

OLDTIMER

MARKT

EUROPAS GRÖSSTE
ZEITSCHRIFT FÜR
KLASSISCHE AUTOS
UND MOTORRÄDER

- 1 Titelportrait
- 2 Verlagsangaben
- 3 Anzeigenformate redaktioneller Bereich |
Nachlässe
- 4 Grundpreise redaktioneller Bereich
- 5 Grundpreise Anzeigenteil | Nachlässe
- 6 Oldtimer-Kombi
- 7 Termine 2026
- 8 Beilagen | Beihefter | Beikleber
- 9 Verkaufte Auflage & Leser pro Ausgabe
- 10 IfD-Allensbach Oldtimer Studie
- 11 Zielgruppenprofil (AWA 2025)
- 12 Cross Media
- 13 Geschäftsbedingungen
- 13 Ansprechpartner | Verlagsbüros

MEDIADATEN 2026

Preisliste Nr. 46 · Gültig ab 01.01.2026 · Verkaufte Auflage 67.643 (IVW III/2025)

Seit mehr als **45 Jahren** Europas
meistverkaufte **Oldtimer-Zeitschrift**

OLDTIMER MARKT – Europas größte Zeitschrift für klassische Autos und Motorräder

Die redaktionellen Schwerpunkte bieten eine ausgewogene und fundierte Berichterstattung, vermitteln technisches Know-how und liefern aktuelle Informationen rund um die Oldtimer-Szene. Weite Bildstrecken und unterhaltsame Reportagen sowie ein umfangreicher Kleinanzeigenteil bieten Information und Entspannung gleichermaßen.

Die Leser von OLDTIMER MARKT sind in der Mehrzahl Männer im besten Alter, die im exklusiven Hobby rund um klassische Autos und Motorräder ihren individuellen „Lifestyle“ ausleben. Die Zielgruppe ist von einem überdurchschnittlichen Einkommen und einer positiven Konsumbereitschaft gekennzeichnet, was sich anhand von Leserstrukturanalysen (siehe Punkt 11) eindrucksvoll belegen lässt.

OLDTIMER MARKT genießt in der Szene Kultstatus und wird in der Regel nicht nur intensiv gelesen, sondern auch gesammelt. Die große Identifikation der Leser mit „ihrer“ Zeitschrift macht OLDTIMER MARKT zu einem erfolgversprechenden Werbeträger für alle Produkte, die Männer begeistern.

Gründungsjahr: 1980

Erscheinungsweise: monatlich

Verkaufte Auflage: 67.643 (IVW III/2025)

Leser pro Ausgabe: 520.000 (AWA 2025)



2 | VERLAGSANGABEN

VF Verlagsgesellschaft mbH

Lise-Meitner-Straße 2
55129 Mainz
Telefon: 06131 / 992-0
E-Mail: info@oldtimer-markt.de

Postanschrift

Postfach 10 04 64
55135 Mainz

Anzeigen

Head of Sales / Anzeigenleiter
Bastian Schonauer
Telefon: 06131 / 992-131
E-Mail: b.schonauer@vfmz.de

Rubrikanzeigen (gestaltet):
Simon Darmstadt, Andrew Heinz
Telefon: 06131 / 992-129, -128
E-Mail: rubrikanzeigen@oldtimer-markt.de

Chefredakteur

Dirk Ramackers

Bezugspreise

Einzelverkauf: € 5,90
Jahresabonnement Inland: € 68,-
Jahresabonnement Österreich: € 75,-
Jahresabonnement Schweiz: SFR 104,-
Jahresabonnement sonstiges Ausland: € 99,-

Zahlungsbedingungen

Bei Lastschrifteinzug 3 % Skonto
14 Tage ab Rechnungsdatum 2 % Skonto
30 Tage ab Rechnungsdatum rein netto

Bankverbindung

Postbank Frankfurt am Main:
IBAN: DE34 5001 0060 0394 6946 06
BIC: PBNKDEFF

AGB

Alle Auftragsaufträge werden ausschließlich gemäß den Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Verlages ausgeführt. Die aktuell gültigen AGB finden Sie im Internet unter www.oldtimer-markt.de, die Datenschutzerklärung unter <https://ds-vf.vfmz.de>

Verlag

Europas führender Anbieter von Zeitschriften für Liebhaber klassischer Fahrzeuge

Zeitschriften

OLDTIMER MARKT, OLDTIMER PRAXIS, OLDTIMER TRAKTOR (monatlich), LAST & KRAFT, AMERICAN CLASSICS (zweimonatlich), regelmäßig erscheinende Editionen und Sonderhefte

Internet

www.oldtimer-markt.de ist die Online-Plattform aller VF-Oldtimer-Publikationen (inklusive Marktplatz)

USP

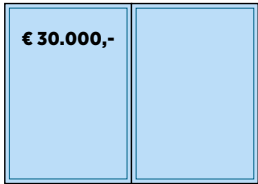
Europas größte Oldtimer-Redaktion bietet Unterhaltung mit Nutzwert auf höchstem Niveau. Das macht unsere Zeitschriften zu klaren Favoriten bei allen, die klassische Fahrzeuge lieben – ganz besonders bei denen, die auch wirklich Old- und Youngtimer besitzen



AWA 2025

Standardformate

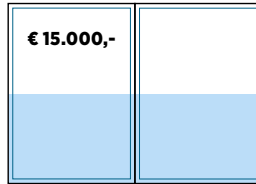
Redaktioneller Bereich



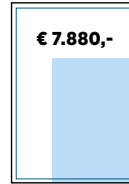
2/1 Seite



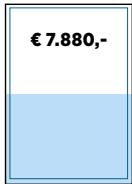
1/1 Seite



2 x 1/2 Seite quer



Juniorpage*



1/2 Seite quer



1/3 Seite quer



1/4 Seite quer



1/2 Seite hoch**



1/3 Seite hoch*



1/4 Seite hoch**

Druckverfahren

Rollen-Offsetdruck

Innenseiten: PSO_LWC_Standard_eci.icc

Umschlag: ISOcoated_v2_eci.icc

Druckunterlagen/Datenformate

PDFs (bevorzugt PDF/X3) im Modus CMYK nach ISO 2846-1, 3 mm Beschnittzugabe an allen Seiten, Passer- bzw. Beschnittmarken anbringen, Schrift und Bilder einbinden. Damit relevante Bildelemente oder Text nicht ungewollt in den Beschnitt rutschen, bitte min. 5 mm Abstand zum Heftrand einhalten.

Malstaffel

Nachlässe auf Anzeigen bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten

ab 3 Anzeigen	5 %
ab 6 Anzeigen	10 %
ab 9 Anzeigen	15 %
ab 18 Anzeigen	20 %
ab 24 Anzeigen	22 %
ab 30 Anzeigen	23 %

Advertorials

Advertorials werden zum 1/1 Seiten-Preis zuzüglich 2.500 € Konzeptionskosten je Seite berechnet.

Heftformat

210 mm breit
297 mm hoch

Noch Fragen zu Anzeigenformaten? Wir sind gerne für Sie da.

» Bastian Schonauer | Tel.: 06131/992-131 | b.schonauer@vmfz.de

Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen.

Abweichende Formate für den redaktionellen Bereich auf Anfrage.

* nur dreispaltiger Umbruch
** nur vierspaltiger Umbruch

Größe in Seitenteilen	Formate im Satzspiegel Breite x Höhe in mm	Formate im Anschnitt* Breite x Höhe in mm	Preise für Anzeigen in €
2/1	400 x 270	420 x 297	30.000,-
1/1	185 x 270	210 x 297	15.000,-
2 x 1/2 quer	400 x 132	420 x 146	15.000,-
Juniorpage	122 x 179	133 x 192	7.880,-
1/2 quer, dreispaltig	185 x 132	210 x 146	7.880,-
1/3 hoch, einspaltig	59 x 270	70 x 297	5.180,-
1/3 quer, dreispaltig	185 x 89	210 x 102	5.180,-
1/4 quer, dreispaltig	185 x 66	210 x 79	4.050,-
1/4 eck, zweispaltig	122 x 97	133 x 110	4.050,-
Rubrik „SCHEINWERFER“ UND „MAGAZINSEITEN“ (Vierspaltiger Umbruch)			
1/2 hoch, zweispaltig	90 x 270	101 x 297	7.880,-
1/4 hoch, einspaltig	43 x 270	54 x 297	4.050,-
1/4 eck, zweispaltig	90 x 132	101 x 146	4.050,-

* Anschnittformate zzgl. 3 mm Beschnittzugabe je Anschnittkante.

Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen.

Rubrik-Anzeigen (gestaltet)

Platzierung nur im Anzeigenteil und im Veranstaltungskalender

In Anlehnung an unsere Spaltenbreiten können Sie Ihre Anzeige von der Höhe her individuell gestalten.

mm-Preis in Farbe: € 5,00

mm-Preis in s/w: € 3,90

Mindestabnahme: 30 mm

So können Sie den Anzeigenpreis für Ihre gestaltete Anzeige berechnen:

mm-Preis x Höhe der Anzeige (mm) x Anzahl der Spalten (max. 4)

z.B. gestaltete Anzeige 50 mm hoch, 3 Spalten

in Farbe: € 5,00 x 50 x 3 = € 750,- | s/w: € 3,90 x 50 x 3 = € 585,-

Malstaffel

Nachlässe auf Anzeigen bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten


ab 3 Anzeigen	5 %
ab 6 Anzeigen	10 %
ab 9 Anzeigen	15 %
ab 18 Anzeigen	20 %
ab 24 Anzeigen	22 %
ab 30 Anzeigen	23 %

Individuelle Formate als Beispielformate

www.oldtimer-markt.de Nächster Kleinanzeigenabschluss OLDTIMER MARKT: 08.09.2015

KLEINANZEIGEN

TRIUMPH



€ 150,- (4c)
€ 117,- (s/w)


Gesuche

€ 500,- (4c)
€ 390,- (s/w)

UNIMOG


€ 600,- (4c)
€ 468,- (s/w)

VOLKSWAGEN



€ 150,- (4c)
€ 117,- (s/w)

VOLVO



€ 600,- (4c)
€ 468,- (s/w)

1-spaltig 30
43 mm breit, 30 mm hoch

1-spaltig 100
43 mm breit, 100 mm hoch

2-spaltig 60
90 mm breit, 60 mm hoch

3-spaltig 50
137 mm breit, 50 mm hoch

4-spaltig 25
185 mm breit, 25 mm hoch

Satzspiegel 185 mm
Heftformat 210 mm

Noch Fragen zu Anzeigenformaten? Wir sind gerne für Sie da.

➔ Simon Darmstadt, Andrew Heinz | Tel.: 06131/992-129, -128 | rubrikanzeigen@oldtimer-markt.de

Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen.

6 DIE OLDTIMER-KOMBI

OLDTIMER MARKT und **OLDTIMER PRAXIS** sind nicht nur in Deutschland, sondern auch in Europa die meistgekauften Oldtimer-Zeitschriften. Beide bieten schon einzeln ein im Vergleich zu Mitbewerbern gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Die Kombination beider Titel, bei der wir zusätzlich 20 % Kombirabatt gewähren, ist im Oldtimer-Segment unschlagbar (siehe Ranking IVW-geprüfte Oldtimer-Zeitschriften unter Punkt 9).

Malstaffel

Nachlässe auf Anzeigen bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten

ab 3 Anzeigen	5 %
ab 6 Anzeigen	10 %
ab 9 Anzeigen	15 %
ab 18 Anzeigen	20 %
ab 24 Anzeigen	22 %
ab 30 Anzeigen	23 %

OLDTIMER MARKT &
OLDTIMER PRAXIS

Verkaufte Auflage IVW III/2025:
121.358 Exemplare

Redaktioneller Bereich:

1/1 Seite	€ 19.840,-
1/2 Seite	€ 10.420,-
1/3 Seite	€ 6.850,-
1/4 Seite	€ 5.360,-

Anzeigenteil:

Rubrikanzeigen mm-Preis in Farbe	€ 6,80
Rubrikanzeigen mm-Preis s/w	€ 5,36

Sie sparen 20 % gegenüber einer Einzelbuchung.



HEFTNR.	ERSTVERKAUFSTAG	KALENDER- WOCHE	ANZEIGENSCHLUSS	DRUCKUNTERLAGEN- SCHLUSS
1	23.12.2025	52	27.11.2025	02.12.2025
2	29.01.2026	5	05.01.2026	08.01.2026
3	26.02.2026	9	02.02.2026	05.02.2026
4	26.03.2026	13	02.03.2026	05.03.2026
5	30.04.2026	18	01.04.2026	08.04.2026
6	28.05.2026	22	29.04.2026	05.05.2026
7	25.06.2026	26	29.05.2026	03.06.2026
8	30.07.2026	31	06.07.2026	09.07.2026
9	27.08.2026	35	03.08.2026	06.08.2026
10	24.09.2026	39	31.08.2026	03.09.2026
11	29.10.2026	44	05.10.2026	08.10.2026
12	26.11.2026	48	02.11.2026	05.11.2026
1/2027	23.12.2026	52	26.11.2026	01.12.2026

» Beilagen / Beihefter / Beikleber – Anlieferung spätestens 4 Tage nach dem Anzeigenschluss an:
 Dierichs Druck + Media, Warenannahme DDM, Frankfurter Straße 168, 34121 Kassel
 mit Hinweis: bestimmt für „OLDTIMER MARKT“

BEILAGEN

(sind der Zeitschrift lose beigefügte Drucksachen)

Belegungsmöglichkeiten

Gesamtauflage oder Teilauflage (Abo, Nielsen-Gebiete)

Mindestmenge

15.000 Exemplare

Formate

bis maximal 200 mm breit x 290 mm hoch

Preise

je angefangene 1.000 Exemplare

je weitere 10 g

ab 50 g

Aboauflage (bis 10 g Einzelgewicht) € 110,-

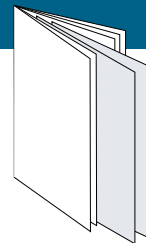
€ 15,-

auf Anfrage

Kioskauflage (bis 20 g Einzelgewicht) € 100,-

€ 5,-

auf Anfrage



BEIHEFTER

(sind fest in der Zeitschrift eingebundene Drucksachen / Prospekte. Sie können verarbeitungsfertig vom Auftraggeber angeliefert oder auf Anfrage durch uns erstellt werden)

Belegungsmöglichkeiten

Gesamtauflage oder Teilauflage (Abo, Nielsen-Gebiete)

Mindestmenge

15.000 Exemplare

Preise

je angefangene 1.000 Exemplare

Aboauflage

4-seitig

8-seitig

12-seitig

Kioskauflage

€ 150,-

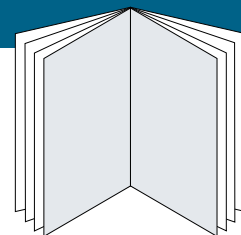
€ 180,-

€ 210,-

€ 130,-

€ 150,-

€ 170,-



BEIKLEBER

(werden auf eine Basisanzeige so aufgeklebt, dass sie vom Interessenten mühelos abgelöst und verwendet werden können)

Platzierung

bis zu 55 mm vom Bund, nur Bogenanfang / -ende

Preise

je angefangene 1.000 Exemplare zzgl. der Kosten einer Trägeranzeige im Format 1/1 Seite

Postkarte/Coupon

Prospekt

Warenprobe

(bis 20 g Einzelgewicht)

(bis 20 g Einzelgewicht)

Aboauflage

€ 60,-

€ 90,-

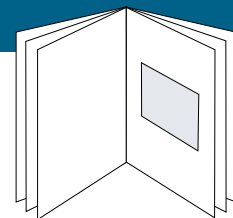
€ 95,-

Kioskauflage

€ 50,-

€ 70,-

€ 75,-



Änderungen aufgrund von Portoanpassung der Deutschen Post AG vorbehalten.
Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen.

Ranking IVW-geprüfte Oldtimer-Zeitschriften

Einzelverkauf (EV) und Abo, ohne E-Paper (IVW III/2025)

Die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V., kurz IVW, ermittelt, publiziert und kontrolliert die Auflagenhöhe von Printmedien, die freiwillig am Kontrollverfahren teilnehmen. Von acht IVW-geprüften Oldtimer-Zeitschriften kommen drei aus dem Hause VF. Mit monatlich durchschnittlich 67.527 verkauften Exemplaren (Einzelverkauf und Abonnements nach IVW III/2025) ist OLDTIMER MARKT klare Nr. 1.

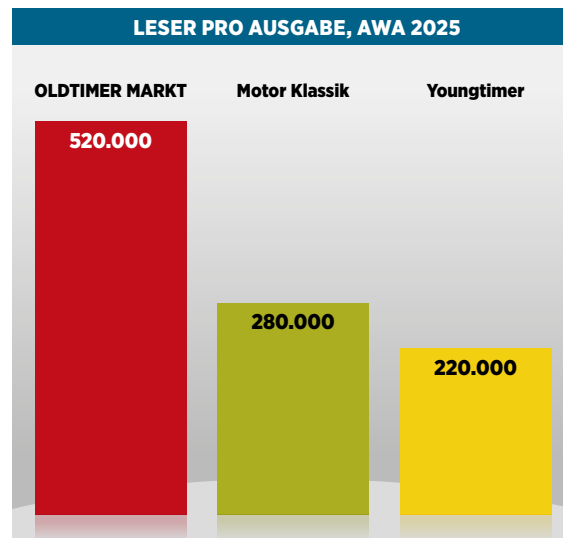
	ZEITSCHRIFT	VERKAUFTE AUFLAGE EV+Abo ohne E-Paper	TAP* IN €
monatlich	1. OLDTIMER MARKT	67.527	217,69
	2. OLDTIMER PRAXIS	53.658	178,91
	3. Autobild Klassik	48.789	289,00
	4. Motor Klassik	33.354	406,25
	5. Auto Zeitung Classic Cars	22.376	484,89
8-10 x jährlich	6. OLDTIMER TRAKTOR	18.765	69,28
	7. Youngtimer (8 x jährlich)	19.064	417,02
	8. Motorrad Classic (10 x jährlich)	11.852	640,40
	Kombi OLDTIMER MARKT/ OLDTIMER PRAXIS	121.185	160,42



* Tausender-Auflagen-Preis (TAP): Anzeigenpreis pro 1.000 verkaufte Exemplare auf Basis 1/1 Seite 4c im redaktionellen Bereich, Mediadata 2025

AWA-Ranking Leser pro Ausgabe

Die Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse, kurz AWA, befragt jährlich auf breiter Basis (mehr als 23.000 Interviews) Bürger nach ihren Konsum- und Mediennutzungsgewohnheiten. Dabei legt sie einen besonderen Schwerpunkt auf Printmedien und ermöglicht eine zielgruppengenaue Evaluation von Werbeträgern. Mit 520.000 Lesern pro Ausgabe ist OLDTIMER MARKT Deutschlands meistgelesenes Klassiker-Magazin.



Neue
Allensbach-
Studie in
2026



DER OLDTIMER-MARKT IN DEUTSCHLAND

Eine Untersuchung zu Besitz und Umgang mit klassischen Autos und Motorrädern, zu Informationsinteressen und zur Mediennutzung

2021

Auszüge aus der IFD-Allensbach Oldtimer-Studie 2021 im Auftrag der VDA, herausgegeben von der IFD-Verlagsgesellschaft mbH, Mainz und des Verbands der Automobilindustrie (VDA)



2021 hat das **Institut für Demoskopie Allensbach** in unserem Auftrag und mit Unterstützung des VDA eine fünfte große eigenständige Studie erstellt, bei der 753 Oldtimer-Interessierte in einstündigen, mündlich-persönlichen Interviews ausführlich zum Thema Oldtimer befragt wurden.

Die weltweit aufwendigste Untersuchung über den „Oldtimer-Markt“ liefert repräsentative, qualitative und quantitative Aussagen über das Klassik-Segment und das Markt- und Mediennutzungsverhalten der Zielgruppe. Abgerundet wird die Studie mit einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung, die das Stimmungsbild der Deutschen zu klassischen Fahrzeugen beschreibt.

Auf www.oldtimer-markt.de/mediadaten finden Sie eine Broschüre mit wesentlichen Inhalten der Studie.

Wenn Sie erfahren wollen,

- » wie groß die Zielgruppe der Liebhaber und Besitzer klassischer Autos und Motorräder wirklich ist und welche demografischen Merkmale sie aufweist,
- » wie die Bevölkerung in Deutschland über Oldtimer und ihre Fahrer denkt,
- » was für und was gegen den Einstieg ins Oldtimer-Hobby spricht,
- » welche Potentiale im Milliardenmarkt rund um klassische Fahrzeuge stecken,
- » wie sich der Bestand an klassischen Fahrzeugen entwickelt,
- » wie Oldtimer-Besitzer für Wartung, Reparatur, Restaurierung und Pflege ihrer Fahrzeuge ausgeben,
- » welche Medien Oldtimer-Interessierte nutzen und wie intensiv sie das tun,
- » inwieweit sich die Leserschaften der Oldtimer-Zeitschriften im Markt unterscheiden,
- » welche Veranstaltungen Oldtimer-Interessierte besuchen und an welchen sie teilnehmen,
- » warum Oldtimer-Besitzer glaubwürdige Multiplikatoren und Botschafter rund ums Auto sind,

dann sollten Sie die Untersuchung dringend runterladen.

Die Struktur der Leser von OLDTIMER MARKT im Vergleich zur Gesamtbevölkerung (über 14 Jahre)

	GESAMT-BEVÖLKERUNG (71,0 MIO)	OLDTIMER MARKT-LESER (0,52 MIO)	INDEX 100 = GESAMTBEVÖLKERUNG
Männer im besten Alter			Index 100: Gesamtbevölkerung
Männeranteil	49 %	93 %	190
30 bis 69 Jahre	62 %	65 %	105
Nettoeinkommen im Haushalt von 5.000 bis 10.000 € und mehr	24 %	36 %	150
Starke Persönlichkeiten			
Führungspositionen, Führungskräfte im Betrieb	13 %	28 %	215
„Innovatoren“ oder „Trendsetter“	15 %	37 %	247
(Sehr) breites Interessenspektrum	12 %	27 %	225
Persönlichkeitsstarke Multiplikatoren	25 %	46 %	184
Gut situiert			
Besitze Immobilien	51 %	67 %	131
Wohne im eigenen Haus	39 %	57 %	146
Männer über 40, höherer Status	14 %	50 %	357
Luxusorientierte Konsumenten	11 %	19 %	173
Technisch interessiert			
TAPs (Technically Advanced Persons)	11 %	19 %	173
Bin auf dem Laufenden bei Neuentwicklungen	31 %	57 %	184

	GESAMT- BEVÖLKERUNG	OLDTIMER MARKT- LESER	INDEX 100 = GESAMTBEVÖLKERUNG
--	--------------------------------	----------------------------------	--

Hohe Ausgabebereitschaft

Index 100: Gesamtbevölkerung

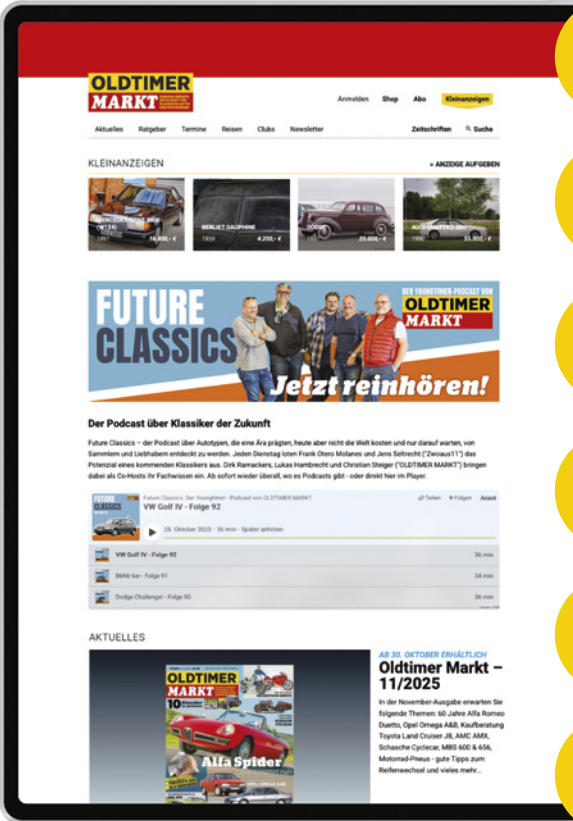
Autos	19 %	48 %	253
Kaufplan Pkw-Neuwagen in den nächsten ein, zwei Jahren	2 %	7 %	350
Spitzenrestaurants/-Hotels	21 %	33 %	157
Hobbys	38 %	51 %	134

Besonderes Interesse am Thema

Autos, Autotests	11 %	49 %	446
Motorräder	4 %	20 %	500
Heimwerken, Do-It-Yourself-Arbeiten	15 %	38 %	253
Bauen, Modernisieren, Renovieren	11 %	23 %	209
Geld-, Kapitalanlagen	16 %	37 %	231
Urlaub und Reisen	45 %	50 %	111

Besitz im Haushalt

Pkw im Haushalt als Neuwagen gekauft	21 %	34 %	162
Oldtimer-Pkw	3 %	42 %	1.400
Youngtimer-Pkw	7 %	28 %	400
Motorrad (über 125 ccm)	5 %	21 %	420
Armbanduhren der Luxusklasse	12 %	24 %	200
Outdoorbekleidung für Sport und Alltag	31 %	43 %	139



DAS OLDTIMER-PORTAL

Werben ohne Streuverluste: www.oldtimer-markt.de ist mit über einer Million Besuchern pro Jahr die Webseite für Liebhaber klassischer Fahrzeuge!

Buchbar: Website-Banner, Advertorials



DER OLDTIMER-MARKTPLATZ

Erhöhen Sie Ihre Kundenkontakte durch unsere attraktiven Werbemöglichkeiten im Kleinanzeigenmarktplatz für Oldtimer, Ersatzteile und Zubehör.

Buchbar: Website-Banner, Firmenpräsentation, Online Kleinanzeigen-Pakete



DIE TERMINE-APP

Ihre Veranstaltung als Highlight im Eventkalender der Oldtimer-Szene – dank OLDTIMER MARKT-Termine-App einfach und schnell umsetzbar.

Buchbar: Ihre Veranstaltung als Top-Event, Ihr Logo im Kalender



Neu: Podcast FUTURE CLASSICS

Ständig auf den vorderen Plätzen der deutschen Automotive Podcast Charts – der Youngtimer-Podcast von OLDTIMER MARKT.

Buchbar: Presenter, Host Read Ads, Pre-Roll, Post-Roll, Sponsorships



Social Media

Reichweite mit Leidenschaft direkt in der Oldtimer-Community – auf unseren Social Media-Kanälen erreichen Ihre Botschaften genau Ihre Zielgruppe!

Buchbar: Facebook-Adverts, Instagram-Posts, Youtube-Sponsorships



Newsletter

8.000 Empfänger und eine überdurchschnittliche Öffnungsrate – mit unserem Newsletter werben Sie direkt im Postfach Ihres Adressatenkreises.

Buchbar: Newsletter-Banner

Rufen Sie uns an! Wir sind gerne für Sie da.
>> Bastian Schonauer, Head of Sales | Tel.: 06131/992-131 | b.schonauer@vmfz.de
>> Simon Darmstadt, Andrew Heinz | Tel.: 06131/992-129, -128 | rubrikanzeigen@oldtimer-markt.de

ZIFFER 1 „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeige“ bezeichnet) von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Zeitung oder Zeitschrift zum Zweck der Verbreitung.

ZIFFER 2 Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. 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 eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird.

ZIFFER 3 Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses um Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber dem Verlag, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, die Differenz zwischen dem gewährten und dem tatsächlichen Abnahme entsprechenden Rabatt zu erstatten. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Rabatt.

ZIFFER 4 Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

ZIFFER 5 Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, 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.

ZIFFER 6 Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

ZIFFER 7 Der Verlag behält sich vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzuhelnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist. Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Musters und dessen Billigung bindend. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

ZIFFER 8 Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen

Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.

ZIFFER 9 Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Verbreitung der Anzeige.

ZIFFER 10 Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn a) diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder b) diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre. Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder das Recht, vom Vertrag zurückzutreten. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen. Reklamationen sind nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden.

ZIFFER 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 bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.

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

ZIFFER 13 Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

ZIFFER 14 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlussstermin und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

ZIFFER 15 Der Verlag liefert 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.

ZIFFER 16 Aufgabeminderung siehe www.oldtimer-markt.de/agn

ZIFFER 17 Bei Anzeigenzusendung wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Expressbriefe 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.

ZIFFER 18 Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist Erfüllungsort und

der Gerichtsstand bei Klage der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren allgemeinem Gerichtsstand.

ZIFFER 19 Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind gegenüber Unternehmern wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

ZIFFER 20 Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss spätestens bis zum Abschluss des Insertionsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

ZIFFER 21 Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelieferten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Nachweis, dass dem Verlag kein oder nur ein geringerer als der geltende Schaden entstanden ist, bleibt dem Auftraggeber unbenommen. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.

ZIFFER 22 Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen - sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, deren sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient - hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

Verlagsbüro Nielsen 1, 2

Kolja Kraus
 Marqu-en-Baroeul-Straße 52, 45966 Gladbeck
 Tel.: 0151 / 53834649
 E-Mail: verlagsbuero-koljakraus@vfmz.de

Verlagsbüro Nielsen 3a, 3b

Medienberatung Uwe Stolte
 Groosstraße 14, 65343 Eltville am Rhein
 Tel.: 0172 / 6501997
 E-Mail: verlagsbuero-stolte@vfmz.de

Ihr Ansprechpartner im Verlag Nielsen 4, 5, 6, 7, Ausland

Bastian Schonauer, Head of Sales / Anzeigenleiter
 Lise-Meitner-Straße 2
 55129 Mainz
 Tel.: 06131 / 992-131
 E-Mail: b.schonauer@vfmz.de



VF VERLAGS-GESellschaft

Lise-Meitner-Straße 2
 55129 Mainz
 Tel.: 06131/992-0

E-Mail: anzeigen@oldtimer-markt.de
 www.oldtimer-markt.de

Weitere Zeitschriften der VF Verlagsgesellschaft mbH



12 Ausgaben pro Jahr



6 Ausgaben pro Jahr



12 Ausgaben pro Jahr



6 Ausgaben pro Jahr



2 Ausgaben pro Jahr,
 wechselnde Themen



4 Ausgaben pro Jahr,
 wechselnde Themen