

# HALALI

*Jagd, Natur & Lebensart*

MEDIADATEN  
**2025**



# REDAKTIONELLES KONZEPT

**HALALI ist anders, mit Herzblut entstanden, aus tiefster Leidenschaft für Jagd, Natur und authentische Lebensart.**

Warum HALALI? Weil wir das Besondere vermisst haben! Sie vielleicht auch? Ein Jagdmagazin, das auf Augenhöhe mit modernen Magazinen läuft, das tiefer geht, das sich nicht mit Oberflächlichkeiten zufrieden gibt oder einfach mal gegen den Wind segelt.

HALALI ist ein Magazin, das sehr unkonventionell, jedoch mit viel Hingabe und Herzblut entstanden ist, das eine Mischung aus aktuellen Reportagen über jagdrelevante Themen, Wildbiologie, spannenden Jagderlebnissen und umfangreichen Rubriken zu einer jagd- und naturverbundenen Lebensweise anbietet. Durch seine zeitgemäße Gestaltung, die großzügige und stilvolle Optik, einen gehobenen Sprachstil und den spannenden Mix aus Tradition und Moderne ist HALALI das Medium der kultivierten Jagd.

HALALI zeigt die Jagd von ihrer wahren Seite: Jagdpassion sowie die Hege und Pflege des Wildes, die gemeinsame Jagd mit dem Hund, das gesellschaftliche Ereignis mit Freunden und das schlichte Erlebnis, allein draußen in der Natur zu sein. Statt Massenprodukten zeigen wir Handgemachtes. Statt Kitsch porträtieren wir Kunst. In unseren Küchen entstehen kulinarische Wildbret-Highlights, die wir hochwertig inszeniert mit Ihnen teilen



wollen. Aber auch Kritisches soll hier zu Wort kommen. Objektiv und anspruchsvoll, der Zielgruppe entsprechend, statt populistisch und sensationslüstern.

HALALI versteht sich als Schmelztiegel jagdlicher Kulturen, aus dem sich der moderne Jäger und Naturliebhaber reichlich bedienen kann. Artikel und Berichte aus dem Ausland finden hier ebenso Platz und Raum wie die Vorstellung fremder Jagdtraditionen und Wildarten. Auf Facebook und Instagram unterhalten und informieren wir Sie und auf unserem Youtube-Kanal erwarten Sie hochwertige Filme über Jagd, Jagdhunde und unser heimisches Wildbret. Sie geben das ganze Jahr Ihr Bestes, Sie dürfen dasselbe auch von uns erwarten!

**HALALI – Jagd, Natur & Lebensart.**

# LESERSCHAFT/AUFLAGE/TERMINE

## Leserschaft:

HALALI ist das Magazin für den stilvollen Jäger und für Menschen mit Freude an der Natur und wendet sich besonders an eine gebildete Leserschaft, die eine hohe Affinität zu qualitativ hochwertigen Produkten und einen außergewöhnlichen Sinn für Stil und Geschmack hat. Das HALALI Leser darüber hinaus eine überdurchschnittlich moderne Einstellung haben, belegt die starke Anteilnahme der Zielgruppe zwischen 25 und 34 Jahren an unseren Facebook, Instagram und YouTube-Aktivitäten.



Über:



Ausgabe 01-2023



Ausgabe 02-2023



Ausgabe 03-2023



Ausgabe 04-2023



Ausgabe 01-2024



Ausgabe 02-2024



Ausgabe 03-2024



Ausgabe 04-2024

# LESERSCHAFT/AUFLAGE/TERMINE

**Preisliste Nr. 14**

Gültig ab Oktober 2024

**Auflage:**

13.000 Stück

**Erscheinungsweise:**

4 x jährlich

**Verkaufspreis (Deutschland):**

9,80 Euro

## Termine

Heft	Ausgabe	Anzeigenschluss	Beistellprodukt in Druckerei	Druckunterlagenschluss	Erscheinungstag
01/2025	Februar/März/April	13.11.2024	23.12.2024	27.11.2024	21.01.2025
02/2025	Mai/Juni/Juli	11.02.2025	31.03.2025	25.02.2025	22.04.2025
03/2025	August/September/Oktober	13.05.2025	30.06.2025	27.05.2025	22.07.2025
04/2025	November/Dezember/Januar	12.08.2025	29.09.2025	26.08.2025	21.10.2025

## HALALI ALS PRINT STATUSSYMBOL

*Top Printmedien behaupten sich als Statussymbol gegenüber elektronischen Medien: Das Medien-Portal MEEDIA bescheinigt HALALI zusammen mit ramp, brand eins, BEEFI, Frankfurter Allgemeine und zehn weiteren eine Zukunft als Print-Titel mit Statussymbol-Charakter.*

**Auszug aus dem Artikel: „Status-Symbol Print: 15 Titel mit Zukunft“ ...** „Hochwertig gemachte Special-Interest-Magazine sind geradezu prädestiniert als Status-Symbole.“ ... „Das Jagd-magazin HALALI ist ein besonders schöner Vertreter dieser Spezies.“ ... „Man könnte auch sagen: HALALI ist das 11 Freunde für den Waidmann.“ ...

Quelle: [www.meedia.de](http://www.meedia.de)



# VERTRIEB

Halali wird über unsere Vertriebspartner in Deutschland, der Schweiz, Österreich und in Luxemburg angeboten. Grossisten und Händler wählen dazu bewährte Standorte, wie Flughäfen, Bahnhöfe oder gut frequentierte Zeitschriftenhändler aus. Zahlreiche Büchsenmacher, Fachhändler (Jagd und Outdoor) und Frankonia Niederlassungen vertreiben Halali. Bewährt, weil praktisch, wird auch die Möglichkeit genutzt, Halali zu abonnieren oder im Verlag versandneutral zu bestellen.

Halali liegt darüber hinaus in exklusiven Restaurants, Hotels, Jagdschulen, Autohäusern oder Clubs zur Lektüre aus.

Auf der Internetseite **[www.halali-magazin.de](http://www.halali-magazin.de)** finden Leser eine Auswahl unserer Händler, sowie eine Postleitzahlensuche.



# ONLINE PRODUCT-PLACEMENT

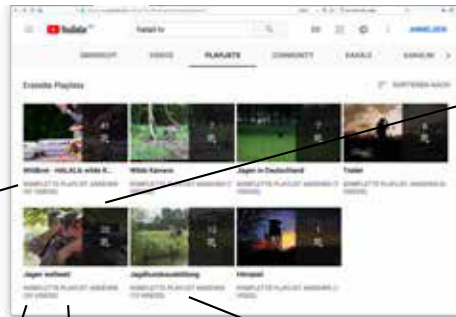
HALALI produziert z. B. hochwertige Jagdfilme, in denen die werbungtreibende Industrie Produkte im Rahmen eines Product-Placement oder einen Werbespot positionieren kann. Kosten für ein Product-Placement liegen zwischen 1.000 und 4.000 Euro. Der HALALI YouTube Kanal verfügt im Herbst 2024 über 17.400 Abonnenten. Alle Filme laufen auch über den HALALI Facebook Account mit 26.900 Fans und teilweise auf Instagram mit über 22.600 Abonnenten.

## Beispiele für Product-Placement

Beispiel Petromax



Beispiel Leica Geovid und Leica Magnus i



Beispiel STEYR ARMS



Beispiel Blaser F16



Beispiel Westho

# ADVERTORIAL

Werbungtreibende können in HALALI Advertorials schalten. Dabei werden Werbeinhalte in der natürlichen Form des Mediums HALALI gestaltet. Jedes Advertorial wird deutlich als Werbeanzeige gekennzeichnet.

Denken Sie bitte daran: In Zeiten wachsender Werbemüdigkeit sollten innovative Native-Advertising-Maßnahmen wie das Advertorial in keinem Marketing-Mix fehlen. Wesentlich für den Erfolg Ihrer Advertorials sind die Relevanz Ihres Produktes für unsere Leserschaft, Ihre Bilder und zum anderen natürlich der informelle/unterhaltsame Mehrwert Ihrer Texte.

Die Advertorials werden zum gültigen Anzeigenpreis zzgl. Kreationskosten berechnet und in den Jahresabschluss einbezogen.

**Kreationskosten**  
(inkl. Konzept, Text und Layout, exkl. Bildrechte und Fotoproduktionen)

Umfang	Preis
2/1 Seite	6.000,00 Euro
1/1 Seite	3.500,00 Euro
1/2 Seite	725,00 Euro
1/3 Seite	500,00 Euro

## Beispiele für Advertorials



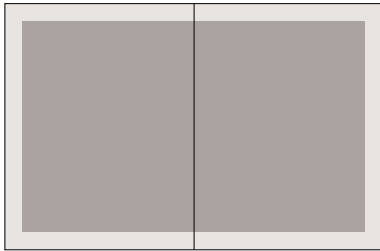
# ANZEIGENPREISE IM TEXTTEIL

Format	Satzspiegel		Anzeige im Anschnitt zuzüglich 5 mm Beschnitt		Anzeigenpreis  schwarz/weiß, 2-, 3- und 4-farbig
	Breite mm	Höhe mm	Breite mm	Höhe mm	
2/1 Seite	390	240	430	280	6.000,00 Euro
1/1 Seite Umschlag U2, U3 und U4	175	240	215	280	4.000,00 Euro
1/1 Seite	175	240	215	280	3.500,00 Euro
1/2 Seite hoch	85	240	105	280	1.750,00 Euro
1/2 Seite quer	175	118	215	138	
1/3 Seite hoch	55	240	75	280	1.200,00 Euro
1/3 Seite quer	175	77	215	97	
1/4 Seite hoch	85	118	--	--	875,00 Euro
1/4 Seite quer	175	57	215	77	

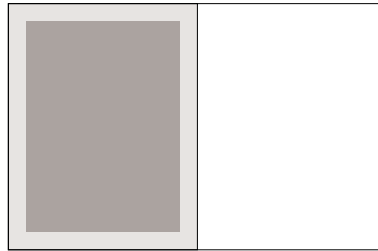


# MUSTERANZEIGEN IM TEXTTEIL

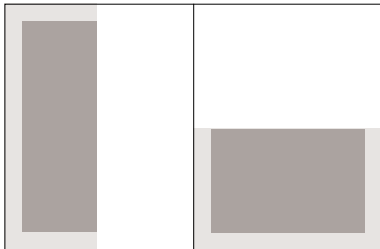
- Platzierung innerhalb des Satzspiegels
- Platzierung im Anschnitt



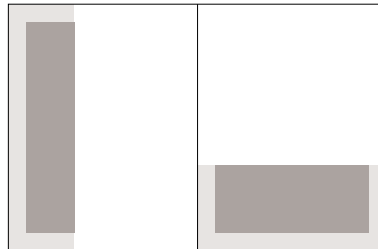
2/1 Seite



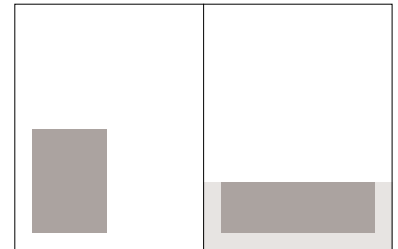
1/1 Seite



1/2 Seite hoch/quer



1/3 Seite hoch/quer

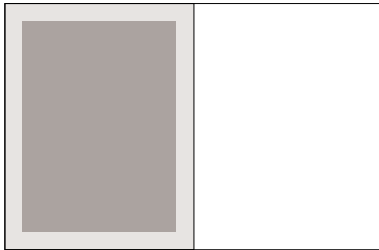


1/4 Seite hoch/quer

# MUSTERANZEIGEN VORZUGSPLATZIERUNGEN

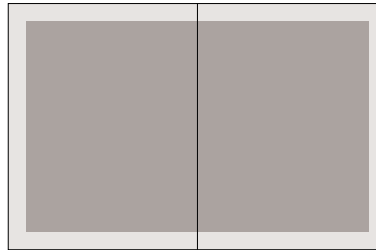
- Platzierung innerhalb des Satzspiegels
- Platzierung im Anschnitt

U2



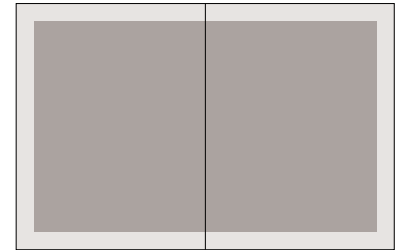
1/1 Seite

Doppelseite U2/S. 3



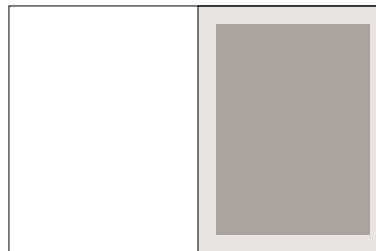
2/1 Seite

Doppelseite S. 4/5



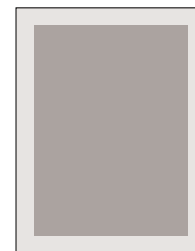
2/1 Seite

U3



1/1 Seite

U4



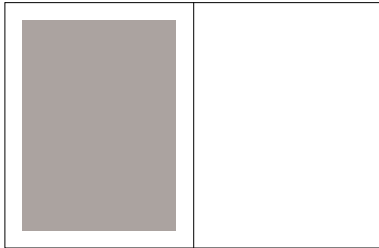
1/1 Seite

# ANZEIGENPREISE IM ANZEIGENTEIL

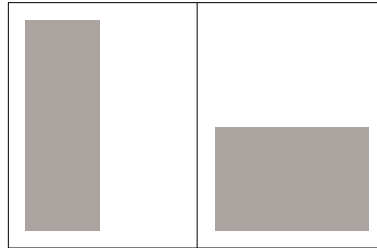
Format	Satzspiegel		Anzeigenpreis
	Breite mm	Höhe mm	schwarz/weiß, 2-, 3- und 4-farbig
1/1 Seite	175	240	3.000,00 Euro
1/2 Seite hoch	85	240	1.500,00 Euro
1/2 Seite quer	175	118	
1/4 Seite 2-spaltig	85	118	750,00 Euro
1/4 Seite hoch	40	240	
1/4 Seite quer	175	57	
1/8 Seite hoch	40	118	375,00 Euro
1/8 Seite quer	85	57	
1/16 Seite hoch	40	57	187,50 Euro
1/16 Seite quer	85	27	

# MUSTERANZEIGEN IM ANZEIGENTEIL

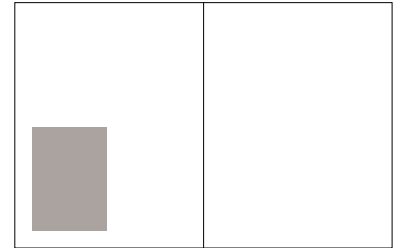
■ Platzierung im Satzspiegel



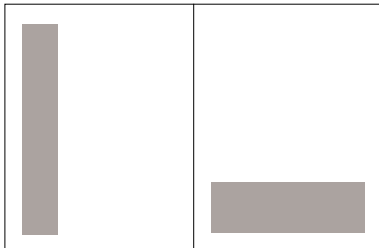
1/1 Seite



1/2 Seite hoch/quer



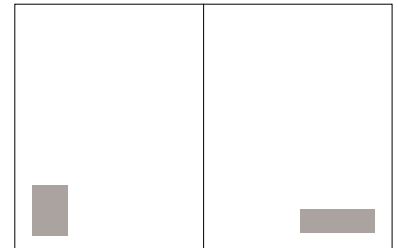
1/4 Seite 2-spaltig



1/4 Seite hoch/quer



1/8 Seite hoch/quer



1/16 Seite hoch/quer

# PREISE BEILAGEN/BEIKLEBER/NACHLÄSSE/SONSTIGES

## Beilage

Gewicht	Preis
bis 25 g	3.000,00 Euro

## Beikleber bis 50 g

Umfang	Preis
2-seitig	3.000,00 Euro
4-seitig	3.500,00 Euro
8-seitig	4.000,00 Euro

### Technische Hinweise:

- Format:  
mind. 115 x 140 mm, max. 215 x 280 mm  
plus 10 mm Kopfbeschnitt, je 3 mm Vorder- und Fußbeschnitt + 3 mm Fräsrand im Bund
- Papiergewicht: mind. 100 g/qm  
(max. Gewicht nach Absprache)

Malstaffel	Mengenstaffel	%
ab 2 Anzeigen	ab 1 Seite	5 %
ab 4 Anzeigen	ab 3 Seiten	10 %
ab 6 Anzeigen	ab 5 Seiten	15 %

### Sonstiges:

- Umschlagseiten U2 und U4 sind nicht rabattierfähig.
- Weitere Formate auf Anfrage. Beileger und Beikleber sind nicht rabattierfähig.
- Informationen und Preise für Anzeigen/Banner auf [www.halali-magazin.de](http://www.halali-magazin.de) erhalten Sie auf Anfrage.
- Informationen und Preise für Promotions und Product Placements auf Anfrage.
- Nachlässe bei Abnahme innerhalb eines Abschlussjahres.
- Rücktrittstermin:  
1 Woche vor Anzeigenschluss.
- Mittelvergütung: 15 % bei Schaltung über eine Agentur und bei Anlieferung fertiger Druckdaten.
- Alle Preise verstehen sich in Euro zzgl. der gesetzlichen MwSt.
- Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

# DRUCKTECHNISCHE ANGABEN

## **Druckverfahren:**

Umschlag: Bogenoffset

Inhalt: Rollenoffset

## **Farbskala:**

Euroskala

## **Heftformat in mm:**

215 mm breit x 280 mm hoch

## **Satzspiegel in mm:**

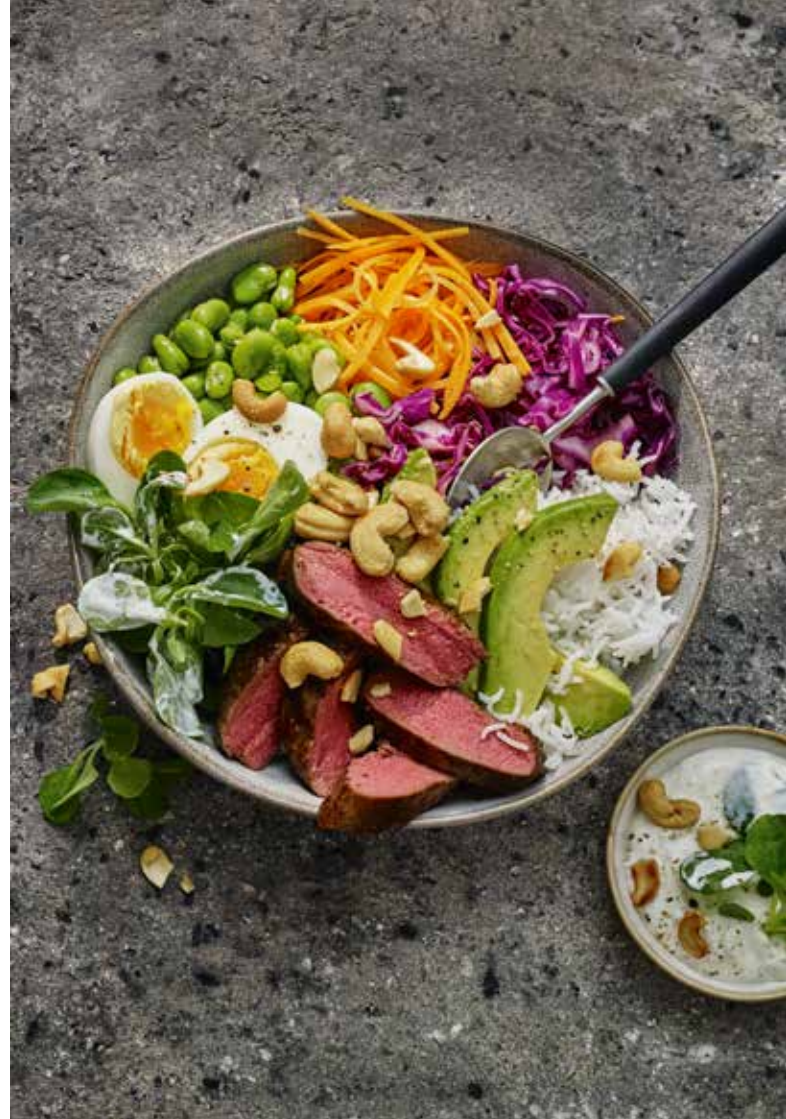
175 mm breit x 240 mm hoch

## **Beschnittzugabe:**

5 mm je angeschnittener Seite

## **Farbanzeigen:**

Farbtöne müssen mit den Farben der Euroskala herstellbar sein.



# DIGITALE DRUCKUNTERLAGEN

## **Dateiformat:**

Druckfähige PDF-Dokumente, CMYK, hochauflösend, nach PDF-X3-Standard, Farb-Profil Innenteil: Fogra 45 PSO LWC Improved, Farb-Profil U2, U3 und U4: ISO Coated v2, mit eingebetteten Schriften. Alle wichtigen Bild-/Textelemente müssen einen Abstand von mind. 5 mm (im Bund von mind. 10 mm) zum Endformat aufweisen.

**Achtung U2 und U3:** mindestens 12 mm Abstand von Text/Logo zum Bund einhalten.

## **Offene Daten:**

Macintosh-Programme: InDesign, Illustrator und Photoshop. Für offene Dateiformate lehnen wir jede Haftung ab. Alle verwendeten Schriften und Grafiken müssen beigelegt und Macintosh-kompatibel sein.

## **Bildformate:**

Sind in der Anzeige Grafiken oder Scans platziert, müssen diese Importe unbedingt beigelegt sein.

Farbbilder: CMYK-TIF oder EPS, Auflösung 300 dpi.  
S/W-Bilder: Graustufen-TIF oder EPS, Auflösung 300 dpi.  
Strich: Bitmap-TIF, Auflösung 1.200 dpi.

Für Bilder mit einer Auflösung unter 300 dpi übernehmen wir keine Garantie für ein sauberes Druckbild.

## **Schriften:**

Alle verwendeten Schriften und Schriftschnitte, insbesondere in EPS-Dateien oder Bildformaten enthaltene (wie zum Beispiel TIF und PSD), müssen in Pfade umgewandelt sein.

## **Druckunterlagenversand:**

- DVD-ROM, CD-ROM:  
Zusammen mit dem Datenträger werden alle Informationen über Absender/Firma, Betriebssystem, verwendete Programmversionen, Datei-Namen, Farben, Bilder und Schriften benötigt.
- E-Mail: [oliver.dorn@con-vergence.de](mailto:oliver.dorn@con-vergence.de)

## **Gewährleistungen:**

Für Abweichungen in Texten, Abbildungen und insbesondere Farben übernimmt der Verlag keine Haftung. Fehlbelichtungen aufgrund von unvollständigen oder fehlerhaften Dateien, falschen Einstellungen oder unvollständigen Angaben werden berechnet. Das gilt gleichermaßen für zusätzliche Satz- oder Lithoarbeiten sowie für die Erstellung fehlender Proofs.

# ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

## **Ziffer 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.

## **Ziffer 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 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.

## **Ziffer 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.

## **Ziffer 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 Verlages beruht.

## **Ziffer 5**

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.

## **Ziffer 6**

Die ausgewiesenen Anzeigenschlüsse und Erscheinungstermine sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, Anzeigenschlusstermine und Erscheinungstermine kurzfristig, dem Produktionsablauf entsprechend, anzupassen.

## **Ziffer 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.

## **Ziffer 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 gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters 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.

## **Ziffer 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.

## **Ziffer 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 Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. 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 Verlages 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 dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. →



**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 innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges 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**

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 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.

**Ziffer 14**

Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden 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 Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

**Ziffer 15**

Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Auftrages 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**

Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

**Ziffer 17**

Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20 v. H. beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche 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.

**Ziffer 18**

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

**Ziffer 19**

Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.

# KONTAKTDATEN

**convergence** | verlagsgesellschaft

**convergence verlagsgesellschaft mbH & Co. KG**

Karstraße 1  
41334 Nettetal

**[www.con-vergence.de](http://www.con-vergence.de)**

Ilka Dorn  
**Geschäftsführerin**

Oliver Dorn  
**Geschäftsführer**

**Anzeigenleitung und -disposition:**

Oliver Dorn  
Telefon: + 49 2153 97041-90  
E-Mail: [oliver.dorn@con-vergence.de](mailto:oliver.dorn@con-vergence.de)

Weitere Informationen zum Magazin finden Sie unter:

**[www.halali-magazin.de](http://www.halali-magazin.de)**

# INFORMATION

**Zahlungsbedingungen:**

Zahlungsziel innerhalb von  
14 Tagen nach Rechnungsstellung  
ohne Abzug. Auslandsaufträge  
nur gegen Vorkasse.

**Bankverbindung:**

Deutsche Bank AG Krefeld  
Konto: 02 169 86  
BLZ: 320 700 80

IBAN DE22 3207 0080 0021 6986 00  
BIC DEUTDEDD320