



Mediadaten 2019

Preisliste Nr. 30 gültig ab 1.1.2019



JOURNAL

JOURNAL FRANKFURT
JOURNAL LIVE
JOURNAL – DER TAG

LIFESTYLE

FREIZEIT IN HESSEN
WOHNEN IN FRANKFURT
FESTE FEIERN
FRANKFURT KAUFT EIN!

FOOD

FRANKFURT GEHT AUS!
RHEIN-MAIN GEHT AUS!
GENUSSMAGAZIN

SZENE

JOURNAL SZENEGUIDE
UNI JOURNAL
KINO JOURNAL

KULTUR

art kaleidoscope

Presse Verlagsgesellschaft für Zeitschriften und Neue Medien mbH

Ludwigstraße 33-37, 60327 Frankfurt am Main
 Tel. 069 97460-0 (Zentrale), 069 97460-369 (Anzeigenabteilung),
 Fax 069 97460-400, Anzeigenleitung: Melanie Hennemann
 E-Mail: journal-anzeigen@mmg.de

Bankverbindung

Commerzbank Frankfurt, BLZ 500 400 00, Konto 6 760 193
 IBAN: DE83 5004 0000 0676 0193 00, BIC: COBADEFFXXX

Sonderrabatt

10% vom Grundpreis, ohne Mittlervergütung für Kulturveranstalter,
 Reiseveranstalter, Schulen, Selbsthilfegruppen.
 15% Agenturprovision

Platzierungsvorschriften und Zuschläge

10% Zuschlag für verbindliche Festplatzierungen. Zuschläge für die
 Umschlagseiten in JOURNAL FRANKFURT (nur vierfarbig): U2 - 20%,
 U3 - 15%, U4 - 25%.

Nachlässe Presse Verlagsgesellschaft

Malstaffel		Mengenstaffel			
je Anzeigen:		je Seiten:			
ab 4	5 %	ab 3	5 %	ab 18	21 %
ab 13	12 %	ab 6	8 %	ab 24	23 %
ab 18	16 %	ab 9	10 %	ab 30	24 %
ab 24	18 %	ab 12	15 %	ab 52	25 %
ab 26	20 %	ab 15	18 %		

Gültig bei Abschluss von 12 Monaten. Beim JOURNAL FRANKFURT-
 Rabatabschluss zählen Anzeigen in den Sonderheften mit.

Preise und Zahlungsbedingungen

Alle ausgewiesenen Preise in Euro, zuzüglich
 gesetzlicher Mehrwertsteuer. Zahlung sofort
 bei Rechnungserhalt netto Kasse

JOURNAL

LIFESTYLE

FOOD

SZENE

KULTUR



JOURNAL FRANKFURT
 Kauftitel
 Erscheint monatlich
 Auflage: 29.102 Expl. (verk.)
 Seite 4-5



FREIZEIT IN HESSEN
 Kauftitel
 Erscheint alle 2 Jahre
 Auflage: 28.000 Expl.
 Seite 10-11



FRANKFURT GEHT AUS!
 Kauftitel
 Erscheint jährlich
 Auflage: 50.000 Expl.
 Seite 18-19



JOURNAL SZENEGUIDE
 Kostenloser Titel
 Erscheint jährlich
 Auflage: 25.000 Expl.
 Seite 24-25



art kaleidoscope
 Kauftitel
 Erscheint vierteljährlich
 Auflage: 25.500 Expl.
 Seite 30-31



FRANKFURT LIVE
 Kostenloser Titel
 Erscheint 14-tägig
 Auflage: 30.000 Expl.
 Seite 6-7



WOHNEN IN FRANKFURT
 Kauftitel
 Erscheint jährlich
 Auflage: 28.000 Expl.
 Seite 12-13



RHEIN-MAIN GEHT AUS!
 Kauftitel
 Erscheint jährlich
 Auflage: 35.000 Expl.
 Seite 20-21



UNI JOURNAL
 Kostenloser Titel
 Erscheint jährlich
 Auflage: 25.000 Expl.
 Seite 26-27



JOURNAL - DER TAG
 Tägliches eMag
 Erscheint Mo-Fr
 Abonnenten: 50.400
 Seite 8-9



FESTE FEIERN
 Kauftitel
 Update 2019
 Auflage: 9.000 Expl.
 Seite 14-15



GenussMAGAZIN
 Kauftitel
 Erscheint vierteljährlich
 Auflage: 28.000 Expl.
 Seite 22-23



KINO JOURNAL
 Kostenloser Titel
 Erscheint wöchentlich
 Auflage: 30.000 Expl.
 Seite 28-29



FRANKFURT KAUFT EIN
 Kauftitel
 Erscheint jährlich
 Auflage: 28.000 Expl.
 Seite 16-17

Geschäftsbedingungen

Für alle Aufträge gelten unsere Allgemeinen und Zusätzlichen Geschäftsbedingungen (siehe Seite 34-35)

Rücktrittstermine

Siehe AGB auf Seite 34-35

Inhaltsverzeichnis

JOURNAL FRANKFURT	4
JOURNAL LIVE	6
JOURNAL - DER TAG	8
FREIZEIT IN HESSEN	10
WOHNEN IN FRANKFURT	12
FESTE FEIERN	14
FRANKFURT KAUFT EIN!	16
FRANKFURT GEHT AUS!	18
RHEIN-MAIN GEHT AUS!	20
GenussMAGAZIN	22
JOURNAL SZENEGUIDE	24
UNI JOURNAL	26
KINO JOURNAL	28
art kaleidoscope	30

Zielgruppenspendaten

JOURNAL	32
FOOD	33
ONLINE	33

AGB	34
Druckunterlagen	36
Formate	37
Termine	38
Ansprechpartner	40

FRANKFURT GEHT AUS!
RHEIN-MAIN GEHT AUS!
GENUSSMAGAZIN

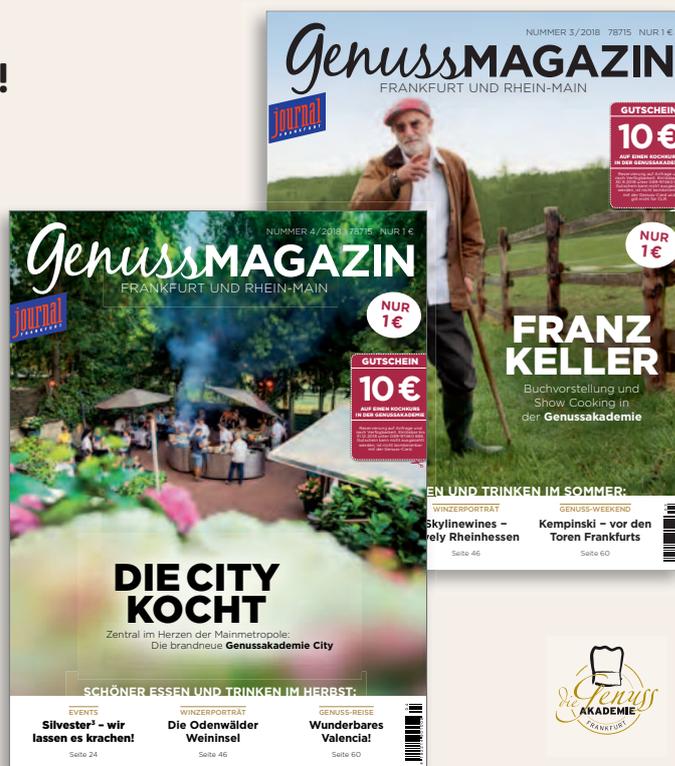
DAS MAGAZIN FÜR KOCHFREUNDE UND GENIESSER. AUCH AM KIOSK ZU HABEN!

Kochen mit den Profis als gemeinsames Erlebnis und als Event in der Genussakademie Frankfurt: Die Ursprünge dieses besonderen Angebots an mittlerweile vier Standorten in Frankfurt gehen auf den Restaurantführer FRANKFURT GEHT AUS! zurück. Daraus entwickelte sich das hochwertige GenussMAGAZIN, das nicht nur über das Kursprogramm der Genussakademie Frankfurt informiert. Hinzu kommen Hintergrundstorys zu Sterneköchen, interessante Interviews, ausgefallene Rezepte, informative Warenkunde und kulinarische Leserreisen.

Hohe Auflage, exklusiver Vertrieb

Quartalsweise werden im Schnitt rund 28.000 Exemplare über ausgewählte Zeitschriftenverkaufsstellen, über die Genussakademie sowie über exklusive Frankfurter Fachgeschäfte vertrieben. Ehemalige Kursteilnehmer und kochinteressierte Leser erhalten das GenussMAGAZIN im Abonnement, und in einer Teilaufgabe liegt es exklusiv FRANKFURT GEHT AUS! und RHEIN-MAIN GEHT AUS! bei.

Ausgabe	Erscheinungstermin	Heftzeitraum	Anzeigenabschluss	DU-Schluss
2/2019	07.03.2019	März-Mai	11.02.2019	15.02.2019
3/2019	06.06.2019	Juni-Aug.	06.05.2019	10.05.2019
4/2019	05.09.2019	Sept.-Nov.	05.08.2019	09.08.2019
1/2020	05.12.2019	Dez.-Feb.	11.11.2019	15.11.2019



www.genussakademie-frankfurt.de

ZAHLEN - DATEN - FAKTEN

Heftformat:	210 mm Breite, 280 mm Höhe
Satzspiegelformat:	177 mm Breite, 246 mm Höhe
Distribution:	Zeitschriftenkioske, Abonnenten, Inhaber der Genuss-Card, Kursteilnehmer der Genussakademie, Teilaufgabe in FRANKFURT GEHT AUS! und RHEIN-MAIN GEHT AUS! sowie in ausgewählten Lebensmittel-Fachgeschäften
Auflage:	28.000 Exemplare
Kontakt:	journal-anzeigen@mmg.de
Beileger und Beihefter:	81 € pro tausend bis 20 g; 3,65 € pro weitere 5 g Gewicht; Mindestmenge 10.000 Stück
Beikleber:	51 € pro tausend bis 20 g; 3,65 € pro weitere 5 g Gewicht

Die Preise für Beileger, Beihefter und Beikleber sind nicht rabattfähig.

Anzeigenpreise GenussMAGAZIN ⁽⁴⁾

Format	s/w	4c
4. Umschlagseite		3.310,-
2. Umschlagseite		3.150,-
3. Umschlagseite		2.950,-
1/1 Seite	1.710,-	2.650,-
1/2 Seite ⁽²⁾	980,-	1.410,-
1/3 Seite ⁽¹⁾	730,-	970,-
1/4 Seite ⁽²⁾	520,-	790,-

Anzeigenpreise Sonderwerbeformen ⁽⁴⁾

Erzeugerporträt/Winzerporträt/Hotelporträt (Doppelseite)	4.400,-
Porträt Food & Beverage/Küchen-Equipment (Doppelseite)	4.800,-
3x3 der guten Adressen (55 x 75 mm) ⁽³⁾	95,-
Fine Dining (85 x 55 mm) ⁽³⁾	195,-

⁽¹⁾ Hochformat nur auf Kochkurs-Seiten, ⁽²⁾ Nur als Querformat, ⁽³⁾ Preis pro Ausgabe / Mindestlaufzeit 4 Ausgaben, schriftl. Kündigung 4 Wochen vor Ablauf, ⁽⁴⁾ Tarif für regionale Kunden im Raum Frankfurt (Lokaltarif)

GENUSSWOCHE



Die GenussWOCHE ist das schnelle Magazin per E-Mail, das über kulinarische Angebote der Rhein-Main-Metropole informiert. Ob Restaurant-Neueröffnungen, Last-Minute-Kochkurse oder „fangfrische“ News aus der Gastronomie, hier holen sich Freunde guter Küche topaktuell Infos und Anregungen.

Frequenz:	wöchentlich / 52 x pro Jahr
Erscheinungstag:	Montag
Verbreitete Auflage:	47.600 Abonnenten

Anzeigenpreise pro Aussendung

Supersize Banner (728 x 90 px, 300 x 250 px)	540,-
Fullsize Banner (468 x 60 px, 234 x 60 px)	340,-
Halfsize Banner (234 x 60 px)	250,-
Highlight Link ⁽¹⁾ mit Bild (240 x 160 px)	340,-

⁽¹⁾ fett gedruckter Headline-Text: 40 Zeichen dünngedruckter Text: 120 Zeichen + URL, Bildanlieferung im JPEG-Format. Der Highlight Link erscheint am Buchungstag auch auf der passenden Webseite.



Abobestellung unter
www.genussmagazin-frankfurt.de



	Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren (%)	GCM weitester Leserkreis (%)	Index
	100,0	100,0	100
Geschlecht			
Männer	48,9	50,0	102
Frauen	51,1	50,0	98
Alter			
14-19 Jahre	6,9	6,2	90
20-29 Jahre	13,8	18,2	132
30-39 Jahre	13,9	17,2	124
40-49 Jahre	16,8	21,1	126
50-59 Jahre	18,0	19,7	109
60-69 Jahre	12,9	10,2	79
70 Jahre und älter	17,8	7,4	42
Schulbildung			
Ohne Schulabschluss	3,7	0,5	14
Haupt-/Volksschulabschluss	32,9	13,7	42
Realschulabschluss	30,6	29,7	97
Fachhochschulreife	7,8	11,3	145
Hochschulreife	25,1	44,8	179
Berufskreis der Befragten (detailliert)			
Facharbeiter mit abgelegter Prüfung	13,1	7,9	61
Sonstiger Arbeiter	9,5	3,1	33
Leitender Angestellter	10,0	12,5	125
Nichtleitender Angestellter	43,5	50,0	115
Beamter des höheren/gehobenen Dienstes	3,1	4,0	130
Beamter des mittleren/einfachen Dienstes	2,2	3,0	137
Freier Beruf	3,3	6,5	198
Landwirt	0,8	0,0	1
Inhaber, Geschäftsführer eines größeren Unternehmens, Direktor	0,2	0,2	101
Mittlerer/kleiner selbstständiger Geschäftsmann/Handwerker	4,1	3,1	76
Mithelfender Familienangehöriger im eigenen Betrieb	0,8	0,6	66
War noch nie berufstätig	9,4	9,1	97
Haushaltsnettoeinkommen			
Unter 1.000 Euro	6,0	4,0	66
1.000 bis unter 1.500 Euro	11,5	8,2	71
1.500 bis unter 2.000 Euro	14,5	12,3	85
2.000 bis unter 2.500 Euro	13,7	10,7	78

⁽¹⁾ Quelle: AWA 2016/GCM Go City Media GmbH Metropolen-Connection sind im Rhein-Main-Gebiet mit dem JOURNAL FRANKFURT vertreten

FOOD



	Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren (%)	Das mache ich häufig: zum Essen ausgehen (%)	Index
	100,0	100,0	100
Geschlecht			
Männer	49	46,7	95
Frauen	51	53,3	105
Alter			
14-19 Jahre	7	5,4	78
20-29 Jahre	13,8	20,3	147
30-39 Jahre	14	16,7	119
40-49 Jahre	16	16,9	105
50-59 Jahre	18,2	18,2	100
60-69 Jahre	13,4	12,2	91
70 Jahre und älter	17,6	10,3	59
Schulbildung			
Ohne Schulabschluss	3,6	2,1	59
Haupt-/Volksschulabschluss	32,1	21,8	68
Realschulabschluss	31,2	30,3	97
Fachhochschulreife	7,9	11,1	140
Allgemeine/fachgebundene Hochschulreife	25,2	34,7	138
Haushaltsnettoeinkommen			
2.000 Euro und mehr	68,8	78,7	114
2.500 Euro und mehr	55,5	67,9	122
3.000 Euro und mehr	42,2	56,4	134
3.500 Euro und mehr	29,7	43,7	147
4.000 Euro und mehr	20,2	32,6	161
5.000 Euro und mehr	10,5	19,9	189
Besonders interessiert			
Urlaub und Reisen	42,1	64,4	153
Spezielle Wellness-Angebote (z. B. Spa, Wellness-Hotels, Reiseanbieter)	10,0	20,3	202
Wohnen und Einrichten	29,6	38,8	131
Geräte der Unterhaltungselektronik (HiFi, TV, Video, DVD)	17,1	20	117
Gastlichkeit zu Hause, Gästebewirtung	29,9	37,4	124
Gesunde Ernährung, gesunde Lebensweise	35,8	39,5	110
Mode, Modetrends	16,8	30,1	179
Moderne Architektur	4,8	9	187
Freizeit - das mache ich häufig			
In Diskotheken und Clubs gehen	6,2	17,2	279
Shopping, Einkaufen gehen	27,4	57,5	210
Thermalbad, Terme	5,4	14,6	273

Quelle: AWA 2017; Zielgruppendaten der AWA für die Bereiche Kino, Clubs/Nightlife, Kunst und Business schicken wir Ihnen gerne zu.

	Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren (%)	GCM weitester (1) Leserkreis (%)	Index
	100,0	100,0	100
2.500 bis unter 3.000 Euro	13,6	11,5	84
3.000 Euro und mehr	40,6	53,3	131
Besonders interessiert			
Politik	22,6	33,7	149
Wirtschaftsthemen, Wirtschaftsfragen	11,6	15,5	134
Natur- und Umweltschutz	20,1	31,3	156
Modernes Design	7,7	10,6	137
Sport	30,5	35,6	117
Kunst- und Kulturszene	9,4	26,6	284
Kinofilme	15,4	28,2	184
Bücher	29,0	43,6	151
Musik	36,7	55,4	151
Urlaub und Reisen	41,1	56,8	138
Spezielle Wellness-Angebote (z. B. Spa, Wellness-Hotels, Reiseanbieter)	10,0	12,8	128
Moderne Architektur	4,8	8,6	178
Gesunde Ernährung/Lebensweise	35,2	42,4	121
HiFi-Geräte, HiFi-Technik	17,7	19,0	107
Fotografieren	11,8	16,2	137
Internet, Online-Angebote	23,6	29,6	125
Telekommunikation (Handy, Smartphone, DSL)	25,4	30,8	121
Computernutzung/Anwendung von Computern	25,5	33,9	133
Mode, Modetrends	16,9	19,3	115
Hautpflege, Körperpflege	29,8	30,0	101
Medizinische Fragen	25,3	25,0	99
Berufliche Weiterbildung	22,1	33,0	149
Freizeit - das mache ich häufig			
Shopping, Einkaufen gehen	27,1	30,1	111
In Diskotheken, Clubs gehen	6,1	12,5	204
Zum Essen ausgehen	14,8	23,8	160
Sauna, Dampfbad	7,5	12,0	160
Thermalbad, Terme	5,3	7,3	139
Computerspiele	13,7	14,2	103
Selbst Videofilme drehen	1,9	4,3	220
Theater-, Oper- oder Schauspielhaus besuchen	3,7	8,4	225
Musikveranstaltungen, Konzerte besuchen	7,1	18,4	259
Museen, Galerien, Ausstellungen besuchen	3,3	11,7	351

ONLINE - INTERNET



	Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren (%)	Nutzungshäufigkeit Internet: mehrmals täglich (%)	Index
	100,0	100,0	100
Geschlecht			
Männer	49	52,6	107
Frauen	51	47,4	93
Alter			
14-19 Jahre	7	9,6	138
20-29 Jahre	13,8	19,5	141
30-39 Jahre	14	18,8	134
40-49 Jahre	16	20,4	128
50-59 Jahre	18,2	18,8	103
60-69 Jahre	13,4	8,9	66
70 Jahre und älter	17,6	4	23
Schulbildung			
Ohne Schulabschluss	3,6	1,8	51
Haupt-/Volksschulabschluss	32,1	20,5	64
Realschulabschluss	31,2	33,5	108
Fachhochschulreife	7,9	9,9	125
Allgemeine/fachgebundene Hochschulreife	25,2	34,3	136
Haushaltsnettoeinkommen			
1.000 bis unter 1.500 Euro	10,9	7,8	72
1.500 bis unter 2.000 Euro	14,2	10,8	76
2.000 bis unter 2.500 Euro	13,3	11,1	83
2.500 bis unter 3.000 Euro	13,3	12,8	96
3.000 bis unter 3.500 Euro	12,5	14,3	115
3.500 Euro und mehr	29,7	37,9	128
Besonders interessiert			
Modernes Design	7,7	9,4	122
Kunst- und Kulturszene	9,5	11,2	118
Kinofilme	15,3	20,7	135
Musik	36,7	43,6	119
Geräte der Unterhaltungselektronik (HiFi, TV, Video, DVD)	17,1	19,9	116
Moderne Telekommunikationsgeräte wie Handy, Smartphone, DSL	26,1	35,3	135
Berufliche Weiterbildung	21,6	30	139
Freizeit - das mache ich häufig			
Zum Essen ausgehen	15,7	18,8	120
In Diskotheken, Clubs gehen	6,2	7,9	128
Shopping, Einkaufen gehen	27,4	29,8	109
Computerspiele	13,8	18,8	136

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Presse Verlagsgesellschaft für Zeitschriften und neue Medien mbH

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einem Medium zum Zwecke der Verbreitung (gedruckt und digital).
2. Anzeigenaufträge sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlags beruht.
5. Die Aufnahme von Anzeigen und Fremdbeiträgen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift erfolgt dann, wenn der Auftraggeber erklärt hat, dass die Anzeige oder Fremdbeiträge in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift erscheinen soll und dies vom Verlag schriftlich bestätigt worden ist.
6. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht und mit Trennstrich zum redaktionellen Teil versehen.
7. 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 Verlags abzulehnen, wenn deren Inhalt nach pflichtge-

- mäßigem Ermessen des Verlags gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten 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 Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
8. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen, Beikleber etc. ist der Auftraggeber verantwortlich. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
9. 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 und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlags für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften 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 auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt.

Reklamationen des Auftraggebers müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

10. 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 Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.
11. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
12. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber vierzehn Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist sofort rein netto zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.
13. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Dem Auftraggeber bleibt jedoch der Nachweis eines wesentlich geringeren Schadens vorbehalten. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen eines begründeten Zweifels 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 vom Ausgleich offener Rechnungen abhängig zu machen.
14. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrags werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlags über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

15. Kosten für die Anfertigung nicht als druckfähige Offsetfilme ausgelieferter Vorlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zur Vertretung erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
16. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen kein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden.
17. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrags.
18. Erfüllungsort ist Sitz des Verlags. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlags. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlags vereinbart.
19. Alle Preise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlags

- a) Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er vom Auftraggeber irreführend oder getäuscht wird. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrags verpflichtet sich der Inserent, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeigen bezieht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs.
- b) Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrags, auch wenn er nicht rechtzeitig sinstiert wurde, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen nicht rechtzeitig sinstierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keine Ansprüche

gegen den Verlag zu. Der Auftraggeber hält den Verlag auch von allen Ansprüchen aus Verstößen gegen das Urheberrecht frei.

- c) Abbestellungen müssen schriftlich erfolgen. Bei Abbestellungen einer Anzeige kann der Verlag die entstandenen Satz-kosten berechnen.
- d) Fälle höherer Gewalt wie auch vom Verlag unverschuldete Arbeitskämpfe entbinden den Verlag von der Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadensersatz.
- e) Bei fernmündlichen Anzeigen, Termin- und Ausgabenänderungen, Textkorrekturen und Abbestellungen übernimmt der Verlag für Übermittlungsfehler keine Haftung.
- f) Ansprüche bei fehlerhaften Wiederholungsanzeigen sind dann ausgeschlossen, wenn der Werbungtreibende die Möglichkeit hatte, vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinzuweisen. Der Vergütungsanspruch des Verlags bleibt unberührt.
- g) Der Werbungtreibende hat rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Auftrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Der Anspruch auf rückwirkenden Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb eines Monats nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.
- h) Das Stornieren von Anzeigenschaltungen ist nur durch schriftliche Mitteilung an den Verlag möglich. Diese Mitteilung muss bei Farbanzeigen spätestens neun Wochen, bei Schwarz-Weiß-Anzeigen spätestens sieben Wochen vor dem Anzeigenschluss der jeweiligen Ausgabe eintreffen. Spätere Stornos sind nicht mehr möglich. Bei Abschlüssen mit einer Laufzeit zwischen sechs und elf Ausgaben erhöht sich die Stornofrist auf drei Monate vor Anzeigenschluss, bei Abschlüssen mit einer Laufzeit von zwölf und mehr Ausgaben gilt eine Stornofrist von fünf Monaten zum Anzeigenschlusstermin. Anzeigenaufträge der Rubrik „Logotarif“ können nur zum Ende des Erscheinungsjahres (jeweils nach vier Quartalen Laufzeit) gekündigt werden. Für stornierte Anzeigen wird eine Stornogebühr in Höhe von 35 % des Anzeigenpreises fällig. Außerdem werden die Abschlussrabatte gemäß der Preisliste auf die tatsächliche Abnahmemenge reduziert und für alle weiteren Anzeigen im Rahmen dieses Abschlusses zugrunde gelegt. Für die bereits abgerechneten Anzeigen des Abschlusses

wird der zu viel gewährte Rabatt vom Verlag nachbelastet.

- i) Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen in Verlagsbeilagen, Sonderveröffentlichungen und Kollektiven Sonderpreise festzulegen. Er behält sich ferner das Recht vor, die Berichtigung (Gutschriften, Nachberechnungen) fehlerhafter Auftragsabrechnungen innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung vorzunehmen.
- j) Die Werbungsmitler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- k) Persönliche Haftung des Vertreters eines Auftraggebers: Ist der Auftraggeber eine juristische Person, ein im Übrigen beschränkt Haftender (z. B. GmbH), so haftet gegenüber dem Verlag der für diesen Auftraggeber Zeichnende persönlich wie ein Bürge, der auf die Einrede der Vorausklage verzichtet hat.
- l) Datenschutz: Gemäß § 26 Bundesdatenschutzgesetz weisen wir darauf hin, dass im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die erforderlichen Kunden- und Lieferantendaten mit Hilfe der elektronischen Datenverarbeitung gespeichert werden.
- m) Für die Rechtzeitigkeit der Anlieferung und die Richtigkeit des Inhalts digitaler Druckunterlagen haftet der Auftraggeber. Der Verlag hat gegenüber dem Auftraggeber Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit zu vertreten. Der Auftraggeber versichert, über sämtliche Rechte zu verfügen, die für die Verbreitung der überlassenen Dateien, deren Textinhalt, Bildelemente, Fotos und Schrifttypen benötigt werden. Dies gilt insbesondere für alle Urheber- und sonstigen Schutzrechte. Der Auftraggeber stellt den Verlag von allen Ansprüchen, einschließlich der Kosten der Rechtsverteidigung, frei, welche Dritte wegen der Verletzung dieser Bestimmungen geltend machen. Der Auftraggeber hat das Recht, vor jeder Veröffentlichung einen Kontrollausdruck zur Überprüfung der inhaltlichen Richtigkeit zu verlangen. Macht er hiervon keinen Gebrauch, so gilt seine Zustimmung zur Art und Weise der Veröffentlichung als erteilt.
- n) Die angegebenen Auflagen können bei Objekten mit mehreren Ausgaben pro Jahr saisonal schwanken. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Jahresauflage oder jährlichen Durchschnittsauflage 20 v. H. beträgt.

ANFORDERUNGEN AN DIGITALE DRUCKUNTERLAGEN

Acrobat PDF

Als digitale Druckunterlagen bevorzugen wir PDF-Dateien (ab Version 1.3/Acrobat 4.05). Bitte betten Sie alle Schriften vollständig ein und verwenden Sie ausschließlich den CMYK-Farbraum.

Offene (generische) Dateiformate

Adobe InDesign CS6, Adobe Illustrator CS6, Adobe Photoshop CS6. Bitte liefern Sie die verwendeten Schriften mit oder wandeln Sie sie in Pfade (Zeichenwege) um.

Bilddaten/Druck

CMYK-Farbraum/-Profil: ISO Coated v2 300.

Verwenden Sie für die Erstellung der Druckdaten ausschließlich standardisierte ICC-Profile der ECI (www.eci.org).

Auflösung für Bitmap/Strich 600 dpi, Graustufen/CMYK 300 dpi

Office-Programme

Dateien aus Office-Programmen (MS Word, Excel, PowerPoint, Open Office) können wir nicht direkt als digitale Druckunterlage verwenden. I. d. R. ist eine Neuerstellung (digitale Reinzeichnung) der Druckunterlagen erforderlich.

Digitale Datenübermittlung

Druckdaten bis 20 MB können Sie uns per E-Mail an transfer@mmg.de übermitteln. Für größere Datenmengen erfragen Sie bitte einen FTP-Zugang zu unserem Server. Eine weitere Möglichkeit, Daten unkompliziert zu übertragen, stellen Dienste wie z. B. www.wetransfer.com dar. Bitte senden Sie in jedem Fall auch ein Fax an unsere Anzeigenabtei-

lung (069 97460-400), in dem Sie den (die) Namen der versendeten Datei(en) sowie den Versand-Zeitpunkt vermerken.

Bitte packen Sie alle zur Anzeige gehörenden Daten – also digitale Reinzeichnung, Bilddaten, Logos, ggfs. Fonts – in ein komprimiertes Dateipaket (zip). Der Dateiname muss den Namen des Hefts (als Abkürzung) und die Heftnummer, in der die Anzeige erscheinen soll, sowie den Namen des Kunden enthalten. Beispiel: „JF_02-19_ZurSonne“.

Weitere Informationen zu Farbanzeigen

Der eventuelle Verzicht auf die Grundfarbe Schwarz bei Farbanzeigen ist ohne Einfluss auf die Berechnung der Anzeigen. Werden bei Formaten mit Bunddurchdruck die Farben auf beiden Heftseiten unterschiedlich genutzt, so erfolgt die Berechnung für jede Heftseite getrennt zu den für Teilformate geltenden Tarifpreisen. Sonderfarben oder Farbtöne, die im Vierfarbdruck nicht erreicht werden können, bedürfen besonderer Vereinbarung. Einzelheiten auf Anfrage. Geringe Tonwertabweichungen sind im Toleranzbereich des (Rollen-)Offset-Druckverfahrens begründet. Bitte legen Sie Ihren Unterlagen einen Norm-Proof oder Andruck (nach FOGRA-Standard) bei.

Bannerdateien für eMags

maximale Dateigröße 40 KB, keine Flash-Dateien, bei animierten Bannern bitte die wichtigsten Infos auf den ersten Frame setzen

Kontakt bei Fragen und technischen Problemen:

Jonas Lohse (Produktionsleiter), Tel. 069 97460-455

FORMATE

	1/1	3/4 hoch	3/4 quer	2/3 hoch	2/3 quer	1/2 hoch	1/2 quer	1/3 hoch	1/3 quer
JOURNAL FRANKFURT									
JOURNAL LIVE									
KINO JOURNAL	Anschnitt 225 × 300	162 × 300 ⁽¹⁾	225 × 217 ⁽¹⁾	145 × 300 ⁽¹⁾	225 × 209 ⁽¹⁾	112 × 300	225 × 149	79 × 300 ⁽²⁾	225 × 105
SONDERHEFTE	Satzspiegel 195 × 270	145 × 270 ⁽¹⁾	195 × 200 ⁽¹⁾	128 × 270 ⁽¹⁾	195 × 192 ⁽¹⁾	95 × 270	195 × 132	61 × 270 ⁽²⁾	195 × 86
art kaleidoscope	Anschnitt 210 × 297	-	-	-	-	-	-	-	-
	Satzspiegel 190 × 267	-	-	-	-	93 × 267	190 × 132	61 × 267	-
GenussMAGAZIN	Anschnitt 210 × 280	-	-	-	-	-	210 × 136	73 × 280	210 × 94
	Satzspiegel 177 × 246	-	-	-	-	-	177 × 106	56 × 246	177 × 76
FRANKFURT KAUFTEIN	Anschnitt 255 × 340	-	-	-	255 × 237	127 × 340	255 × 170	-	255 × 119
	Satzspiegel 221 × 300	-	-	-	221 × 218	108 × 300	221 × 150	-	221 × 98

	1/4 hoch	1/4 quer	1/4 eck	1/6 hoch	1/8 hoch	1/8 quer	1/16 hoch	1/16 quer	Logo/Shopindex
JOURNAL FRANKFURT									
JOURNAL LIVE									
KINO JOURNAL	Anschnitt 61 × 300	225 × 85	-	-	-	-	-	-	-
SONDERHEFTE	Satzspiegel 45 × 270	195 × 65	95 × 132	-	45 × 132	95 × 65	45 × 65	95 × 32	-
art kaleidoscope	Anschnitt -	-	-	-	-	-	-	-	-
	Satzspiegel -	190 × 65	93 × 132	61 × 132	-	-	-	-	-
GenussMAGAZIN	Anschnitt -	210 × 72	-	-	-	-	-	-	-
	Satzspiegel -	177 × 54	-	-	-	-	-	-	-
FRANKFURT KAUFTEIN	Anschnitt 69 × 340	255 × 97	-	-	-	-	-	-	-
	Satzspiegel 58 × 300	221 × 74	108 × 150	-	51 × 150	108 × 74	-	-	33 × 23

SZENEGUIDE

1/1 Seite

1/2 Seite

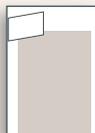


Anschnitt 105 × 148
Satzspiegel -

JOURNAL LIVE

Titel

Opener



Anschnitt 185 × 262
Satzspiegel -

Kalender-Opener im JOURNAL FRANKFURT

Kalender Spalten/Breite (mm)

1	29
2	63
3	93
4	128
5	162
6	195

Angeschnittene Anzeigen:

Beschnitztzugabe 4 mm auf allen Seiten

Druckverfahren: Rollen-Offsetdruck (Umschlag: Bogen-Offset)

Alle Angaben Breite × Höhe in mm

⁽¹⁾ Nur auf ausgewählten Seiten möglich

⁽²⁾ Nur im JOURNAL FRANKFURT möglich



jährlich

JOURNAL Sonderhefte

Ausgabe	ET	AS	DU
FREIZEIT IN HESSEN	19.03.19	28.01.19	01.02.19
WOHNEN IN FRANKFURT	30.04.19 15.10.19	18.03.19 09.09.19	22.03.19 13.09.19
FRANKFURT GEHT AUS!	28.06.19	20.05.19	24.05.19
FESTE FEIERN	15.08.19	03.07.19	05.07.19
RHEIN-MAIN GEHT AUS!	11.10.19	02.09.19	06.09.19
FRANKFURT KAUFT EIN!	14.11.19	30.09.19	04.10.19

UNI JOURNAL

Ausgabe	ET	AS	DU
2019	16.10.19	16.09.19	20.09.19

JOURNAL SZENEGUIDE

Ausgabe	ET	AS	DU
2019	15.08.19	15.07.19	19.07.19

vierteljährlich

GenussMAGAZIN

Ausgabe	ET	AS	DU
2	07.03.19	11.02.19	15.02.19
3	06.06.19	06.05.19	10.05.19
4	05.09.19	05.08.19	09.08.19
1/2020	05.12.19	11.11.19	15.11.19

art kaleidoscope

Ausgabe	ET	AS	DU
2	28.03.19	28.02.19	07.03.19
3	27.06.19	29.05.19	06.06.19
4	26.09.19	29.08.19	05.09.19
1/2020	19.12.19	21.11.19	28.11.19

monatlich

JOURNAL FRANKFURT

Heftzeitraum	Ausgabe	ET	AS	DU
Januar	1	27.12.18	12.12.18	14.12.18
Februar	2	24.01.19	09.01.19	11.01.19
März	3	21.02.19	06.02.19	08.02.19
April	4	28.03.19	13.03.19	15.03.19
Mai	5	25.04.19	09.04.19	11.04.19
Juni	6	23.05.19	08.05.19	10.05.19
Juli	7	27.06.19	12.06.19	14.06.19
August	8	25.07.19	10.07.19	12.07.19
September	9	29.08.19	14.08.19	16.08.19
Oktober	10	26.09.19	11.09.19	13.09.19
November	11	24.10.19	09.10.19	11.10.19
Dezember	12	28.11.19	13.11.19	15.11.19
Januar/2020	1	27.12.19	11.12.19	13.12.19

vierzehntägig

JOURNAL LIVE

Heftzeitraum	Ausgabe	ET	AS	DU
04.01.19-17.01.19	1	03.01.19	26.12.18	27.12.18
18.01.19-31.01.19	2	17.01.19	09.01.19	10.01.19
01.02.19-14.02.19	3	31.01.19	23.01.19	24.01.19
15.02.19-28.02.19	4	14.02.19	06.02.19	07.02.19
01.03.19-14.03.19	5	28.02.19	20.02.19	21.02.19
15.03.19-28.03.19	6	14.03.19	06.03.19	07.03.19
29.03.19-11.04.19	7	28.03.19	20.03.19	21.03.19
12.04.19-25.04.19	8	11.04.19	03.04.19	04.04.19
26.04.19-09.05.19	9	25.04.19	17.04.19	18.04.19
10.05.19-23.05.19	10	09.05.19	30.04.19	02.05.19
24.05.19-06.06.19	11	23.05.19	15.05.19	16.05.19
07.06.19-20.06.19	12	06.06.19	29.05.19	31.05.19
21.06.19-04.07.19	13	21.06.19	12.06.19	13.06.19
05.07.19-18.07.19	14	04.07.19	26.06.19	27.06.19
19.07.19-01.08.19	15	18.07.19	10.07.19	11.07.19
02.08.19-15.08.19	16	01.08.19	24.07.19	25.07.19
16.08.19-29.08.19	17	15.08.19	07.08.19	08.08.19
30.08.19-12.09.19	18	29.08.19	21.08.19	22.08.19
13.09.19-26.09.19	19	12.09.19	04.09.19	05.09.19
27.09.19-10.10.19	20	26.09.19	18.09.19	19.09.19
11.10.19-24.10.19	21	10.10.19	02.10.19	04.10.19
25.10.19-07.11.19	22	24.10.19	16.10.19	17.10.19
08.11.19-21.11.19	23	07.11.19	30.10.19	31.10.19
22.11.19-05.12.19	24	21.11.19	13.11.19	14.11.19
06.12.19-19.12.19	25	05.12.19	27.11.19	28.11.19
20.12.19-02.01.20	26	19.12.19	11.12.19	12.12.19
03.01.20-16.01.20	1	02.01.20	25.12.19	26.12.19

wöchentlich

KINO JOURNAL

Heftzeitraum	Ausgabe	ET	AS	DU	Heftzeitraum	Ausgabe	ET	AS	DU
03.01.19-09.01.19	1	03.01.19	26.12.18	27.12.18	11.07.19-17.07.19	28	11.07.19	03.07.19	04.07.19
10.01.19-16.01.19	2	10.01.19	02.01.19	03.01.19	18.07.19-24.07.19	29	18.07.19	10.07.19	11.07.19
17.01.19-23.01.19	3	17.01.19	09.01.19	10.01.19	25.07.19-31.07.19	30	25.07.19	17.07.19	18.07.19
24.01.19-30.01.19	4	24.01.19	16.01.19	17.01.19	01.08.19-07.08.19	31	01.08.19	24.07.19	25.07.19
31.01.19-06.02.19	5	31.01.19	23.01.19	24.01.19	08.08.19-14.08.19	32	08.08.19	31.07.19	01.08.19
07.02.19-13.02.19	6	07.02.19	30.01.19	31.01.19	15.08.19-21.08.19	33	15.08.19	07.08.19	08.08.19
14.02.19-20.02.19	7	14.02.19	06.02.19	07.02.19	22.08.19-28.08.19	34	22.08.19	14.08.19	15.08.19
21.02.19-27.02.19	8	21.02.19	13.02.19	14.02.19	29.08.19-04.09.19	35	29.08.19	21.08.19	22.08.19
28.02.19-06.03.19	9	28.02.19	20.02.19	21.02.19	05.09.19-11.09.19	36	05.09.19	28.08.19	29.08.19
07.03.19-13.03.19	10	07.03.19	27.02.19	28.02.19	12.09.19-18.09.19	37	12.09.19	04.09.19	05.09.19
14.03.19-20.03.19	11	14.03.19	06.03.19	07.03.19	19.09.19-25.09.19	38	19.09.19	11.09.19	12.09.19
21.03.19-27.03.19	12	21.03.19	13.03.19	14.03.19	26.09.19-02.10.19	39	26.09.19	18.09.19	19.09.19
28.03.19-03.04.19	13	28.03.19	20.03.19	21.03.19	03.10.19-09.10.19	40	03.10.19	25.09.19	26.09.19
04.04.19-10.04.19	14	04.04.19	27.03.19	27.03.19	10.10.19-16.10.19	41	10.10.19	02.10.19	04.10.19
11.04.19-17.04.19	15	11.04.19	03.04.19	04.04.19	17.10.19-23.10.19	42	17.10.19	09.10.19	10.10.19
18.04.19-24.04.19	16	18.04.19	10.04.19	11.04.19	24.10.19-30.10.19	43	24.10.19	16.10.19	17.10.19
25.04.19-01.05.19	17	25.04.19	17.04.19	18.04.19	31.10.19-06.11.19	44	31.10.19	23.10.19	24.10.19
02.05.19-08.05.19	18	02.05.19	24.04.19	25.04.19	07.11.19-13.11.19	45	07.11.19	30.10.19	31.10.19
09.05.19-15.05.19	19	09.05.19	30.04.19	02.05.19	14.11.19-20.11.19	46	14.11.19	06.11.19	07.11.19
16.05.19-22.05.19	20	16.05.19	08.05.19	09.05.19	21.11.19-27.11.19	47	21.11.19	13.11.19	14.11.19
23.05.19-29.05.19	21	23.05.19	15.05.19	16.05.19	28.11.19-04.12.19	48	28.11.19	20.11.19	21.11.19
30.05.19-05.06.19	22	30.05.19	22.05.19	23.05.19	05.12.19-11.12.19	49	05.12.19	27.11.19	28.11.19
06.06.19-12.06.19	23	06.06.19	29.05.19	31.05.19	12.12.19-18.12.19	50	12.12.19	04.12.19	05.12.19
13.06.19-19.06.19	24	13.06.19	05.06.19	06.06.19	19.12.19-25.12.19	51	19.12.19	11.12.19	12.12.19
20.06.19-26.06.19	25	20.06.19	12.06.19	13.06.19	26.12.19-01.01.20	52	26.12.19	18.12.19	19.12.19
27.06.19-03.07.19	26	27.06.19	19.06.19	21.06.19	02.01.20-18.01.20	1	02.01.20	25.12.19	26.12.19
04.07.19-10.07.19	27	04.07.19	26.06.19	27.06.19					

PRESSE VERLAGSGESELLSCHAFT

Anzeigenabteilung

Telefon 069 97460-369

Anzeigenleitung

Melanie Hennemann

Telefon 069 97460-360

Fax 069 97460-8360

E-Mail mhennemann@mmg.de

Antje Kümmerle, Stellvertretung

Telefon 069 97460-634

Fax 069 97460-8634

E-Mail akuemmerle@mmg.de

Anzeigendisposition

Petra Löb

Telefon 069 97460-370

Fax 069 97460-8370

E-Mail ploeb@mmg.de

Katja Pajunk

Telefon 069 97460-367

Fax 069 97460-8367

E-Mail kpajunk@mmg.de

Anzeigenberatung

Susanne Becker

Telefon 069 97460-368

Fax 069 97460-8368

E-Mail sbecker@mmg.de

Annegret Germer

Telefon 069 97460-366

Fax 069 97460-8366

E-Mail agermer@mmg.de

Björn Lautenschläger

Telefon 069 97460-632

Fax 069 97460-8632

E-Mail blautenschlaeger@mmg.de

Christian Spreen

Telefon 069 97460-331

Fax 069 97460-8331

E-Mail cspreen@mmg.de

Dirk Ullmann

Telefon 069 97460-364

Fax 069 97460-8364

E-Mail dullmann@mmg.de

Überregionaler Anzeigenverkauf

GCM Go City Media GmbH

Paul-Lincke-Ufer 42/43

10999 Berlin

Telefon 030 695665-904

Fax 030 695665-999

E-Mail anzeigen@gcmberlin.de

www.gcmberlin.de



Stand: 30. Oktober 2018



www.journal-frankfurt.de



[/journalfrankfurt](https://www.facebook.com/journalfrankfurt)



[/journalfrankfurt](https://www.instagram.com/journalfrankfurt)



[/journalffm](https://twitter.com/journalffm)



Auch auf iPad und Tablet-PC

