Matern werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

§ 21 ERFÜLLUNGSORT UND RICHTIGSSTAND

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 der gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klagerhebung 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.

»Metropolen sind die Statussymbole von Heute.
Luxusorientierte Menschen zieht es dorthin,
wo sie Bereicherung erwarten – materieller wie sozialer,
inspirierender und genießerischer Art.
Das ist das Angebot, das die neue QVEST Ihnen macht.«

QVEST

KAUNE, POSNIK, SPOHR PUBLISHING GMBH

Zeughausstrasse 13
50667 Köln

Fon +49 221 952 749 0
Fax +49 221 952 749 99
advertising@qvest.de

www.qvest.de