



MEDIADATEN 2012



## Was ist FRANKY?

**FRANKY** ist ein junges, sympathisches und ansprechendes Magazin für den aufgeschlossenen und modernen Leser. **FRANKY** schließt erfolgreich die Lücke zwischen der Jugendpresse der Tageszeitung und denen im Handel erhältlichen Lifestyle-Magazinen. Der **FRANKY** besitzt eine außergewöhnliche Anerkennung und hat durch seinen einzigartigen Stellenwert in der Region einen hohen Bekanntheitsgrad erreicht. Durch Glaubwürdigkeit und Authentizität hat sich der **FRANKY** in der Jugend- und Familienszene in Hochfranken und im Vogtland schnell etabliert.

## Für wen ist FRANKY?

**FRANKY** erscheint mit sechs **Ausgaben im Jahr** und ist das szeneorientierte Magazin für die Jugend und den Junggebliebenen der Kernzielgruppe zwischen 18 und 45 Jahren mit einer **Auflage von 30.000 gedruckten Exemplaren**. Die Leserschaft in diesem Alter ist eine besonders sensible Zielgruppe. Speziell die Leser in unserer Region, in Hochfranken und im Vogtland, wünschen ein Magazin, das ihren eigenen Interessen und Bedürfnissen entspricht. Klasse statt Masse – sie wollen ein Magazin, das die besten Veranstaltungen ankündigt und auch davon berichtet. Darüber hinaus informiert der **FRANKY** über aktuelle und über kommende Trends, wobei die bildorientierte Information an erster Stelle steht. Die Themen sind breit gefächert. Sie reichen über Musik, Sport, Politik, Kultur bis hin zu dem, was in der Stadtszene passiert. Die breite Basis an Themengebieten ermöglicht es jedem Leser, sich über seine persönlichen Interessen mit dem **FRANKY** zu identifizieren.

## Warum FRANKY?

Trendmagazine gibt es wie Sand am Meer. Doch überregionale Special-Interest-Magazine und allgemeine Publikumszeitschriften haben einen entscheidenden Nachteil. Sie sind nicht HIER. Deshalb ist der **FRANKY das besondere Magazin**, das über die lokale Verankerung verfügt, die der Leser von ihm erwartet. Der große Vorteil des **FRANKY** ist der regionale Charakter, der Vogtland und Oberfranken miteinander verbindet.

## Wer macht FRANKY?

Die Macher des **FRANKY** sind ein Teil ihrer Zielgruppe. Sie sprechen die Sprache der Leser. Sie wissen deshalb genau, welche aktuellen Themen für die Leser von Interesse und Bedeutung sind. Junge Berichterstatter mit teilweise jahrelanger Erfahrung, Fotodesigner und hoch motivierte Layouter bilden das Grundgerüst des vielschichtigen Teams. Ergänzt wird die Redaktion durch DJs, Veranstalter, Sportler, Fashionguides, sowie durch Szenegänger und Künstler. Unser weitreichendes Kontakt-Netzwerk in der Partyszene ermöglicht es, immer den Puls der Zeit zu fühlen.



## Wie wirbt man im FRANKY?

Inseratengraber sind tot. Wer in der jugendlichen Zielgruppe reagiert auf 08/15 Anzeigen? Deshalb haben wir Konzepte entwickelt, die unseren Werbepartnern ihrer Zielgruppe näher bringen. Unsere Spezialität sind individuelle gestaltete Einzel- bzw. Doppelseiten, auf denen nur IHRE Produkte im Mittelpunkt stehen. Dazu bieten wir Werbeplatz in beliebiger Größe auf redaktionellen Seiten sowie Raum für PR an.

## Wie wirbt FRANKY?

Der **FRANKY** hat sich in den letzten Jahren in Größe, Qualität und Image gesteigert. Dadurch eröffnen sich neue Möglichkeiten der Eigenwerbung, die sich wiederum bei unseren Werbekunden positiv auswirken. **FRANKY** wirbt bei Radio Galaxy und Vogtlandradio. Auf dem Kanal von TVO werden regelmäßig TV-Sports ausgestrahlt. Dazu kommt einschlägige Bannerwerbung im Internet sowie Plakatwerbung über Citylights-Vitrinen in der Hofer Innenstadt. Nicht zu vergessen die vielen PR-Veranstaltungen in der Region, die in Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern organisiert werden. Darüber hinaus unterstützt **FRANKY** Sportvereine und präsentiert sich bei Großveranstaltungen im Vogtland und in Hochfranken.



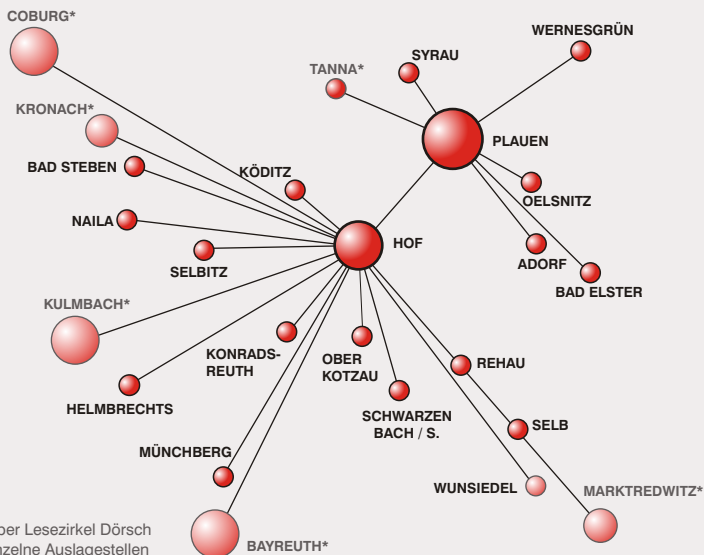
# Wo erhalte ich den FRANKY?

## Eigenverteiler

Die in einer Gesamtauflage von 30.000 gedruckten **FRANKY**-Magazine werden **kostenlos an über 800 Auslagestellen in Hochfranken und im Vogtland verteilt**. Der **FRANKY** wird zielgruppenorientiert in den wichtigsten Hot-Spots der Jugendkultur und Szene ausgelegt, wobei häufig besuchte Cafés, Kinos, Clubs und andere jugendtypische Treffpunkte an erster Stelle stehen. Die Verteilung übernimmt ein professionelles Logistikteam.

## Lesezirkel

Seit 2004 wird der **FRANKY** zusätzlich in **4000 Lesemappen des Dörsch Lesezirkels** beigelegt. Das umfangreiche Verteilgebiet des Lesezirkels reicht vom **Kerngebiet Hof** bis in die **Landkreise Bayreuth** und Kulmbach im Westen, in den Landkreis **Saale - Orla** im Norden, nach **Plauen** und ins **Vogtland** im Osten und **Wunsiedel** im Süden. In Arztpraxen, bei Rechtsanwälten und Friseursalons, also überall wo die Zeit zum Lesen überwiegt, wird das Angebot des **FRANKY** gerne angenommen werden. Der **Mehrfach-Lese-Effekt** ist somit enorm, wovon vor allem unsere Werbekunden profitieren werden.



# Anzeigenpreise








## Formatanzeigen

Farbe	1/1 Seite	1/2 Seite	1/4 Seite
<b>4c</b>	999,-	555,-	333,-

Titelseite	U2	U3	U4	pro mm
1.500,-	1.200,-	1.200,-	1.300,-	1,30

Preise (außer Kleinanzeigen) verstehen sich zzgl. der gesetzl. MwSt..  
Gültig ab 01.01.2011. Alle Preisangaben in Euro.

## Anzeigenformate

<b>1/1 Seite</b>  210 x 288 mm	<b>1/1 Seite</b>  190 x 260 mm	<b>1/2 Seite</b>  93 x 253 mm	<b>1/2 Seite</b>  190 x 125 mm	<b>1/4 Seite</b>  93 x 125 mm	<b>1/4 Seite</b>  45 x 253 mm	<b>1/4 Seite</b>  190 x 63 mm
---	---	--	---	--	--	--

Vorzugsweise nehmen wir Ihre Anzeige als **4-Farb-PDF per E-Mail** oder auf einem festen Datenträger entgegen. Natürlich können Sie auch andere Dateienformate verwenden z. B. **Jpg** oder **Tiff**. Dabei sollten Sie darauf achten, dass Ihre Anzeige eine Auflösung von **300 dpi** hat und in **Originalgröße** angelegt ist. Gerne entwerfen wir für Sie auch Ihre Wunschanzeige.

## Sonderwerbepflichten

### Anzeigenplatzierung zu stark frequentierten Rubriken:

Kreuzwörterrätsel	1.200,00 Euro
In & Out	750,00 Euro
Horoskop	800,00 Euro

**Präsentationen:** Ganze Seiten und Doppelseiten auf Anfrage  
(PR, Firmenvorstellungen)

**Beilagen:** Beileger 72,00 Euro / 1000 Stk.

**Rabatte:** 5% bei drei Schaltungen  
10% bei fünf Schaltungen  
20% bei acht Schaltungen

**Platzierungen:** können nur als Wunsch vermerkt werden. Es wird versucht, diese im Rahmen der satztechnischen Möglichkeiten zu berücksichtigen.

**Korrekturabzüge:** ab einer Anzeigenschaltung von 2-spaltig, 100 mm hoch ist ein Korrekturabzug kostenlos, jede weitere Korrektur wird nach Aufwand, aber mit mindestens 18,00 Euro berechnet.



**MEDIA**  
WERBUNG • DESIGN • INTERNET  
**AGENTUR HOF**

### SP MEDIA AGENTUR HOF GmbH

Agentur für Werbung, Design und  
Internetdienstleistungen

Inhaberin: Simone Pullen

Sand 16 / am Theresienstein  
95028 Hof / Saale

Tel.: (0 92 81) 8 33 14-0

Fax: (0 92 81) 8 33 14-29

E-Mail: [post@media-agentur-hof.de](mailto:post@media-agentur-hof.de)

[www.media-agentur-hof.de](http://www.media-agentur-hof.de)  
[www.frankys.net](http://www.frankys.net)

# FRANKY das Trendmagazin – Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Vereinbarung.
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.
3. Die Anzeigenpreise ergeben sich aus der bei Vertragsschluss gültigen Anzeigenpreisliste des Verlages.
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. Kann die Zeitschrift infolge höherer Gewalt (z. B. Krieg, Mobilmachung, Arbeitskampf oder sonstige nicht vorhersehbare Ereignisse) überhaupt nicht, nicht in vollem Umfang oder nicht rechtzeitig erscheinen, ergeben sich daraus keine Ansprüche des Auftraggebers.
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.
6. Der Verlag ist berechtigt, Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich zu machen.
7. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - und Beilagenaufträge nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen wegen ihrer technischen Form oder ihrer Herkunft abzulehnen; dasselbe gilt, wenn der Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder die 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 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.
8. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Drucklegungen gegebenen Möglichkeiten.
9. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Preisminderung in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde oder auf eine einwandfreie Ersatzanzeige. Lässt der Verlag eine ihm für deren Veröffentlichung gesetzte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Preisminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages.
10. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind insbesondere bei telefonischer Auftragserteilung - ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und der Höhe nach auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlages, seines gesetzlichen Vertreters und seiner 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.
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.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abridruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.
14. Bei Zahlungsverzug berechnet der Verlag unter Vorbehalt weitergehender Rechte Verzugszinsen in Höhe von 1% über dem jeweiligen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungen abhängig zu machen.
15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg, Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
16. Kosten für die Anlieferung bestellter Druckvorlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden In-sertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Preisminderungsansprüche sind jedoch ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage unter dem Anerbieten, vom Verlag zurückzutreten, rechtzeitig Kenntnis gegeben hat.
18. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderungen an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
19. Plazierungsbestätigungen gelten nur unter Vorbehalt und können aus technischen Gründen geändert werden. In solchen Fällen kann der Verlag nicht haftbar gemacht werden.
20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.