

DIE SPORTIVKOMBI MEDIADATEN 2010

philippka.de
fussballtraining.com
volleyball.de
handballmagazin.com



Die guten Seiten des Sports



Philippka-Sportverlag: Partner des Sports Kompetenz ist die Basis unseres Erfolgs

Wir machen Sportmedien, die Athleten, Trainer und Vereinsmanager weiterbringen!

In enger Zusammenarbeit mit namhaften Fachverbänden geben wir Spezialmedien für die Kernzielgruppe des Sports heraus:

- Für **Athleten**, die über ihre Sportart rundum informiert sein wollen, die sich sportlich weiterentwickeln wollen, die an Themen aus Sportmedizin und Sporternährung interessiert sind oder die z. B. wissen möchten, welche neuen Sportartikel auf dem Markt sind;
- Für **Trainer**, die Wert auf ein modernes, abwechslungsreiches, alters- und leistungsgerechtes Training legen und die sich als Einkaufsentscheider ihrer Mannschaften ständig über Teamsport-Ausrüstung, Sportartikel und Sportgeräte sowie über Ziele für Trainingslager und Mannschaftsfahrten für Training und Wettkampf informieren müssen;
- Für **Vereinsmanager**, die Tipps und Informationen zu den drängendsten Themen erwarten, die Vereine heute beschäftigen: Wie werben wir neue Mitglieder? Wie halten wir Jugendliche „bei der Stange“? Wie erschließen wir neue Geldquellen für den Verein und wie schützen wir Sponsorenzuwendungen vor dem Zugriff des Fiskus? Wie motivieren wir unsere ehrenamtlichen Mitarbeiter? Wie organisieren wir den Trainings- und Spielbetrieb noch besser? Welche Sportartikel und Sportausstattungen sind für unseren Verein und seine Aktiven die besten?



Für den **Deutschen Fußball-Bund** produzieren wir ein Medienpaket: die Trainerzeitschrift *fussballtraining*, Fachbücher, Ausbildungsmaterialien sowie Videos/DVD's für Trainer. Außerdem betreuen wir inhaltlich die Rubrik „Training online“ auf der DFB Homepage www.dfb.de



Der **Deutsche Tischtennis-Bund** versorgt u. a. seine ca. 9.500 Mitgliedsvereine über die seit 1983 bei uns erscheinende Zeitschrift *tischtennis* (64. Jahrgang!) mit allen nützlichen Informationen für Spieler, Trainer und Funktionsträger.



Der **Deutsche Volleyball-Verband** veröffentlicht seine amtlichen Mitteilungen in unserem farbigen *volleyball-magazin* (mit monatlichem Trainingsteil *volleyballtraining*).

Der **Deutsche Handballbund** verbreitet über die Trainerzeitschrift *handballtraining* seine Spielauffassung sowie



methodische Tipps, Informationen für das Training in allen Alters- und Leistungsklassen usw. DHB-Lehrbücher und -videos runden auch hier das Medienpaket ab. Über die Fachzeitschrift *der handball-schiedsrichter* versorgt der DHB die Referees mit allen wesentlichen und nützlichen Informationen aus dem Handball.



Der **Deutsche Olympische Sportbund** informiert Spitzentrainer, Sportmediziner sowie Sport- und Trainingswissenschaftler mit der Trainerzeitschrift *Leistungssport* über die neuesten praxisrelevanten Erkenntnisse der Sportwissenschaft, der Sportmedizin und der Trainingswissenschaft.



In enger Kooperation mit dem Lehrwesen des **Deutschen Leichtathletik-Verbandes** erscheint unsere Zeitschrift *leichtathletiktraining* (mit „Die Lehre der Leichtathletik“); darüber hinaus geben wir Lehrvideos und Fachbücher und den alljährlichen *DLV-Laufkalender* heraus.

Die Zeitschriften der SPORTIVKOMBI: Nutzwert pur für die *Gestalter* im Sport

DIE ZIELGRUPPE

Jeder, der sich für Handball interessiert, und zwar nicht nur für Spielergebnisse und -berichte, sondern für die Geschichten hinter den Ereignissen und den Protagonisten. Das HM spricht vor allem Spieler, Trainer, Manager und Mitarbeiter der Vereine und Sponsoren sowie die Fans von Bundesligen und Nationalmannschaften an.

DAS KONZEPT

Das HM ist das adäquate Magazin für den Handball in Deutschland, der sich zu einer echten Premium-Sportart entwickelt hat. Es bietet seinen Lesern qualitativ hochwertige Geschichten, die den Handball, seine Stars und seine prägenden Persönlichkeiten aus den unterschiedlichsten Blickwinkeln und mit vielfältigen journalistischen Darstellungsformen beleuchten. Reportagen, Features, Porträts, Interviews, Glossen, Kommentare, Satiren, aber auch Home-Stories und große Lese Geschichten über Vereine, Fans, Spieler, Trainer oder Manager, garniert mit hochwertigen Fotos, erlauben einen neuen, intensiven, unterhaltsamen, kenntnisreichen und spannenden Blick hinter die Kulissen, weit über die übliche 1:0-Berichterstattung der tagesaktuellen Medien hinaus.

DIE AUFLAGE

Verlagsangabe	II/2009
verkaufte Aufl.	10.907
verbreitete Aufl.	12.162
Bundesliga-Vorschauheft (9/2009):	25.000 Exemplare

DIE PREISE (Euro)

Tarif Nr. 26 vom 1.1.2010

Formate: siehe Karte „Anzeigenformate“

Größe	sw	2c	4c
$\frac{1}{1}$	1.445,-	1.680,-	1.990,-
$\frac{3}{4}$	1.125,-	1.425,-	1.755,-
$\frac{2}{3}$	1.060,-	1.315,-	1.670,-
$\frac{1}{2}$	780,-	1.045,-	1.350,-
$\frac{1}{3}$	550,-	795,-	1.075,-
$\frac{1}{4}$	430,-	685,-	990,-
$\frac{1}{6}$	305,-	490,-	705,-
$\frac{1}{8}$	245,-	395,-	560,-

Mit Bunddurchdruck

$\frac{2}{1}$	2.890,-	3.360,-	3.980,-
$\frac{1}{1/2}$	2.225,-	2.725,-	3.340,-
$\frac{1}{4}$	1.875,-	2.365,-	2.980,-
$\frac{1}{2} + \frac{1}{2}$	1.560,-	2.090,-	2.700,-

mm-Preise für abweichende Formate

(Mindestformat 1sp./25 mm):

Spaltenbreite 58 mm: € 3,25

Beilagen/Einhefter:

Siehe Karte „Verlagsangaben“

DIE THEMEN 2010

	Ersch.-Tag Anz.-Schluss	Eventbezogene Themen
01	08.01. 04.12.	Frauen-WM in China (05.-20.12.09) Vorschau: Männer-EM in Österreich
02	05.02. 08.01.	Männer-EM in Österreich (19.-31.01.10)
03	05.03. 05.02.	Re-Start Bundesliga Trainer des Jahres 2009
04	01.04. 04.03.	Der deutsche Nachwuchs: Eine Bestandsaufnahme
05	30.04. 01.04.	Final Four Hamburg (10./11.04.10) Vorschau: Final Four Champions League Köln
06	28.05. 30.04.	Showdown in der Meisterschaft
07	02.07. 04.06.	Deutsche Jugendmeisterschaft Spieler/Spielerin der Saison
08	06.08. 09.07.	Bundesliga-Saisonvorschau Männer
09	03.09. 06.08.	Bundesliga-Saisonvorschau Frauen
10	01.10. 03.09.	Start der Bundesliga
11	29.10. 01.10.	World Cup: Treffen der Besten
12	26.11. 29.10.	Vorschau: Frauen-EM in Dänemark Wahlaufwurf: Trainer des Jahres
01	23.12. 26.11.	Frauen-EM in Dänemark (07.-19.12.10) Männer-WM in Schweden (22.01.-06.02.11)



DIE ZIELGRUPPE

Alle (ca. 9.500) Tischtennis-Abteilungsleiter Deutschlands (Pflichtbezug für jeden Verein!). Außerdem aktive Spieler, Trainer, Sportlehrer, Funktionsträger von Vereinen und Verbänden und natürlich alle Zuschauer und Fans dieser Sportart, die zu den beliebtesten Freizeitaktivitäten in Deutschland gehört.

DAS KONZEPT

Der praktische Nutzen für Spieler, Trainer und die Macher in den Vereinen bestimmt die Inhalte des einzigen überregionalen Farbmagazins für Tischtennis in Deutschland. Trainingstipps und Übungsprogramme, Materialtests, Organisations- und Planungshilfen sowie praxisrelevante Beiträge zu Themen wie Sportmedizin, Sporternährung und Vereinsmanagement ergänzen die umfassende Hintergrundberichterstattung über nationale und internationale Top-Ereignisse. Reportagen und Porträts über Vereine, Spieler und Trainer runden die Palette der Themen ab. Vier Regionalteile (Nord, West, Südwest und Süd) unterrichten außerdem ausführlich über alles, was in den Landesverbänden, Bezirken und in den Vereinen an der Basis läuft.

DIE AUFLAGE



IVW-kontrolliert II/2009

verkaufte Aufl. 14.191

verbreitete Aufl. 14.312

Verbreitungsanalyse auf Wunsch

DIE PREISE (Euro)

Tarif Nr. 26 vom 1.1.2010

Formate: siehe Karte „Anzeigenformate“

Größe	sw	2c	4c
$\frac{1}{1}$	1.485,-	1.790,-	2.095,-
$\frac{2}{4}$	1.150,-	1.495,-	1.890,-
$\frac{2}{3}$	1.080,-	1.375,-	1.805,-
$\frac{1}{2}$	810,-	1.135,-	1.470,-
$\frac{1}{3}$	560,-	840,-	1.170,-
$\frac{1}{4}$	445,-	725,-	1.070,-
$\frac{1}{6}$	325,-		
$\frac{1}{8}$	260,-		

Mit Bunddurchdruck

$\frac{2}{1}$	2.970,-	3.580,-	4.190,-
$1\frac{1}{2}$	2.295,-	2.925,-	3.565,-
$1\frac{1}{4}$	1.930,-	2.515,-	3.165,-
$1\frac{1}{2} + \frac{1}{2}$	1.620,-	2.270,-	2.940,-

mm-Preise für abweichende Formate

(Mindestformat 1sp./25 mm):

Spaltenbreite 58 mm: € 3,25

Beilagen/Einhefter:

Siehe Karte „Verlagsangaben“

DIE THEMEN 2010

Ersch.-Tag
Anz.-Schluss

Hauptthemen

- | | | |
|----|------------------|---|
| 01 | 07.01.
09.12. | Rettet die Abwehrspieler
Relaunch "tischtennis":
Neue Inhalte, neues Layout |
| 02 | 04.02.
07.01. | Ausländer in Deutschland:
So leben sie, so leiden sie
Interview Keen: Das alles ist Deutschland |
| 03 | 04.03.
04.02. | Europe Top 12 (05.-07.02.) |
| 04 | 08.04.
11.03. | Deutsche Meisterschaft (05.-07.03 in Trier)
German Open (18.-21.03 in Berlin) |
| 05 | 06.05.
09.04. | WM-Vorschau (23.-30.05. in Moskau)
Kurz und gut: Die kurzen Noppen: Für wen sie taugen - Geschichte - Techniken
Was ist kurz, was halb lang? |
| 06 | 04.06.
06.05. | Mannschafts-WM in Moskau |
| 07 | 01.07.
04.06. | Mut zur Frau!
Wie gut spielen Frauen Tischtennis? Frauen in Männer-Teams, der unterschätzte Wettbewerb |
| 08 | 05.08.
08.07. | Jugend-EM (16.-25.07. in Istanbul) |
| 09 | 02.09.
05.08. | EM-Vorschau (11.-19.09. in Prag)
Bundesliga-Vorschau |
| 10 | 07.10.
09.09. | EM-Berichterstattung
Vorschau Men's World Cup Magdeburg |
| 11 | 05.11.
08.10. | Men's World Cup in Magdeburg |
| 12 | 02.12.
04.11. | Rückschlag: Der Weg nach vorn.
Wie man ihn schult,
welche Techniken es gibt |
| 01 | 06.01.
10.12. | Jugend-WM (04.-11.12. in Bratislava) |



**Einziges überregionales
Farbmagazin für den
Tischtennisport**

DIE ZIELGRUPPE

Aktive Volleyballspieler, Trainer, Sportlehrer, Funktionsträger (vor allem Abteilungsleiter, die die Einkaufsentscheidungen treffen). Und natürlich alle Volleyballfans, die über sämtliche Themen rund um das nationale und internationale Volleyballgeschehen in der Halle und am Beach informiert sein wollen.

DAS KONZEPT

Das „volleyball-magazin“ ist die einzige überregionale Zeitschrift für den Volleyball in der Halle wie im Freien. Das farbige Monatsmagazin informiert in ausführlichen Reportagen und Hintergrundberichten – illustriert mit großformatigen Farbfotos – über alle wichtigen nationalen und internationalen Volleyballereignisse, porträtiert Spieler und Trainer, liefert vor allem aber jede Menge Informationen über Sportmedizin, Sporternährung, Vereinsführung und -organisation und andere Themen mit praktischem Nutzwert. Unter dem Titel „volleyballtraining“ bringt das volleyball-magazin außerdem jeden Monat für Spieler, Trainer, Übungsleiter und Sportlehrer praktische Tipps und theoretischen Hintergrund für die Trainingsplanung.

DIE AUFLAGE



IVW-kontrolliert II/2009

verkaufte Aufl.	6.382
verbreitete Aufl.	6.524
Verbreitungsanalyse auf Wunsch	

DIE PREISE (Euro)

Tarif Nr. 26 vom 1.1.2010

Formate: siehe Karte „Anzeigenformate“

Größe	sw	2c	4c
$\frac{1}{1}$	1.285,-	1.490,-	1.795,-
$\frac{3}{4}$	1.000,-	1.265,-	1.550,-
$\frac{2}{3}$	940,-	1.170,-	1.485,-
$\frac{1}{2}$	695,-	920,-	1.200,-
$\frac{1}{3}$	485,-	705,-	950,-
$\frac{1}{4}$	380,-	610,-	875,-
$\frac{1}{6}$	270,-	430,-	620,-
$\frac{1}{8}$	215,-	345,-	500,-

Mit Bunddurchdruck

$\frac{2}{1}$	2.570,-	2.980,-	3.590,-
$\frac{1}{2}$	1.980,-	2.410,-	2.995,-
$\frac{1}{4}$	1.665,-	2.100,-	2.670,-
$\frac{1}{2} + \frac{1}{2}$	1.390,-	1.840,-	2.400,-

mm-Preise für abweichende Formate

(Mindestformat 1sp./25 mm):

Spaltenbreite 58 mm: € 3,25

Beilagen/Einhefter:

Siehe Karte „Verlagsangaben“

DIE THEMEN 2010

Ersch.-Tag
Anz.-Schluss

Eventbezogene Themen

01	23.12.	Volleyballer des Jahres 2009	25.11. Bundesliga
02	28.01.	Bundesliga	31.12. Europapokal, DVL-Allstar-Day
03	25.02.	Bundesliga	28.01. Europapokal
04	25.03.	DVV-Pokalfinale in Halle	25.02. Europapokal, Champions League
05	29.04.	Bundesliga-Playoffs	01.04. Beach: Was läuft im Sommer?
06	27.05.	Weltliga-Männer Vorschau	29.04. Bundesliga: Die Entscheidungen
07	24.06.	Ranglisten des deutschen Volleyballs	27.05. Weltliga-Männer, EM-Qualifikation
08	29.07.	Vorschau: Grand Prix Frauen	01.07. Weltliga, Beach: Vor der EM und DM
09	26.08.	Grand Prix Frauen Beach-EM in Deutschland	Beachvolleyballer des Jahres
10	23.09.	Weltmeisterschaft Männer: Vorschau	26.08. Bundesliga-Special
11	28.10.	Weltmeisterschaft Männer	Vorschau Frauen-Weltmeisterschaft, Bundesliga
12	25.11.	Weltmeisterschaft Frauen	28.10. Bundesliga
01	22.12.	Volleyballer des Jahres 2010	25.11. Bundesliga



Einzig überregionale Zeitschrift für den Volleyballsport. Enthält die amtlichen Nachrichten des Deutschen Volleyballverbandes (DVV).

www.volleyball.de

Die Website zum Heft.
Werbemöglichkeiten siehe Karte
„Online-Werbung“

FUSSBALLTRAINING

Ideen, Konzepte und Know-How für die Praxis Gründungsjahr: 1983 • 28. Jahrgang

DIE ZIELGRUPPE

Fußballtrainer aller Spielklassen, Übungsleiter, Sportlehrer und Schiedsrichter; in ganz besonderem Maße aber Jugendleiter und Jugendtrainer, die erfahrungsgemäß keine spezifische Trainer-Ausbildung genossen haben, also für entsprechende Anleitungen besonders dankbar sind.

DAS KONZEPT

„fussballtraining“ liefert Beiträge aus der Praxis für die Praxis: Monat für Monat geben bekannte Trainer und anerkannte Fachleute Tipps für die Trainingsgestaltung und Betreuung von Mannschaften zwischen Kreisklasse und Bundesliga. Mit methodischen Spiel- und Übungsreihen und systematischen Trainingseinheiten werden dem Leser Hilfen für die Arbeit mit seiner Mannschaft gegeben.

Praxisbezogene Aufsätze zu Themen aus den Bereichen Taktik, Trainingslehre, Psychologie, Sportmedizin, Sporternährung und Technik vermitteln zusätzlich umfassendes Hintergrundwissen.

DIE AUFLAGE

IVW-kontrolliert II/2009

verkaufte Aufl. 22.189

verbreitete Aufl. 23.510

Verbreitungsanalyse auf Wunsch



DIE PREISE (Euro)

Tarif Nr. 26 vom 1.1.2010

Formate: siehe Karte „Anzeigenformate“

Größe	sw	2c	4c
$\frac{1}{1}$	2.015,-	2.245,-	2.630,-
$\frac{3}{4}$	1.530,-	1.830,-	2.210,-
$\frac{2}{3}$	1.405,-	1.680,-	2.115,-
$\frac{1}{2}$	1.125,-	1.400,-	1.775,-
$\frac{1}{3}$	750,-	1.080,-	1.375,-
$\frac{1}{4}$	605,-	955,-	1.255,-
$\frac{1}{6}$	435,-	675,-	885,-
$\frac{1}{8}$	365,-	565,-	750,-

Mit Bundredruck

$\frac{2}{1}$ 4.030,- 4.490,- 5.260,-

$\frac{1}{1/2}$ 3.140,- 3.645,- 4.405,-

$\frac{1}{1/4}$ 2.620,- 3.200,- 3.885,-

$\frac{1}{2+1/2}$ 2.250,- 2.800,- 3.550,-

mm-Preise für abweichende Formate

(Mindestformat 1sp./25 mm):

Spaltenbreite 58 mm: € 4,-

Spaltenbreite 90 mm: € 5,-

Beilagen/Einhefter:

Siehe Karte „Verlagsangaben“

DIE THEMEN 2010

Ersch.-Tag
Anz.-Schluss

Hauptthemen

01
+
02

DFB-Talentförderung:
Von den DFB-Teams bis zur Basis
19.01.
22.12. Relaunch: Erweitertes Inhaltsangebot,
neues Layout

03

02.03. Wintertrainingslager Bundesliga
02.02. Vereinskommunikation: DFB-Mobil

04

07.04. Wintertrainingslager, Teil 2
10.03. **ft-Pocket:** Kleine (Fußball-)Spiele

05

04.05. Modernes Koordinationstraining
07.04.

06
+
07

15.06. Fitnessstraining -
18.05. auch in der Saisonvorbereitung

08

27.07. Kombinationsfußball,
29.06. WM-Analyse (Teil 1)

09

31.08. WM-Analyse (Teil 2)
03.08.

10

05.10. Positionstraining
08.09. **ft-Pocket:** Dehnen + Kräftigen

11

03.11. Trainingsorganisation
06.10.

12

01.12. Hallentraining
03.11.

+01
02

12.01. Rückrundenvorbereitung
15.12.



DEUTSCHER
FUSSBALL-BUND

**Die Trainer-Fachzeitschrift des
Deutschen Fußball-Bundes
für alle Ligen
und Altersklassen**

DIE ZIELGRUPPE

Leichtathletik-Trainer und -Übungsleiter mit und ohne Lizenz, vor allem Jugendtrainer, die häufig keine spezifische Trainerausbildung genossen haben und daher über keine oder nur geringe theoretische Vorkenntnisse verfügen, sowie Sportlehrer, Sportstudenten und Hochschul-Sportlehrer.

DAS KONZEPT

„leichtathletiktraining“ versorgt Trainer aller Leistungsbereiche, vor allem Jugendtrainer, auf mindestens 40 Seiten je Ausgabe mit neuen, attraktiven Trainings-, Übungs- und Spielformen für ein motivierendes, abwechslungsreiches und leistungsförderndes Training. Für den Leistungs- und Hochleistungsbereich werden Trainingspläne und Trainingseinheiten entsprechend der Jahresplanung (Periodisierung) angeboten, während für den Freizeitsport und für den Sportunterricht spezifische Programme vorgestellt werden. Ergänzende Beiträge aus den Bereichen Sportmedizin, Biomechanik, Sportphysiotherapie, Sporternährung und Sportpsychologie vermitteln praxisrelevante Grundkenntnisse auf verständliche und didaktisch sinnvoll aufbereitete Weise.

DIE AUFLAGE

Verlagsangabe III/2009

verkaufte Aufl. 6.394

verbreitete Aufl. 6.545

DIE PREISE (Euro)

Tarif Nr. 21 vom 1.1.2010

**Formate: siehe Karte
„Anzeigenformate“**

Größe	sw	2c	4c
¹ / ₁	1.095,-	1.305,-	1.660,-
³ / ₄	850,-	1.050,-	1.380,-
² / ₃	785,-	980,-	1.295,-
¹ / ₂	595,-	790,-	1065,-
¹ / ₃	400,-	595,-	920,-
¹ / ₄	335,-	535,-	755,-
¹ / ₆	260,-		
¹ / ₈	210,-		

Mit Bunddurchdruck

² / ₁	2.190,-	2.610,-	3.320,-
1 ¹ / ₂	1.690,-	2.095,-	2.725,-
1 ¹ / ₄	1.430,-	1.840,-	2.415,-
¹ / ₂ + ¹ / ₂	1.190,-	1.580,-	2.130,-

mm-Preise für abweichende Formate

(Mindestformat 1sp./25 mm):

Spaltenbreite 58 mm: € 2,75

Beilagen/Einhefter:

Siehe Karte „Verlagsangaben“

DIE STÄNDIGEN THEMEN

- **Jugendtraining***
(Grundlagen- und Aufbautraining)
- **Leistungstraining*, Hochleistungstraining***
- **Schulsport*, Breiten- und Freizeitsport**
- **Sportmedizin, Sportphysiotherapie**
- **Sportpsychologie**
- **Trainingslehre**
- **Talentförderung**
- **Saisonvorbereitung/Trainingsplanung**

***Beitragsreihen und Einzelbeiträge für alle leichtathletischen Disziplinen**

	Ersch.-Tag Anz.-Schluss		Ersch.-Tag Anz.-Schluss
01	18. Januar 14. Dezember	08	28. Juli 30. Juni
02 + 03	23. Februar 26. Januar	09 + 10	16. September 19. August
04	31. März 03. März	11	27. Oktober 29. September
05	28. April 31. März	12	29. November 01. November
06	31. Mai 03. Mai	01	04. Januar 07. Dezember
07	28. Juni 31. Mai		



**Mit DLV-Sonderteil
„Die Lehre der Leichtathletik“**

HANDBALLTRAINING

Zeitschrift für Übungsleiter und Trainer aller Leistungsklassen Gründungsjahr: 1979 • 31. Jg.

DIE ZIELGRUPPE

Handballtrainer aller Leistungsklassen, Übungsleiter, Sportlehrer und Schiedsrichter; in ganz besonderem Maße aber Jugendleiter und Jugendtrainer, die erfahrungsgemäß keine spezifische Trainer-Ausbildung genossen haben, also für entsprechende Anleitungen besonders dankbar sind.

DAS KONZEPT

Praxisnähe ist das oberste Gebot; „handballtraining“ schwebt nicht in den Wolken der Theorie, sondern vermittelt dem Leser praktische Anregungen und Tipps für das Training, liefert Beispiele für die leistungsorientierte Vorbereitung einer Mannschaft und erweitert auf verständliche Weise das Hintergrundwissen über praxisrelevante Bereiche wie Taktik, Trainingslehre und Sportpsychologie.

Dieses Konzept kommt an: Mittlerweile arbeitet rein rechnerisch jeder vierte Handballtrainer in der Bundesrepublik mit dieser Zeitschrift!

Das ist eine Marktdeckung, die ihresgleichen sucht. Klar, dass „handballtraining“ auch im Ausland einen hervorragenden Ruf besitzt. Zum Redaktionskollegium gehören unter der Schriftleitung von Dietrich Späte u.a. die Spitzentrainer Rolf Brack, Kurt Reusch und Michal Barda.

DIE AUFLAGE



IVW-kontrolliert II/2009

verkaufte Aufl. 9.671

verbreitete Aufl. 9.827

Verbreitungsanalyse auf Wunsch

DIE PREISE (Euro)

Tarif Nr. 26 vom 1.1.2010

Formate: siehe Karte „Anzeigenformate“

Größe	sw	2c	4c
¹ / ₁	1.155,-	1.480,-	1.870,-
³ / ₄	865,-	1.280,-	1.790,-
² / ₃	845,-	1.195,-	1.600,-
¹ / ₂	665,-	990,-	1.335,-
¹ / ₃	485,-	795,-	1.135,-
¹ / ₄	380,-	655,-	990,-
¹ / ₆	300,-		
¹ / ₈	255,-		

Mit Bunddurchdruck

² / ₁	2.310,-	2.960,-	3.740,-
¹ / ₂	1.820,-	2.470,-	3.205,-
¹ / ₄	1.535,-	2.135,-	2.860,-
¹ / ₂ + ¹ / ₂	1.330,-	1.980,-	2.670,-

mm-Preise für abweichende Formate

(Mindestformat 1sp./25 mm):

Spaltenbreite 58 mm: € 2,50

Beilagen/Einhefter:

Siehe Karte „Verlagsangaben“

DIE STÄNDIGEN THEMEN

- Individuelle Schulung
- Kinderhandball, Jugendhandball
- Trends in der Spielentwicklung
- Beiträge aus den Bereichen Trainingslehre und Sportpsychologie, Sportmedizin und Spielbeobachtung
- Konditionstraining, Aufwärmprogramme
- Gymnastik
- Torwarttraining
- Taktische Entwicklungen, Spielanalysen
- Saisonvorbereitung/Trainingsplanung
- Lehrposter mit begleitenden Beiträgen
- Pockethefte für die Trainingspraxis

Ersch.-Tag
Anz.-Schluss

Ersch.-Tag
Anz.-Schluss

01	15. Januar 18. Dezember	08	13. August 16. Juli
02	12. Februar 15. Januar	09 + 10	22. September 25. August
03	12. März 12. Februar		
04	16. April 19. März	11	10. November 13. Oktober
05 + 06	26. Mai 28. April	12	10. Dezember 12. November
		01	14. Januar 17. Dezember
07	09. Juli 11. Juni		



Die Trainer-Fachzeitschrift des Deutschen Handballbundes für alle Leistungsklassen

DIE ZIELGRUPPE

- Trainer aller Sportarten, die sich auch für sportartübergreifende, praxisrelevante Themen interessieren
- Sportlehrer
- Sportwissenschaftler aller Disziplinen
- Sportstudenten

DAS KONZEPT

„Leistungssport“ bietet Trainern, die über die Grenzen ihrer Sportart hinausblicken, praxisbezogene Informationen über neue Erkenntnisse der Sportwissenschaft und übertragbare Untersuchungsergebnisse aus anderen Sportdisziplinen. Besonderer Wert wird dabei auf die Verwertbarkeit der Beiträge für die Praxis gelegt.

In der Rubrik „Trainerforum“ erhalten Praktiker die Möglichkeit, über ihre Erfahrungen in Trainingsplanung und -durchführung zu berichten. Unter dem Stichwort „Im Brennpunkt“ werden aktuelle Themen aufgegriffen, die in Fachkreisen kontrovers diskutiert werden.

„Leistungssport“ spricht also die „oberen Zehntausend“ der Trainer hierzulande an – eine anspruchsvolle, hochkarätige Leserschaft mit hohem Multiplikatoren-Effekt.

DIE AUFLAGE

Verlagsangabe III/2009

verkaufte Aufl. 2.504

verbreitete Aufl. 2.668

Verbreitungsanalyse auf Wunsch

DIE PREISE (Euro)

Tarif Nr. 26 vom 1.1.2010

Formate: siehe Karte „Anzeigenformate“

Größe	sw	2c	4c
$\frac{1}{1}$	750,-	1.025,-	1.355,-
$\frac{2}{4}$	595,-	850,-	1.275,-
$\frac{2}{3}$	525,-	740,-	1.140,-
$\frac{1}{2}$	420,-	660,-	1.025,-
$\frac{1}{3}$	300,-	540,-	845,-
$\frac{1}{4}$	250,-	480,-	750,-
$\frac{1}{6}$	195,-		
$\frac{1}{8}$	170,-		

Mit Bunddurchdruck

$\frac{2}{1}$	1.500,-	2.050,-	2.710,-
$\frac{1}{2}$	1.170,-	1.685,-	2.380,-
$\frac{1}{4}$	1.000,-	1.505,-	2.105,-
$\frac{1}{2} + \frac{1}{2}$	840,-	1.320,-	2.050,-

mm-Preise für abweichende Formate

(Mindestformat 1sp./25 mm):

Spaltenbreite 58 mm: € 2,25

Beilagen/Einhefter:

Siehe Karte „Verlagsangaben“

DIE STÄNDIGEN THEMEN

Beiträge zu neuen Aspekten der

- Trainingswissenschaft
- Trainingslehre
- Sportpsychologie
- Biomechanik
- Sportpädagogik
- Sportmedizin
- Sporternährung

Die Themen von Einzelbeiträgen standen bei Druck dieser Media-Unterlagen noch nicht fest, können aber bei uns erfragt werden.

Ersch.-Tag
Anz.-Schluss

Ersch.-Tag
Anz.-Schluss

01 11. Januar
14. Dezember

05 14. September
17. August

02 17. März
17. Februar
Schwerpunkt:
Spielsportarten

06 17. November
20. Oktober
Schwerpunkt:
Nachwuchs-
leistungssport

03 12. Mai
14. April

01 13. Januar
16. Dezember

04 13. Juli
15. Juni



DER HANDBALL-SCHIEDSRICHTER

Mitteilungen, Richtlinien und Fortbildungen

Gründungsjahr: 1998

DIE ZIELGRUPPE

Handball-Schiedsrichter aller Spielklassen, Schiedsrichterausbilder

DAS KONZEPT

Eine Zeitschrift speziell für Schiedsrichter!

Das Kommunikationsorgan des DHB, in dem Schiedsrichter ihre Praxiserfahrungen austauschen oder ihre Erfahrungen mit Regeländerungen veröffentlichen können.

„Der Handball-Schiedsrichter“ versorgt die Referees vierteljährlich mit aktuellen Informationen des DHB und bietet ihnen nutzbringende Beiträge zur Regelauslegung oder zum praktischen Schiedsrichtertraining. Beispiele aus der Praxis helfen bei der Umsetzung der geänderten Regeln.

„Der Handball-Schiedsrichter“ ist das wichtige Kommunikationsorgan für Schiedsrichter auf allen Ebenen.

DIE AUFLAGE

7.500 Exemplare

DIE PREISE (Euro)

Tarif Nr. 12 vom 1.1.2010

**Formate: siehe Karte
„Anzeigenformate“**

Größe	4c	Format (B x H mm)
$\frac{1}{1}$	985,-	185x264
$\frac{1}{2}$	515,-	90x264, 185x127
$\frac{1}{3}$	365,-	58x264, 185x 83
$\frac{1}{4}$	260,-	90x127, 185x 62
$\frac{1}{6}$	210,-	90x 83, 185x 42
$\frac{1}{8}$	155,-	90x 62, 185x 32

Beilagen/Einhefter:

Siehe Karte „Verlagsangaben“

DIE STÄNDIGEN THEMEN

- Regelkunde
- Trainingseinheiten für Schiedsrichter
- Spielanalyse
- Zur Diskussion gestellt
- Im Blickpunkt: Präsentation des SR-Wesens in den Landesverbänden
- Termine für Aus- und Weiterbildung
- Nachwuchsgewinnung und -schulung
- Personalia

Ersch.-Tag
Anz.-Schluss

01

02. März
01. Februar

Ersch.-Tag
Anz.-Schluss

03

31. August
03. August

02

15. Juni
18. Mai

04

29. November
01. November



Herausgeber:
Deutscher Handballbund

DLV-LAUFKALENDER 2011

Herausgeber: DEUTSCHER LEICHTATHLETIK-VERBAND (DLV)

DIE AUFLAGE

100.000 Exemplare (Druckauflage und verbreitete Auflage)

DAS KONZEPT

Der DLV-Laufkalender enthält - chronologisch sowie nach Bundesländern geordnet und in übersichtlicher tabellarischer Form nutzerfreundlich aufbereitet - alle (ca. 4.000) bei den Landesverbänden offiziell angemeldeten und genehmigten Volks- und Straßenlaufveranstaltungen in Deutschland.

Für die Läufer, ihre Trainer und Betreuer und für die Organisatoren in den Vereinen ist der DLV-Laufkalender damit eine genauso wichtige Planungshilfe für die gesamte Saison wie für die Freizeit-

sportler außerhalb des organisierten Vereinssports.

DIE ZIELGRUPPE

Läufer aller Alters- und Leistungsklassen, Trainer, Betreuer, Übungs- und Lauftreffleiter, Sportlehrer, führende Mitarbeiter in Vereinen und Verbänden, Organisatoren von Volks- und Straßenläufen sowie von Marathon-Veranstaltungen.

VERBREITUNG

Kostenlose Verteilung/Versand gegen Portoerstattung an Interessierte über die Landesverbände und den DLV.

TERMINE

Erscheinungstermin: 15.12.2010

Anzeigenschluss: 10.11.2010

Rücktrittsrecht: 10.11.2010

Druckunterlagenschluss: 17.11.2010

ZUSCHLÄGE:

4.US: 10% auf den Seitenpreis für 1/1 Seite 4c

NACHLÄSSE:

10% Rabatt bei zwei Anzeigen

15% Rabatt bei drei Anzeigen

20% Rabatt ab vier Anzeigen

TECHNISCHE DATEN

HEFTFORMAT: 148 x 210 mm

SATZSPIEGEL: 128 x 175 mm

SPALTEN: 62 mm

DRUCK: Rollenoffset (60er Raster)

PREISE

	Breite x Höhe in mm (Satzspiegel)	Breite x Höhe in mm (angeschnitten)*	SW	2c	4c
1/1 Seite	128 x 175	148 x 210	2.850,-	3.350,-	4.450,-
1/2 Seite hoch	62 x 175	72 x 210	1.460,-	1.720,-	2.250,-
1/2 Seite quer	128 x 90	148 x 105			
1/3 Seite	128 x 60	148 x 70	990,-	1.160,-	1.550,-
1/4 Seite hoch	62 x 90	-	780,-	925,-	1.200,-
1/4 Seite quer	128 x 45	148 x 55			
1/8 Seite hoch	62 x 45	-	450,-	535,-	690,-
1/8 Seite quer	128 x 22	-			
2/1 Seiten		296 x 210	5.700,-	6.700,-	8.900,-
1/2 + 1/2 Seite		296 x 105	2.920,-	3.440,-	4.500,-



* zzgl. 5 mm Rundumbeschnitt.
Abweichende Formate: 7,- Euro pro mm Höhe (62 mm Spalte).
Logos am Seitenkopf, Beilagen, Beihefter und Beikleber auf Anfrage.

Inhalt der CD-Rom

Aktuelle Adressen und Ansprechpartner folgender Institutionen:

- Deutscher Olympischer Sportbund und Landessportbünde
- Fachverbände nach Sportarten
- Weitere Mitgliedsverbände des DOSB, DOG, Sport-Leistungszentren
- Öffentliche Sportverwaltung
- Kommunikation im Sport: Sportredaktionen, Sportmedien, Sportkommunikation der Unternehmen
- Ausbildung, Lehranstalten, Übungsstätten (mit Zielen für Trainingslager und Mannschaftsfahrten sowie Jugendherbergen)
- Planung, Bau und Ausstattung von Sportanlagen (mit Firmenverzeichnissen nach Branchen)

Produktbeschreibung

- **CD-ROM** mit 700 MB Speicherkapazität
- Verpackung: Plexiglas-Hülle (Jewel-Case) mit eingelegtem Umschlag (Cover-Booklet, 4 Seiten) an der Vorderseite und Inlay (eingelegtes Werbeblatt) auf der Rückseite
- Auflage: 5.000 Exemplare • Verkaufspreis: **21,50 €**
- **Erscheinungsweise:** Einmal jährlich (Ausgabe 2011: Dezember 2010)
- **Anzeigenschluss:** 30. Oktober 2010
- **Druckvorlagenschluss:** 06. November 2010

ELEKTRONISCHE WERBUNG

- **Anzeigen neben der Inhalts-Schnellübersicht**
Format 410 x 540 Pixel: **750,- €**
- **Anzeige im redaktionellen Teil**
Halbflächig (410 x 250 Pixel): ab **175,- €**
Vollflächig (410 x 540 Pixel): ab **300,- €**
- **Logo am unteren Bildschirmrand**
Format 600 x 75 Pixel: ab **3,- €/Seite**

Alle Preise inkl. Verlinkung auf Ihre Website. Detaillierte Preise erhalten Sie bei Anforderung unseres Informationsflyers.

Einträge im Firmenverzeichnis:

Bis zu 200 Zeichen: 75,- € (zzgl. 25,- € je weitere angefangene 100 Zeichen; zzgl. 50,- € je Eintrag in weiterer Rubrik)

Zusätzliche Werbeformen:

- Logo mit Verlinkung auf Ihre Website: **50,- €**
- Vollflächige Anzeige mit Verlinkung: **35,- €**
- Einbindung von Videos: **150,- €** pro Minute Laufzeit
- PDF-Download Ihres Prospektes: **100,- €**

Eintrag Ihrer Anlage als

- **Ziel für Trainingslager und Mannschaftsfahrten**
- **sportfreundliche Jugendherberge (DJH)**

Bis zu 200 Zeichen: 50,- € (zzgl. 25,- € je weitere angefangene 200 Zeichen)

Zusätzliche Werbeformen:

- Logo mit Verlinkung auf Ihre Website: **30,- €**
- Einbindung von bis zu 5 Farbfotos Ihrer Anlage: je Foto **50,- €**
- Einbindung von Videos: **150,- €** pro Minute Laufzeit
- PDF-Download Ihres Prospektes: **75,- €**

Printanzeigen

1/1seitige Vierfarb-Anzeige (120 x 120 mm)

- auf dem Cover-Booklet: **950,- €**
- auf der Rückseite der CD-Hülle: **1.250,- €**

Genaue Größen und Dateiformate bitten wir zu erfragen.

CD-ROM Adressen des Sports 2011



Hotline:

02 51/2 30 05-28

E-Mail:

anzeigen@philippka.de

Werbebanner auf unseren Internet-Seiten

Die Websites

- Fußball: www.fussballtraining.com
- Volleyball: www.volleyball.de
- Handball: www.handballmagazin.com

Die Zielgruppe

- Fußball-Trainer
- Volleyball-Fans, Handball-Fans
- Spieler und Trainer aller Alters- und Leistungsklassen
- Sportlehrer
- Abteilungsleiter/Geschäftsführer von Volleyball- und Handballvereinen, -abteilungen und -verbänden
- Schiedsrichter

Das Konzept

„Mehr wissen als andere“. Unter diesem Motto stehen die Fachportale, die eine Fülle nützlicher und für die Kernzielgruppen praktischer Informationen liefern.

Die Rubriken

Fußball

- Aktuelles
- Die Zeitschrift
- Für Abonnenten
- Links
- Fußball-Medien

Volleyball/Handball

- Aktuelles
- Service
- Links



Online-Werbung

Sonderwerbeformen
Präsentationen
Gewinnspiele
Sponsoring
Wahlen, etc.

auf Anfrage



Hotline:

02 51/2 30 05-28

E-Mail:

anzeigen@philippka.de

Preise für 1000 Kontakte bei Platzierung auf/in:

Zahlungsbedingungen:

	Pixelgröße	Home-page	Einzelbelegung		Rotation	
			oben	unten	oben	unten
Full Banner	299 x 226	30,-	40,-	22,-	15,-	12,-
Halfbanner	229 x 49	30,-	35,-	20,-	15,-	10,-

Die Berechnung erfolgt vor Schaltbeginn auf der Basis der gebuchten und garantierten Pagelmpresions. Bei Zahlung innerhalb von 10 Tagen nach Rechnungseingang werden 2% Skonto gewährt.

Rabatte:

Ab 5.000,- Euro: 5%, ab 10.000,- Euro: 10%, ab 25.000,- Euro: 20%, ab 50.000,- Euro: 25%

Abteilungsleiter der Vereine: Topadressen für Ihre Werbemailings!

Die **Leiter der Fachabteilungen in den Vereinen** treffen in aller Regel die Einkaufsentscheidungen. Deshalb sollten diese Ihre Kataloge, Prospekte, Preislisten etc. erhalten. Wir liefern kurzfristig aktuelle – weil ständig gepflegte – und zum größten Teil personalisierte Vereinsadressen (auf Haftetiketten, Disketten oder in Listenform) für die Sportarten Volleyball, Handball,

Fußball und Leichtathletik. Als Fachverlag im Sport haben wir ständig Kontakte zu den Vereinen und Verbänden, erfahren also unverzüglich von Änderungen, Neuaufnahmen etc. Wenn Sie das Direct-Mailing einer Anzeigenschaltung vorziehen, können Sie also keine aktuelleren Adressen bekommen als die bei uns gespeicherten!

Lieferbedingungen

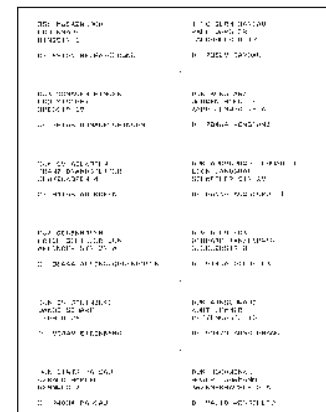
1. Der Verlag liefert für die genannten Sportarten die bei ihm gespeicherten Anschriften der entsprechenden Fachabteilungen (Abteilungsleiter) der vier Sportarten Volleyball, Handball, Fußball und Leichtathletik. Der Verlag pflegt diese Adressen ständig, da er sie für den Abo-/Werbeversand seiner Zeitschriften verwendet.

2. Mit dem Anmieten der Anschriften verpflichtet sich der Empfänger, diese nur für eigene Zwecke und nur **einmalig** zu verwenden; ferner, die Adressen nicht an Dritte weiterzugeben. Verstöße gegen diese Vereinbarung, die durch Kontrolladressen nachgewiesen werden können, verpflichten den Käufer zur Zahlung einer Vertragsstrafe in Höhe des doppelten Kaufpreises zusätzlich zum Kaufpreis selbst.

3. Lieferform: Die Anschriften können in Listenform (nach Alphabet oder nach Postleitzahlen aufsteigend sortiert) oder auf Haftetiketten (zwei- bis vierbahnig, endlos, nach Postleitzahlen sortiert), außerdem als Excel-Datei geliefert werden. Die Sortierung nach Postleitzahlen ermöglicht ab einer bestimmten Menge einen portogünstigeren Versand als „Infopost“. **Teillieferungen:** Es können auch Adressen nur aus einzelnen Landesverbänden der jeweiligen Sportarten oder aus bestimmten Postleitzahlgebieten geliefert werden.

Mindestauftragswert: € 150,-.

Vereinsadressen



Preise in Euro bei Lieferung auf Haftetiketten oder als Excel-Datei

Sportart	Gesamt ca.	Stückpreis	Teilbestellungen in % der Gesamtmenge			
			über 75%	50-75%	25-50%	bis 25%
Volleyball	5.250	0,11	0,12	0,13	0,14	0,15
Handball	4.000	0,11	0,12	0,13	0,14	0,15
Fußball Bundesrepublik	21.700	0,10	0,11	0,12	0,13	0,14
Leichtathletik	7.800	0,11	0,12	0,13	0,14	0,15

Lieferzeit: In der Regel 2 – 3 Tage; ansonsten nach Absprache.

Berechnung besonders aufwändiger Sonder-Selektionen nach Vereinbarung. Alle Preise zzgl. der Versand- und Portokosten sowie MwSt.

Garantie:

Für unzustellbare Anschriften, die Sie uns auf dem Originalumschlag zuleiten, vergüten wir Ihnen das Doppelte des Stückpreises.

Es berät Sie Peter Möllers im Philippka-Sportverlag, Postfach 150105, 48061 Münster Tel.: (02 51) 2 30 05-28
Telefax: (02 51) 2 30 05-79
E-Mail: anzeigen@philippka.de

Kombinieren Sie mal!

Bis 20 % Rabatt!

Kombinationen

Verbreitete Auflage
75.500 Exemplare*

*davon rund
63.500
an Abonnenten!



Die Sportivkombi

Bei gleichzeitiger Belegung aller sieben oben aufgeführten Titel gewähren wir 20% Kombinationsrabatt! Verbreitete Auflage 2009: 75.500 Exemplare monatlich.

Die Preise (Euro)

(20% Kombinationsrabatt bereits berücksichtigt):

Größe	sw	2c	4c
1/1	7.384,-	8.812,-	10.716,-
3/4	5.692,-	7.356,-	9.480,-
2/3	5.312,-	6.764,-	8.888,-
1/2	4.072,-	5.552,-	7.376,-
1/3	2.824,-	4.280,-	5.976,-
1/4	2.260,-	3.716,-	5.348,-
1/6	1.672,-	AUF ANFRAGE	
1/8	1.376,-		
2/1	14.768,-	17.624,-	21.432,-
1 1/2	11.456,-	14.364,-	18.092,-
1 1/4	9.644,-	12.528,-	16.064,-
1/2 + 1/2	8.144,-	11.104,-	14.752,-

Die Handballkombi

Kombination aus „HM - Das Handball-Premiummagazin“ und „handballtraining“. Wenn Sie ausschließlich Handballspieler, -trainer, -funktionsträger, -schiedsrichter und -fans ansprechen wollen. Verbreitete Auflage: ca. 22.000 Exemplare monatlich. Nur eine Druckvorlage erforderlich; Motivsplit möglich, 10% Rabatt.

Weitere Kombinationen

Selbstverständlich können einzelne Titel nach Wahl kombiniert werden (**der Höchst Rabatt beträgt jedoch 20%**):

a) Wenn die Kombination **beide Handballtitel** enthält, gibt es zunächst den Handball-Kombirabatt (s.o.) von 10% und für jeden weiteren Titel zusätzlich 2,5%. Beispiel: Gleichzeitige Belegung von „handball-magazin“, „handballtraining“, „Leistungs-sport“ und „fussballtraining“ ergibt 10% + 2,5% + 2,5% = 15% Rabatt je belegter Zeitschrift.

b) Enthält die gewünschte Kombination **nur einen oder keinen Handballtitel**, errechnet sich der Rabattsatz aus der Zahl der belegten Zeitschriften, multipliziert mit 2,5. Um diesen Prozentsatz verringert sich der Preis bei jedem einzelnen Titel der Kombination.

Wir beraten Sie gerne! Telefon (02 51) 2 30 05-28

Philippka-Sportivkombi

Alle Formate in mm (Breite x Höhe)
 S = Satzspiegelformat A = Anschnittformat (**zzgl. 3 mm Beschnitt!**)

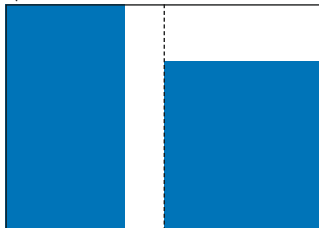
Anzeigenformate

1/1



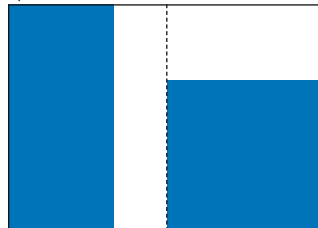
S 185x264
 A 210x297

3/4



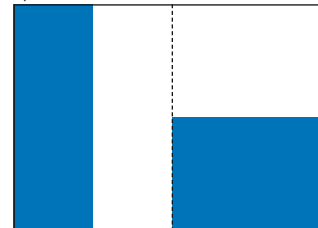
S 138x264 S 185x200
 A 152x297 A 210x214

2/3



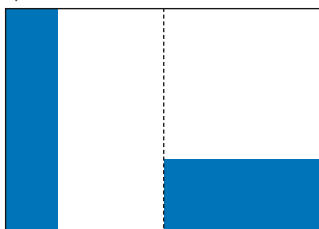
S 122x264 S 185x178
 A 136x297 A 210x200

1/2



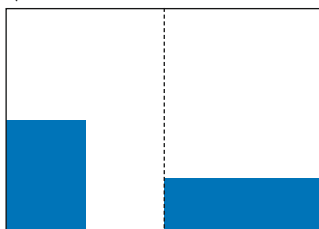
S 90x264 S 185x127
 A 104x297 A 210x148

1/3



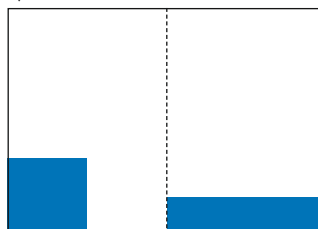
S 58x264 S 185x83
 A 73x297 A 210x102

1/4



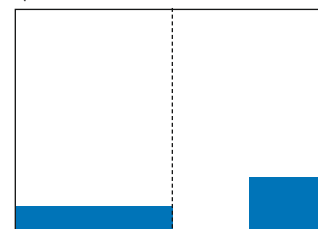
S 90x127 S 185x62
 A 104x148 A 210x81

1/6



S 90x83 S 185x42

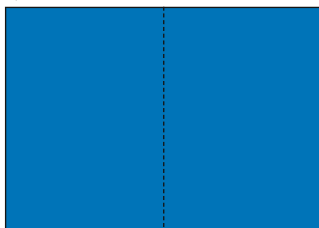
1/8



S 185x32 S 90x62

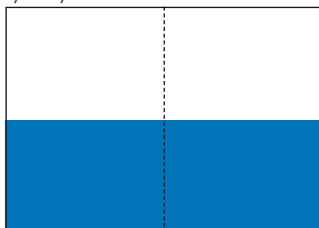
Formate mit Bunddurchdruck

2/1



S 394x264
 A 420x297

1/2 + 1/2



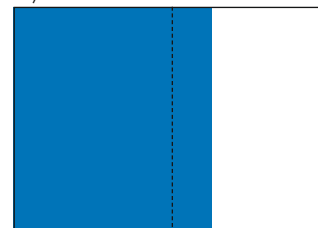
S 394x127
 A 420x149

11/2



S 345x264
 A 315x297

11/4



S 251x264
 A 262x297

Verlagsangaben

Verlag: Philippka-Sportverlag Konrad Honig
Anschrift: Postfach 15 01 05, 48061 Münster
Rektorsweg 36, 48159 Münster
(02 51) 2 30 05-0 / 2 30 05-79
anzeigen@philippka.de
Telefon/Fax: auf Anfrage
E-Mail: auf Anfrage
FTP-Server: Peter Möllers, Tel.: (02 51) 2 30 05-28
Anzeigenleitung: Vivien Walden, Tel.: (02 51) 2 30 05-29
Anzeigenverwaltung: 2% Skonto bei Zahlung innerhalb von
10 Tagen nach Rechnungserhalt,
innerhalb von 30 Tagen netto Kasse.
Alle Preise in Euro zuzüglich MwSt.
Zahlungsbedingungen: Sparkasse Münsterland Ost (BLZ 400 501 50)
Konto-Nr. 99 44
Bankverbindung: Es gelten die Allg. Geschäftsbedingungen
für das Anzeigenwesen (siehe Umschlag).
Geschäftsbedingungen:

Beilagen/Einhefter

Beilagen: Im Endformat maximal 205 x 297 mm.
Einhefter (Mittelhefter, Vor- oder Nachhefter): Mindestens vierseitig. Anlieferung unbeschnitten
mit mindestens 3 mm Rundumbeschnitt nach
unseren Vorgaben. Muster auf Anfrage.
Preis per Tausend **Beilagen:** Bis 20 Gramm € 105,-, je weiteres Gramm € 1,-
Teilbeilagen möglich, Preise auf Anfrage.
Postgebühren: Gewichtsabhängig; bis 25 Gramm € 15,-,
je weitere 5 Gramm zzgl. € 5,-
Einhefter: 4seitig: € 117,- 16seitig: € 208,-
6seitig: € 137,- 24seitig: € 310,-
8seitig: € 157,- 32seitig: € 400,-
Einhefter vor/nach der Heftmitte:
€ 28,- Zuschlag; technische Bedingungen
auf Anfrage.

Allgemeine technische Angaben

Anzeigenschluss: 4 Wochen vor Erscheinen (siehe Titelkarten)
Rücktrittsrecht: sw 4 Wochen, 4c 6 Wochen vor ET
Druckvorlagenschluss: 3 Wochen vor Erscheinungstermin
Druckvorlagen: Vom Auftraggeber, sonst zu Selbstkosten.
Anzeigen müssen digital angeliefert werden.

Angaben zu unserem technischen Umfeld:

Plattform: Apple Macintosh
Programme: QuarkXPress 7.0, Macromedia Freehand MX,
Adobe Illustrator CS2, Adobe PhotoShop CS2

Alle Bilddaten und alle Schriften müssen beigefügt werden, ferner ein verbindlicher Iris
Proof und ein separierter sw-Laserausdruck (sonst keine Haftung für das Druckergebnis).
Anzeigendateien, die mit Programmen unter Windows erstellt worden sind,
geben wir zur Integration gegen Selbstkostenberechnung an externe Dienstleister wei-
ter.
Falls wir Gestaltung und Satz Ihrer Anzeige übernehmen sollen, stellen wir die
Selbstkosten in Rechnung.

Bei Überspielen von Daten auf unseren FTP-Server (auf Anfrage) senden Sie per Fax bitte
eine Kopie der Anzeige sowie die Bezeichnung der Datei, die Sie bitte wie folgt benen-
nen:

1. Name des Anzeigenkunden
 2. Kürzel der Zeitschrift, in der die Anzeige geschaltet wird
 3. Nummer der Ausgabe
- Beispiel: adidas_anz_hm_09_10

Druckverfahren: Bogenoffset, 60er Raster
Mindestformat: 1spaltig/40 mm
Sonderfarben: 380,- Euro Aufschlag auf den sw-Preis
(gilt für alle Farbtöne, die nicht aus der
Europaskala erzielt werden können).
Zuschläge (auch Farbzuschläge) werden
rabattiert und verprovisioniert

Buchbinderische Verarbeitung: Klammerheftung

Nachlässe:	Malstaffel:	3x	6x	10x je Titel
		3%	5%	10%
oder Mengenstaffel:		3 Seiten	6 Seiten	10 Seiten je Titel
		3%	5%	10%

Kombinationsrabatte: Siehe Karte „Kombinationen“
Verbreitungsanalysen: Auf Wunsch nach jeweils aktuellem Stand.

Verlagsrepräsentanten

**NRW, Nieders., Schl.-Holst., HH, HB,
B, Brandenb., S.-Anh., Meckl.-Vorp.,
(Nielsen I, II, V und VI), Niederlande**

Verlagsbüro Birgitt Jäcker

Birgitt Jäcker, Imke Stühmeier

Vorberger Weg 5

32549 Bad Oeynhausen

Tel.: (0 57 31) 2 00 23

Fax: (0 57 31) 2 00 24

E-Mail: birgitt.jaecker@t-online.de

**Bayern (Nielsen IV)
Österreich**

MMS Marrenbach

Medien-Service

Bruno + Waltraud Marrenbach

Postfach 12 25

85530 Haar/München

Tel.: (0 89) 4 30 88 55-5

Fax: (0 89) 4 30 88 55-6

E-Mail: info@mms-marrenbach.de

**Hessen, Rheinland-Pfalz,
Saarland (Nielsen IIIa)
Baden-Württemberg
(Nielsen IIIb), Schweiz**

Philippka-Sportverlag

Vivien Walden

Tel.: (02 51) 23 00 5-29

Fax: (02 51) 23 00 5-79

E-Mail: anzeigen@philippka.de

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn 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 Abruf innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, 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 nicht der Verlag zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten dem Verlag den Unterschied zwischen dem gewährten und dem sich nach dem tatsächlichen Auftragsvolumen errechnenden Nachlaß zu erstatten. Die Erstattungsverpflichtung 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 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 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 aufgrund 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, 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 nach pflichtgemäßem Ermessen des Verlages gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Masters 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 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. Die Anzeigenvorlagen müssen als digitale Daten entsprechend den Vorgaben des Verlages angeliefert werden. Farbverbindlichkeit kann nur gewährleistet werden, wenn gleichzeitig mit den Anzeigendaten ein farbverbindlicher Proof an den Verlag geliefert wird.

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 Nachfrist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Rücktrittsrecht. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluß und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung oder 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 oder seines Erfüllungsgehilfen. 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 auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigentgeltes 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 Übersendung des Probeabzuges 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 Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus ihr oder 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 in Höhe von 2 % über dem Diskontsatz der Bundesbank 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 offenstehender 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 digitaler Druckunterlagen 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 – durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50 000 Exemplaren 20 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 Briefanzeigen 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. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das Großbrief-Format (Gewicht 500 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, daß der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.
19. Anzeigenvorlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt.
20. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist, soweit das Gesetz nicht zwingend anderes vorsieht, der Sitz des Verlages. Für den Fall, daß der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt ist, sowie für den Fall, daß der Auftraggeber nach Vertragsabschluß seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden sie erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungtreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Das gilt auch für fehlerhafte Wiederholungsanzeigen, wenn der Werbungtreibende nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist. Bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen oder Korrekturen kann eine Gewähr für die Richtigkeit der Wiedergabe nicht übernommen werden. 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 Mittelvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden. Die Pflicht zur Aufbewahrung von Dateien und Proofs endet 1 Jahr nach Erscheinen der letzten Anzeige, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist.