Magazin für Förderer:innen des WWF Deutschland

WWF MAGAZIN

Mediadaten Nr. 24
Gültig ab 01.11.2025

SZ Scala

PROFIL

WWF Magazin
Magazin für die Mitglieder und Förderinnen und Förderer des WWF Deutschland

Das WWF Magazin erscheint vierteljährlich mit einer Gesamtauflage von über 240.000 Exemplaren (davon 230.000 Exemplare im personalisierten Einzelversand).

Der Fokus des Magazins liegt auf Umweltthemen und der Vorstellung laufender und neuer WWF-Projekte. Leser erfahren mehr über einzigartige Regionen, verwundbare Ökosysteme und faszinierende Naturlandschaften unserer Erde – vielfältige Schätze, die es zu bewahren und zu schützen gilt. In dem Magazin informiert die Umweltstiftung ihre Förderer:innen auch über die nationalen und internationalen Aktivitäten des WWF. Darüber hinaus bietet das Magazin Verbrauchertipps, viele Service-Elemente und Informationen zum Kinderprogramm WWF Junior.

Der WWF Deutschland ist seit über 60 Jahren im Einsatz für die Natur. Er ist Teil des World Wide Fund For Nature, einer der größten unabhängigen privaten Naturschutzorganisationen der Welt. Das globale Netzwerk des WWF ist in knapp 100 Ländern aktiv. Mehr als sechs Millionen Förderer:innen unterstützen den WWF weltweit. Die Umweltstiftung will der Naturzerstörung Einhalt gebieten und die biologische Vielfalt der Erde bewahren. Sie setzt sich dafür ein, erneuerbare Ressourcen naturverträglich zu nutzen und die Umweltverschmutzung zu verringern.

Auflage	personalisiert circa 230.000 Exemplare
Erscheinungsweise	4x jährlich
Herausgeber	WWF Deutschland
Verlagsredaktion und Gestaltung	SZ Scala GmbH

LESERSCHAFT

Bei den Leser:innen des WWF Magazins handelt es sich um Personen mit einem überdurchschnittlichem Bildungs- und Einkommensniveau und einer ausgeprägten Konsumfreude. Mehr als die Hälfte der Leser:innen sind Akademiker:innen. 43 Prozent der Leser leben in 2-Personen-Haushalten, 17 Prozent in Haushalten mit drei oder mehr Personen.

Als kritische Konsumenten:innen achten sie beim Einkauf auf Produkte von Unternehmen, die sozial und ökologisch verantwortungsbewusst handeln. Die Leser:innen legen Wert auf Gesundheit und Nachhaltigkeit, achten beim Einkauf auf Siegel und Zertifikate und sind bereit für Qualität und Nachhaltigkeit mehr Geld auszugeben.

Die letzte Umfrage 2024 bestätigt: Ein Großteil der Leser:innen des WWF Magazins zählt zu der Zielgruppe der LOHAS.

Die Reichweite des WWF Magazins beträgt rund 480.000 Personen.

Relevante Einstellungen, Käufertypologien, Konsumstile

Durchschnittsalter der Magazinleser:innen	49 Jahre
Haushalt-Netto-Einkommen + 3.000,- Euro/monatlich	54%
Weibliche Leser	52 %
Akademiker	63 %
Ich lege Wert auf Gesundheit und Nachhaltigkeit	97 %
Ich kaufe ökologische Produkte	85 %
Ich achte beim Einkauf auf Siegel und Zertifikate (z.B. Bio, FSC, Fair-Trade)	92 %
Ich bin bereit für Qualität und Nachhaltigkeit mehr Geld auszugeben	93 %
Ich erhalte im Magazin nützliche Tipps für einen nachhaltigeren Konsum	77%
Ich habe durch die Verbrauchertipps des WWF mein Verhalten verändert	53%
Die Anzeigen und Beilagen machen mich auf interessante Produkte/	55%
Dienstleistungen aufmerksam	

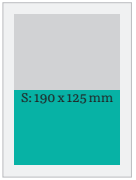
Quelle : WWF-Umfrage unter den Leser:innen des WWF Magazins, Ausgabe 2/2024, Grundgesamtheit 2.275 (100%)

FORMATE UND PREISE

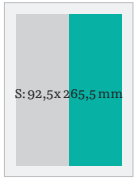
1/1 Seite U2
11.770,00 €

1/1 Seite U4
11.770,00 €

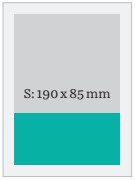
1/1 Seite innen
10.700,00 €



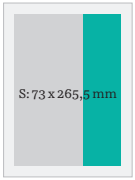
1/2 Seite quer
5.620,00 €



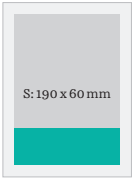
1/2 Seite hoch
5.620,00 €



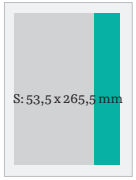
1/3 Seite quer
3.840,00 €



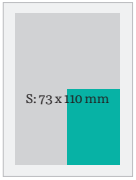
1/3 Seite hoch
3.840,00 €



1/4 Seite quer
2.950,00 €



1/4 Seite hoch
2.950,00 €



1/4 Seite Eck
2.950,00 €

Alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.
Grundlage für die Mal- und Mengenstaffel sind die Bruttopreise für Anzeigen.
Abschlusszeitraum ist ein Jahr (nicht zwingend Kalenderjahr).

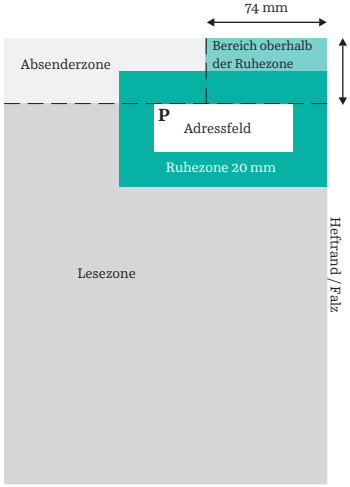
S: Satzspiegel | A: Anschnittformat (Bitte legen Sie bei der Erstellung der Druckunterlagen für das Anschnittformat zusätzlich rundum 5 mm Beschnitt an!)

Festplatzierungen | Nachlässe

Malstaffel	
2 Anzeigen	5 %
3 Anzeigen	10 %
4 Anzeigen	15 %

Mengenstaffel	
2 Seiten	5 %
3 Seiten	10 %
4 Seiten	15 %

Umschlagseite 4 | neue Postauflieferungsvorgaben für Adressfeld



Absenderzone:
Anschriften sind erlaubt, sie dürfen jedoch **nicht** in der Ruhezone stehen.

Adressfeld:
ein weißes Adressfeld ist zu integrieren.
Maße: 105 x 48 mm (B x H)
Abstand zum oberen Heftrand: 40mm
Abstand zum rechten Heftrand: 20 mm

Bereich **oberhalb** der Ruhezone:
Grafische Darstellung inkl. Schrift ist erlaubt, jedoch keine Adressen.

Ruhezone:
Die Ruhezone läuft mit einer Breite von 20 mm um das Adressfeld herum.
Für die Ruhezone gilt:
– eine dunkle, grafische Gestaltung ist möglich
– Text nur in Negativdruck

Lesezone:
Darf farblich/grafisch und textlich gestaltet werden. Zustellfähige Adressen sind nur in Negativschrift zulässig.

TERMINE

Ausgabe	Erscheinungs-termin	Anzeigen-schluss	DU-Schluss	Beilagenlie-ferung
Auswilderungen/Wiederansiedlungen				
1/2026	13.01.2026	03.11.2025	12.11.2025	18.12.2025
One Health				
2/2026	21.04.2026	16.02.2026	25.02.2026	08.04.2026
Ozeane und Klima				
3/2026	07.07.2026	06.05.2026	18.05.2026	24.06.2026
Biodiversität und Tropenwälder				
4/2026	13.10.2026	17.08.2026	25.08.2026	30.09.2026
Wiederherstellung von Naturlandschaften in Europa				
1/2027	19.01.2027	04.11.2026	12.11.2026	05.01.2027

Bitte beachten Sie, dass eine Annahme des Anzeigen- oder Beilagenauftrages erst nach Freigabe des Werbemittels durch den Herausgeber möglich ist.

Änderungen im Terminplan vorbehalten.

TECHNISCHE DATEN (für Anzeigen)

Zeitschriftenformat	210 mm breit x 297 mm hoch U4 hat 207 mm Breite
Beschnitt	5 mm Beschnitt rundum bei randabfallenden Motiven
Bundausgleich	max. 4,5 mm. Bitte beachten Sie: Zur Heftmitte wird die Blattbreite schmaler. Damit Schrift- und/oder Bildelemente nicht in den Beschnitt geraten, an allen vier Seiten mind. 5 mm Abstand einhalten.
Satzspiegel	190 mm x 265,5 mm
Bedruckstoff	Umschlag: 100% Recycling gemäß Blauer Engel, 150 g/qm enviro® top Inhalt: 100% Recycling gemäß Blauer Engel, 80 g/qm Steinbeis Silk
Profil	Umschlag: PSO Uncoated ISO12647 (ECI) (FOGRA47) Inhalt: PSO LWC Improved (ECI) (FOGRA45L)
Proof	Nach Fogra-Standard. Mit Fogra-Medienkeil V3.0 nach Standard
Druck	4/4-farbig DIN ISO 12647-2
Druckverfahren	Umschlag: Bogenoffset, Inhalt: Rollenoffset
Verarbeitung	Zweiklammer-Rückstichheftung
Druckunterlagen	PDF/X4 mit farbverbindlichem Proof
Druckdatenversand	per E-Mail an: anzeigen@sz-scala.de per Datenträger an: SZ Scala GmbH Hultschiner Str. 8, D-81677 München Datenanlieferung immer mit farbverbindlichem Proof

BEILAGENPREISE

Gewicht	Beilagen ‰	Postgebühren ‰	Selektionskosten*
bis 10 g	75,00 €	3,20 €	350,00 €
bis 20 g	80,00 €	9,50 €	350,00 €
bis 25 g	**85,00 €**	**13,80 €**	**350,00 €**
bis 30 g	90,00 €	13,80 €	350,00 €
bis 40 g	150,00 €	17,30 €	350,00 €

* einmalig je Teilbeilage.
Alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt. Höhere Gewichte auf Anfrage.
Beilagen sind nicht rabattfähig im Sinne der Anzeigenabschlüsse.

SELEKTIONSKRITERIEN (Nielsen-Gebiete)

Nielsen	Bundesland	Auflage
Nielsen 1	Bremen, Hamburg, Niedersachsen, Schleswig-Holstein	36.193
Nielsen 2	Nordrhein-Westfalen	50.892
Nielsen 3a	Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland	35.025
Nielsen 3b	Baden-Württemberg	33.927
Nielsen 4	Bayern	41.391
Nielsen 5	Berlin	11.210
Nielsen 6	Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt	9.079
Nielsen 7	Thüringen, Sachsen	10.676
		228.394

Stand 2025. Änderungen in den Auflagen vorbehalten. Aktuelle Auflagenzahlen erhalten Sie bei Reservierung bzw. Buchung. Desweiteren gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der SZ Scala GmbH.

TECHNISCHE DATEN (für Beilagen)

Zeitschriftenformat	210 mm breit x 297 mm hoch
Bedruckstoff	Umschlag: 100% Recycling gemäß Blauer Engel, 150 g/qm Enviro Top U Innenteil: 100% Recycling gemäß Blauer Engel, 80 g/qm Steinbeis Silk
Verarbeitung	Zweiklammer-Rückstichheftung
Mindestformat	105 mm Breite x 148 mm Höhe
Höchstformat	200 mm Breite x 287 mm Höhe Die Beilagen müssen formatgleich und rechtwinklig zugeschnitten sein.
Papierflächengewicht	2-seitige Beilagen mind. 115 g/qm 4-seitige Beilagen mind. 80 g/qm Leichtere Beilagen können nur im gefalzten Zustand verarbeitet werden.
Mindestauflage	40.000 Exemplare
Maximalauflage	240.000 Exemplare
Anzahl Beilagen pro Haushalt	max. 4
Technische Beilagenplätze	5
Maximales Beilagengewicht pro Ausgabe	125,4 g
Musterversand	Weißmusterversand vor Auftragserteilung an SZ Scala GmbH Frauke Haack Hultschiner Straße 8 81677 München

BUCHUNGSRELEVANTE INFORMATIONEN (für Beilagen)

Wir sind sehr bemüht, alle Ihre Beilagenbuchungen zu realisieren. Allerdings sind einige Ausgaben sehr gefragt, so dass es teilweise zu einer Vollbelegung kommt. Im Sinne unserer Herausgeber sind wir angehalten, maximale Auslastungen zu gewährleisten. Wir bitten Sie daher, für Ihre Buchung Folgendes zu beachten:

Verbindliche Reservierung

Reservierungen müssen schriftlich unter Angabe des Kunden, der Beilagenmenge und des Beilagengewichts sowie der Wunschselektion erfolgen. Eine vom Verlag bestätigte Reservierung ist gültig bis 6 Wochen vor Anzeigenschluss.

Teilbeilagen

Neben der Belegung der Vollbeilage sind auch Teilbeilagen möglich. Diese können Sie anhand der Selektionskriterien auswählen. Die Mindestauflage ist durch den Herausgeber festgelegt. Andere Auflagen sind nur in Rücksprache mit dem Verlag möglich.

Maximale Auslastung

Der Verlag behält sich bei Ausgaben – die erfahrungsgemäß voll belegt sind – vor, Vollbeilagen vorrangig zu behandeln und Reservierungen für Teilbeilagen auf einer Warteliste aufzuführen. Wir bemühen uns an dieser Stelle um größtmögliche Transparenz und rasches operatives Handeln.

Vom Standard abweichende Beilagen

Die genannten Angaben zu Papierflächengewicht, Mindest- bzw. Höchstformat etc. entsprechen den üblichen Standards. Andere Formate und Gewichte prüfen wir auf Anfrage umgehend auf Machbarkeit.

Rechnungsstellung

Teilbeilagenmengen werden bei der Rechnungsstellung auf glatte Auflagenmengen auf- bzw. abgerundet.

Voraussetzung für einen Beilagenauftrag ist die Freigabe des Werbemittels durch den Herausgeber und die Vorlage von 5 Mustern.

Anlieferungszustand

Die angelieferten Beilagen müssen in Art und Form eine einwandfreie, sofortige maschinelle Verarbeitung gewährleisten, ohne dass eine zusätzliche, manuelle Aufbereitung notwendig wird. Beilagen, die zusammengeklebt (nicht getrocknete Druckfarben), stark elektrostatisch aufgeladen oder feucht geworden sind, können nicht verarbeitet werden. Beilagen mit umgeknickten Ecken bzw. Kanten, Quetschfalten oder mit verlagertem (runden) Rücken können ebenfalls nicht verarbeitet werden.

Lagen

Damit die Beilagen von Hand greifbar sind, müssen die Lagen unverschränkt und kantengerade eine Höhe von 80–100 mm aufweisen. Das Verschnüren oder Verpacken einzelner Lagen ist nicht erwünscht und auch nicht zweckmäßig, da dadurch Mehrkosten verursacht werden.

Palettierung

Die Beilagen müssen sauber auf stabilen Mehrwegpaletten gestapelt sein. Um ein Aufsaugen von Feuchtigkeit zu vermeiden und die Lagen vor Schmutz zu schützen, ist der Palettenboden mit einem stabilen Karton oder einer Folie abzudecken.

Wird der Palettenstapel umreift oder schutzverpackt, ist darauf zu achten, dass die Kanten der Beilagen nicht beschädigt oder umgebogen werden. Jede Palette muss analog zum Lieferschein deutlich sichtbar mit einer Palettenkarte mit Verwendungszweck, Inhalts- und Mengenangabe gekennzeichnet sein. Liefern Sie Beilagen für mehrere Ausgaben, palettieren Sie bitte entsprechend nach Ausgaben getrennt.

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Verlags gelten für alle Anzeigenaufträge und Beilagenaufträge. Abweichende, entgegenstehende oder ergänzende Allgemeine Geschäftsbedingungen des Auftraggebers werden nicht anerkannt, es sei denn, der Verlag stimmt ihrer Geltung ausdrücklich zu.

1. Abschluss im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist ein Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen, Fremdbeilagen oder sonstiger Werbemittel eines Werbungstreibenden oder sonstigen gewerblichen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung. Der Abschluss kommt wie folgt zustande: Der Auftraggeber gibt gegenüber dem Verlag ein Angebot auf Abschluss eines Anzeigenvertrags ab. Sofern sich aus dem Angebot nichts anderes ergibt, ist der Verlag berechtigt – aber nicht verpflichtet –, das Angebot innerhalb von 5 Werktagen nach Zugang anzunehmen. Die Annahme erfolgt schriftlich oder in Textform.

2. Abruf ist die Aufforderung des Auftraggebers an den Verlag, auf der Grundlage eines Abschlusses eine konkrete (d. h. mit fertigem Layout und Text) Anzeige, Fremdbeilage oder sonstige Werbemittel zu veröffentlichen.

3. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an redaktionellen Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen.

4. Angebote für Abschlüsse sowie Abrufe können persönlich am Verlagsort, telefonisch, schriftlich oder in Textform (z. B. per E-Mail oder Fax) übermittelt werden.

5. Ablehnung von Abrufen
Der Verlag ist berechtigt, einzelne Abrufe (s. Ziffer 2) abzulehnen, sofern deren Durchführung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt insbesondere für Abrufe, deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder vom Deutschen Werbe- bzw. Presserat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, oder deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist, sowie für Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines redaktionellen Bestandteils der Druckschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Der Verlag wird die Ablehnung unverzüglich nach Zugang des Abrufs erklären.

6. Anzeigenschluss und Erscheinungstermine
Die in der Preisliste ausgewiesenen Anzeigenschlüsse und Erscheinungstermine sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, Anzeigenschlusstermine und Erscheinungstermine kurzfristig, dem Produktionsablauf entsprechend, anzupassen. Wird von diesem Schieberecht Gebrauch gemacht, wird der Kunde über die Verschiebung informiert. Bei Verschiebungen des Erscheinungstermins sind termingebundene Anzeigenaufträge kostenfrei kündbar.

7. Kündigung von Aufträgen
Die Kündigung eines Abrufs ist bis zum Abdruck der konkreten Leistung (s. Ziffer 2) möglich. Sofern dem Verlag die Kündigung bis zum vereinbarten Anzeigenschluss zugeht, entfällt der Anspruch des Verlags auf die insoweit vereinbarte Vergütung. Geht dem Verlag die Kündigung zwischen Anzeigenschluss und Abdruck zu, so hat der Verlag Anspruch auf die vereinbarte Vergütung, jedoch unter Anrechnung der gesetzlich vorgesehenen Abzugsposten (§ 648 S.2 BGB). Das Recht zur Kündigung aus wichtigem Grund bleibt unberührt. Eine Kündigung bedarf zu ihrer Wirksamkeit der Textform.

8. Platzierung von Anzeigen
Anzeigen werden in bestimmten Nummern, Ausgaben oder an bestimmten Stellen der Druckschrift veröffentlicht, wenn dies bei der Auftragserteilung schriftlich oder in Textform, vereinbart wird. Rubrikanzeigen werden grundsätzlich nur in der jeweiligen Rubrik abgedruckt. Sofern keine Platzierung vereinbart wird, bestimmt der Verlag die Platzierung nach billigem Ermessen. Dabei werden Anzeigen vom Verlag nach ihrem inhaltlichen Sinngehalt rubriziert. Rubrikanzeigen werden grundsätzlich nur in der jeweiligen Rubrik abgedruckt. Wird eine Anzeige durch den Auftraggeber für eine inhaltlich abweichende Rubrik in Auftrag gegeben und vom Verlag ausnahmsweise so veröffentlicht, so gilt dennoch der Preis, der bei korrekter Platzierung angefallen wäre.

9. Laufzeit des Abschlusses
Ist kein konkreter Erscheinungstermin vereinbart, sind Anzeigen spätestens ein Jahr nach Vertragsschluss abzurufen. Ein Abschluss über mehrere Anzeigen ist innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige vollständig abzuwickeln.

10. Druckunterlagen
Die Schlusstermine für die Übersendung von Druckunterlagen sind dem jeweils gültigen Preisblatt der Anzeigenpreisliste des Verlages zu entnehmen. Der Auftraggeber ist verpflichtet, mangelfreie (druckfähige) Druckunterlagen bzw. Beilagen, Beihefter, Beikleber etc. rechtzeitig zur Verfügung zu stellen. Für offenkundig ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Sind Mängel an angelieferten Drucksachen, wie Beihefter, Beikleber etc. nicht sofort, sondern erst bei der Verarbeitung erkennbar, so hat der Auftraggeber dadurch entstehende Mehrkosten oder Verluste bei der Herstellung zu tragen. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Sofern der Auftraggeber die Druckunterlagen nicht bis drei Monate nach der letzten Veröffentlichung der jeweiligen Anzeige anfordert, ist der Verlag berechtigt, die Druckunterlagen zu entsorgen

11. Abdruckhöhe von Anzeigen
Sind keine besonderen Größen vereinbart oder vorgegeben, wird die Anzeige mit der für eine solche Anzeige üblichen Höhe abgedruckt und berechnet. Weicht bei einer fertig angelieferten Druckunterlage die Abdruckhöhe von der bestellten Abdruckhöhe gemäß Auftrag ab, gilt das Maß der abgedruckten Anzeigenhöhe. Angefangene Millimeter werden bei der Berechnung auf volle Millimeter nach oben gerundet.

12. Redaktionell gestaltete Anzeigen/Textteilanzeigen
Die Aufmachung und Kennzeichnung redaktionell gestalteter Anzeigen ist rechtzeitig vor Erscheinen mit dem Verlag abzustimmen. Der Verlag ist berechtigt, Anzeigen, die nicht als solche erkennbar sind, deutlich mit dem Wort „Anzeige“ zu versehen. Textteilanzeigen müssen sich schon durch ihre Grundschrift vom redaktionellen Teil unterscheiden.

13. Rechtseinräumung, Haftung für den Inhalt der Anzeige
Der Auftraggeber räumt dem Verlag die für die Erbringung der vertragsmäßigen Leistungen (Abdruck und Verbreitung, vgl. Ziffer 1) erforderlichen Rechte, insbesondere urheberrechtlichen Nutzungsrechte, ein.
Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige verantwortlich. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung der Anzeige frei. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Anzeigenauftrag die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird der Verlag durch gerichtliche Entscheidung zum Abdruck einer Gegendarstellung oder Berichtigung zu einer Anzeige verpflichtet, hat der Auftraggeber diese Veröffentlichung nach der gültigen Anzeigenpreisliste zu bezahlen.

14. Probeabzüge werden nur nach vorheriger Vereinbarung geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der von ihm zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

15. Anzeigenbeleg
Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, tritt an seine Stelle eine Bescheinigung des Verlags über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige. Originalbelege werden nur gegen Berechnung geliefert.

16. Anzeigenrechnungen sind innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung laufenden Frist zu bezahlen, sofern nichts anderes vereinbart ist. Die sog. Pre-Notificationfrist für SEPA-Lastschriftverfahren ist auf drei Tage verkürzt. Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Gesamtabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen abweichend von einem vereinbarten Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Anzeigenentgelts und vom Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Der Verlag ist berechtigt, fehlerhafte Anzeigenrechnungen innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung zu korrigieren. Bei Anzeigenaufträgen aus dem Ausland erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung unter der Voraussetzung, dass das Anzeigengeschäft nicht mehrwertsteuerpflichtig ist. Der Verlag ist zur Nachberechnung der Mehrwertsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Mehrwertsteuerpflicht der Anzeige bejaht.

17. Satzkosten
Kosten für die Anfertigung bestellter Vorlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschter oder zu vertretender erheblicher Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber.

18. Abweichende Preise
Für Anzeigen in Verlagsbeilagen und für redaktionell gestaltete Anzeigen, Anzeigen in Sonderveröffentlichungen und Kollektiven, sowie für Anzeigen, welche nach Anzeigenschluss verkauft werden, kann der Verlag von der Preisliste abweichende Preise festlegen.

19. Rabattzusammenschlüsse
Für die Gewährung eines Rabattzusammenschlusses für Tochtergesellschaften ist der schriftliche Nachweis einer mehr als 50-prozentigen Kapitalbeteiligung erforderlich. Der Verlag gewährt Rabattzusammenschlüsse nur bei privatwirtschaftlich organisierten Unternehmen. Rabattzusammenschlüsse sind insbesondere nicht möglich für selbständige hoheitliche Organisationen oder Körperschaften des öffentlichen Rechts.

20. Gewährleistung
Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln innerhalb von zwei Wochen nach Eingang von Rechnung geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel muss der Auftraggeber spätestens 12 Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Druckschrift reklamieren.
Bei mangelhaftem Abdruck einer Anzeige trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckunterlagen kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige (Nacherfüllung) verlangen. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte angemessene Frist zur Nacherfüllung verstreichen, verweigert er die Nacherfüllung, ist die Nacherfüllung dem Auftraggeber nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, den Vertrag zu kündigen oder den Anzeigenpreis in dem Ausmaß mindern, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde.
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 durchschnittlich verbreitete Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn sie
bei einer Auflage bis zu 50 000 Exemplaren 20 v. H.,
bei einer Auflage bis zu 100 000 Exemplaren 15 v. H.,
bei einer Auflage bis zu 500 000 Exemplaren 10 v. H.,
bei einer Auflage über 500 000 Exemplaren 5 v. H. beträgt.
Allerdings 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. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten als Auftraggeber verjähren 12 Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige oder Beilage.

21. Haftung, Fixgeschäft, höhere Gewalt
Schadensersatzansprüche des Auftraggebers gegen den Verlag sind unabhängig vom Rechtsgrund, insbesondere aufgrund Verzugs, der Verletzung vertraglicher Pflichten, der Verletzung gewerblicher Schutzrechte Dritter und unerlaubter Handlung ausgeschlossen, es sei denn, der Verlag, seine Vertreter oder Erfüllungsgehilfen haben vorsätzlich oder grob fahrlässig gehandelt oder eine Vertragspflicht leicht fahrlässig verletzt, die für die Erreichung des Vertragszwecks wesentlich ist, oder die Schadensersatzansprüche resultieren aus einer Beschaffenheitsgarantie. Soweit der Verlag dem Grunde nach haftet, wird der Schadensersatzanspruch auf den vorhersehbaren Schaden begrenzt. Diese Haftungsbegrenzung gilt nicht bei Vorsatz oder wenn das den Schaden auslösende Ereignis durch den Verlag, seine Vertreter oder Erfüllungsgehilfen grob fahrlässig verursacht wurde. Schadensersatzansprüche gegen den Verlag verjähren in 12 Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von den anspruchbegründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen. Dies gilt nicht für Ansprüche aus unerlaubter oder vorsätzlicher Handlung. Resultieren die Schadensersatzansprüche aus dem Produkthaftungsgesetz, finden vorstehende Haftungsbegrenzungen keine Anwendung. Gleiches gilt bei der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit. Soweit die Haftung des Verlags ausgeschlossen ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Angestellten, Arbeitnehmer, Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen.

Festgelegte Abdrucktermine begründen, sofern nicht im Einzelfall ausdrücklich anders vereinbart, kein absolutes Fixgeschäft.

Bei höherer Gewalt ist die betroffene Vertragspartei für die Dauer und im Umfang der Auswirkung von ihrer Leistungsverpflichtung befreit. Höhere Gewalt ist jedes außerhalb des Einflussbereichs der jeweiligen Vertragspartei liegende Ereignis, durch das sie ganz oder teilweise an der Erfüllung ihrer Verpflichtungen gehindert wird, einschließlich Streiks und rechtmäßiger Aussperrungen sowie nicht von ihr verschuldeter Betriebsstörungen oder behördlicher Verfügungen. Die Vertragsparteien werden sich bei Eintritt höherer Gewalt über das weitere Vorgehen abstimmen und festlegen, ob nach ihrer Beendigung die während dieser Zeit nicht erbrachten Leistungen noch erbracht werden sollen. Ungeachtet dessen ist jede Vertragspartei berechtigt, von den hiervon betroffenen Abrufen zurückzutreten, wenn die höhere Gewalt mehr als vier Wochen seit dem vereinbarten Abdrucktermin andauert. Das Recht jeder Vertragspartei, im Falle länger andauernder höherer Gewalt den Vertrag aus wichtigem Grund zu kündigen, bleibt unberührt.

22. Werbeagenturen
Es wird klargestellt, dass der Verlag bei einem Abschluss (Ziffer 1) mit einer Werbeagentur frei darin ist, ob er Agenturrabatte gewährt oder diese verweigert (etwa weil an der Ausübung tatsächlicher Agenturtätigkeit Zweifel bestehen). Agenturrabatte kommen nur bei Abschlüssen im eigenen Namen der Werbeagentur in Betracht.
Agenturrabatte errechnen sich aus dem Kundennetto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelnachlass. Agenturrabatte werden nicht auf Preise, die unterhalb der Preisliste liegen, gewährt.
Werbeagenturen haben bei der Preisgestaltung gegenüber den Werbetreibenden im rechtlich zulässigen Maße die Interessen des Verlags in angemessener Weise zu berücksichtigen.

23. Erfüllungsort, Anwendbares Recht, Aufrechnung, Zurückbehaltungsrechte
Erfüllungsort ist München als Sitz des Verlags.
Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts. Ist der Auftraggeber Kaufmann i.S.d. Handelsgesetzbuchs, juristische Person des öffentlichen Rechts oder ein öffentlich-rechtliches Sondervermögen, ist ausschließlicher – auch internationaler – Gerichtsstand für alle sich aus dem Vertragsverhältnis unmittelbar oder mittelbar ergebenden Streitigkeiten der Geschäftssitz des Verlags. Entsprechendes gilt, wenn der Auftraggeber Unternehmer i.S.v. §14 BGB ist.
Der Auftraggeber hat ein Aufrechnungs- oder Zurückbehaltungsrecht nur wegen rechtskräftig festgestellter oder unbestrittener Gegenforderungen.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen für die digitale Übermittlung von Anzeigendruckvorlagen
Werden Druckvorlagen digital, also durch Digitalträger (z.B. CD-ROM) oder durch Fernübertragung (z. B. E-Mail) papierlos an den Verlag übermittelt, gelten zusätzlich die folgenden Bestimmungen:

1. Dateiformat
Druckvorlagen sollen nur mit geschlossenen Dateien digital übertragen werden, also mit solchen Dateien, die der Verlag inhaltlich nicht ändern kann.

2. Zusammengehörende Dateien sind vom Auftraggeber in einem gemeinsamen Verzeichnis (Ordner) zu senden.

3. Farbanzeigen
Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen hat der Auftraggeber gleichzeitig ein Farb-Proof und ein Proof- bzw. Messprotokoll mitzuliefern.

4. Computerviren
Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Dateien mit Computerviren kann der Verlag löschen, ohne dass der Auftraggeber hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag behält sich zudem Ersatzansprüche vor, wenn die Computerviren beim Verlag weiteren Schaden verursachen.

5. Datenträger
An den Verlag übermittelte Disketten oder CD-ROM mit Druckvorlagen gehen in das Eigentum des Verlags über. Sie werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und gegen Kostenübernahme zurückgeschickt.

Stand 2025

KONTAKT

SZ Scala GmbH
Ein Unternehmen des Süddeutschen Verlages, München, einem Tochterunternehmen der Südwestdeutschen Medienholding, Stuttgart

Hultschiner Straße 8
81677 München
Mail: anzeigen@sz-scala.de

Verlagsrepräsentanz Deutschland, Österreich, Schweiz
Daniel Jäger Medienservice
Gewürzmühlstrasse 19, 80538 München
Telefon: 089/21 26 90 54
Mail: dj@jaeger-medienservice.de

VERLAGSANGABEN

Herausgeber	WWF Deutschland Reinhardtstraße 18 10117 Berlin wwf.de
Verlagsredaktion und Gestaltung	SZ Scala GmbH Hultschiner Straße 8 81677 München sz-scala.de
Anzeigenpreisliste	Nr. 24, gültig ab 01.11.2025
Mittlerprovision	15 %
Zahlungs-bedingungen	14 Tage nach Rechnungserhalt ohne jeden Abzug. Bei Zahlungsverzug werden sämtliche offen-stehenden Rechnungen bzw. Nachberechnungen zur sofortigen Zahlung fällig. SEPA-Lastschrift-verfahren ist möglich.
Bankverbindung	SZ Scala GmbH Commerzbank Stuttgart IBAN: DE94 6004 0071 0528 2744 00 SWIFT/BIC: COBADEFFXXX
AGB	Für Anzeigen und Fremdbeilagen gelten die AGB der SZ Scala GmbH.