

d-piXX

d-piXX

digitalfotografie in der praxis

*Wir Lieben
Digitalfotografie!*

NEUE PREISE!

Mediadaten 2009

gültig ab 15. April 2009

Wir über uns und unsere Leser

Kurzcharakteristik Im Mittelpunkt von **d-pixx** (**d** für digital, **pixx** für Pixel und Pictures) steht die Faszination des Digital Imaging: hochwertige Technik, gelungenes Design und vor allem schöne Bilder. Damit wendet sich **d-pixx** an anspruchsvolle Anwender, die Spaß an allen Aspekten des Digital Imaging haben - von der Aufnahme über die Optimierung der Bilder bis zur stilvollen Präsentation im Wohnzimmer.

Themen Die Themenspannweite in **d-pixx** reicht entsprechend von Digitalkameras aller Klassen über Zubehör (u. a. Objektive, Blitzgeräte, Speicher), Peripheriegeräte (Computer, Grafikkarten, Monitore, Scanner, Drucker) und Software bis zu den Möglichkeiten der Bildpräsentation (TV-Geräte, Beamer, digitale und herkömmliche Bilderrahmen). Außerdem finden angrenzende Gebiete der visuellen Kommunikation (wie z. B. Fotohandys, Digital-Camcorder mit Fotofunktion) Berücksichtigung. Diese Themen werden nicht in Form spröder Tests präsentiert, sondern

immer mit vielen Bildern im Bezug zur Praxis, die auch in „How to“-Beiträgen in **d-pixx** vertreten ist.

Kaufabsichten und Besitz* Damit bieten wir unseren Lesern gezielt Informationen über die Geräte, die ganz oben auf der Liste der Kaufwünsche stehen:

| | |
|-----------------------|------|
| D-SLR | 71 % |
| D-All-in-One | 15 % |
| D-Kompakte | 27 % |
| Wechselobjektiv | 73 % |
| Blitzgerät | 24 % |
| PC | 33 % |
| Monitor | 39 % |
| Drucker | 31 % |
| Scanner | 16 % |

69 % der d-pixx-Leser haben bereits eine D-SLR, 24 % eine D-All-in-One-Kamera und 51 % eine D-Kompaktkamera.

Themenwünsche* Abgerundet wird das Themenangebot durch Reisetipps (mehr davon wünschen sich 64 % unserer Leser), Blicke in die Welt der Profis (mehr davon sagen 58 %), Fotowettbewerbe für die Leser (die sehr gut angenommen werden) und hin und wieder ein Gewinnspiel. Natürlich fehlen Tipps und Tricks nicht (mehr davon wollen 94 %) und auch Computer und Bildbearbeitung kommen zu ihrem Recht (mehr davon fordern 69 %).

Wir treffen mit unserem Themenmix also die Interessen unserer Leser schon sehr gut und werden den Wunsch nach „mehr“ auf **d-pixxHOME** erfüllen.

HINWEIS

Die mit * gekennzeichneten Angaben beruhen auf der Leserbefragung im Sommer 2008.

Akzeptanz* Der Themenmix und die Tatsache, dass Tabellen mit Testwerten und Messkurven fehlen, hat uns eine Käufergruppe erschlossen, die sich in erster Linie bei der **d-pixx** zu Hause fühlt. In der Lesenumfrage fragten wir nach neun wichtigen Mitbewerbern (AFV-Bild, Chip Foto Video, Color Foto, Digital Photo, fotoDigital, Fotohits, FotoMagazin, Fotografie und Profifoto). Es stellte sich heraus, dass von unseren Lesern

- 48 % keine dieser Zeitschriften lesen
- 32 % mindestens eine dieser Zeitschriften gelegentlich lesen
- 25 % mindestens eine dieser Zeitschriften regelmäßig lesen.
- 2 % eine nicht genannte Fotozeitschrift gelegentlich oder regelmäßig lesen

Verkauf, Verteilung Auch im Jahr 2008 stieg der Verkauf der **d-pixx** von Heft zu Heft - langsam aber stetig. Ausgabe 4/2008 (unsere Vor-photokina-Ausgabe) lag deutlich über dem Durchschnitt. Außerdem wurden deutlich mehr Hefte abonniert als 2007. Wie 2006 und 2007 schnellten Nachbestellungen

für ganze Jahrgänge in die Höhe, sobald neue Verkaufsstellen eingeschaltet wurden.

Die Erweiterung des Umfangs um 16 Seiten auf 96 Seiten bei gleichem Preis, die Fotoschule und die Neugestaltung des Covers ab d-pixx 1/2009 zeigt eine positive Wirkung! Da aber zurzeit (Ende April 2009) erst eine neue Ausgabe abgerechnet ist, lassen sich noch keine exakten Angaben machen!

| | |
|-------------------------|--------------|
| Verkauf pro Heft | Ø 15.430 Ex. |
| Abonnements | aktuell 1233 |
| Freiverteilung pro Heft | ca. 400 Ex. |

Jedes Heft findet durchschnittlich 1,7 Leser.*

Zufriedenheit* Der Notendurchschnitt von **1,8** für den Inhalt und von **2,0** für das zurückhaltende klare Layout änderte sich minimal, für das Preis/Leistungsverhältnis blieb er auf **1,4**. 66 % der Leser sammeln die **d-pixx**.

Zielgruppe* Die meisten der **d-pixx**-Leser sind zwischen 25 und 50 Jahre alt (57 %), es folgt die Gruppe der 51- bis 65-jährigen

(26,1 %). Der Altersdurchschnitt liegt bei den Männern bei 43,1 Jahren. Der Anteil der Leserinnen beträgt 23 % - hier liegt der Altersdurchschnitt bei 32,4 Jahren. In diesem Zusammenhang interessant: bei Fotowettbewerben kommen rund 25 % der Bilder von Frauen! Der größte Teil der Leser, nämlich 71 %, sieht sich als „Fortgeschrittenen“, während sich 14 % als „Anfänger“ und 11 % als „Experten“ einschätzen.

Internetnutzung* 93% der **d-pixx**-Leser nutzen das Internet, um sich zu informieren, 37 % präsentieren ihre Bilder im Internet und 28 % nutzen Foren.

Bilder auf Papier* Obwohl 68 % unserer Leser nur digital fotografieren, ist der Drang zum Papierbild groß. 26 % nutzen den eigenen Drucker oft, um Papierbilder zu machen, 68 % brauchen ihn gelegentlich. 44 % lassen oft Papierbilder vom Dienstleister produzieren, 46 % tun das gelegentlich. Fotobücher lassen bereits 31 % oft produzieren.

Anzeigenformate / Anzeigenpreise 9-01

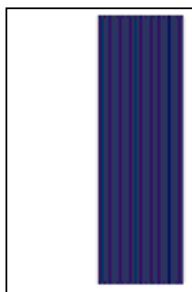
| Format | Größe im Satzspiegel | Größe randabfallend | 4c-Preis |
|----------------|-------------------------|--|--------------|
| 1/1 | 185 x 270 mm | 210 x 297 mm (+ 3 mm Beschnittzugabe auf allen Seiten) | 2500,-- Euro |
| 3/4 hoch | 137 x 270 mm | 150 x 297 mm (+ 3 mm Beschnittzugabe auf allen Seiten) | 1900,-- Euro |
| 1/2 hoch | 90,2 x 270 mm | 297 x 102,2 mm (+ 3 mm Beschnittzugabe auf allen Seiten) | 1300,-- Euro |
| 1/2 quer | 185 x 133 mm | 210 x 155 mm (+ 3 mm Beschnittzugabe auf allen Seiten) | 1300,-- Euro |
| 1/2 3-spaltig | 137 x 185 mm | 150 x 210 mm (+ 3 mm Beschnittzugabe auf allen Seiten) | 1300,-- Euro |
| 1/3 hoch | 59 x 270 mm | 71 x 297 mm (+ 3 mm Beschnittzugabe auf allen Seiten) | 900,-- Euro |
| 1/3 quer | 185 x 90 mm | 210 x 112 mm (+ 3 mm Beschnittzugabe auf allen Seiten) | 900,-- Euro |
| 1/4 hoch | 42,8 x 270 mm | 54,8 x 297 mm (+ 3 mm Beschnittzugabe auf allen Seiten) | 700,-- Euro |
| 1/4 quer | 185 x 66 mm | 210 x 88 mm (+ 3 mm Beschnittzugabe auf allen Seiten) | 700,-- Euro |
| 1/4 2-spaltig | 90,2 x 133 mm | 102,2 x 155 mm (+ 3 mm Beschnittzugabe auf allen Seiten) | 700,-- Euro |
| 1/8 4-spaltig | 185 x 33 mm | -- | 350,-- Euro |
| 1/8 2-spaltig | 90,2 x 66 mm | -- | 350,-- Euro |
| 1/8 1-spaltig | 42,8 x 133 mm | -- | 350,-- Euro |
| 1/16 2-spaltig | 90,2 x 33 mm | -- | 175,-- Euro |
| 1/16 1-spaltig | 42,8 x 66 mm | -- | 175,-- Euro |

- **Bei Mehrfachbuchungen gewähren wir Rabatt nach Absprache.**
- **Auf alle Preise, auch reduzierte Preise, gewähren wir 15 % Agenturprovision.**
- Alle Preise verstehen sich zuzüglich der geltenden MwSt.
- Alle Anzeigenrechnungen sind zahlbar rein netto innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsdatum.
- Bei Zahlung innerhalb von 8 Tagen nach Rechnungsdatum gewähren wir 3 % Skonto.

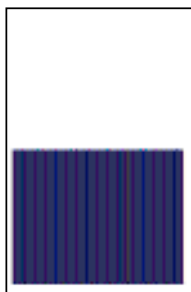
Anzeigen ab 1/4 Seite können im Satzspiegel (Beispiele 1 - 9) oder „randabfallend“ (Beispiele 10 - 12) gebucht werden. Bei randabfallenden Anzeigen muss zur genannten effektiven Größe an jeder Außenkante ein Beschnitttrand von mindestens 3 mm hinzugefügt werden, der nicht gedruckt wird. Druckvorlagen bitte als Datei im Format TIFF, EPS, JPEG oder PDF übergeben. Die Druckvorlage muss der gewünschten Anzeigengröße entsprechen. Farben müssen im CMYK-Modus definiert sein. Sonderfarben bedürfen der Absprache. Anzeigen, die in CorelDraw erstellt wurden, bitte als EPS exportieren und die Option „Schrift in Kurven umwandeln“ aktivieren.



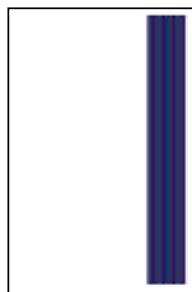
1/1



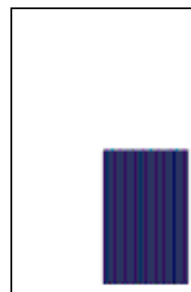
1/2 hoch



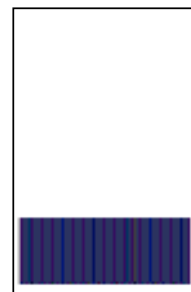
1/2 quer



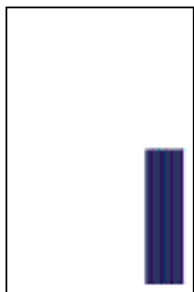
1/4 hoch



1/4 2-spaltig



1/4 quer



1/8 hoch



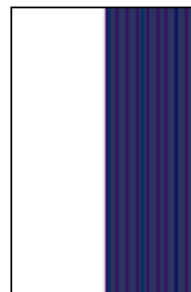
1/8 2-spaltig



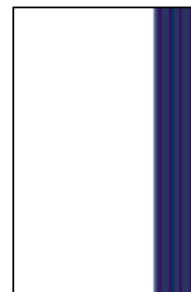
1/8 quer



1/1
randabfallend



1/2 hoch
randabfallend



1/4 hoch
randabfallend

Termine und Themen 2009

d-pixx 1/2009 [Februar/März]

Anzeigenschluss / DU 26. Januar / 30. Januar
EVT: 16. Februar

d-pixx 2/2009 [April/Mai]

Anzeigenschluss / DU 9. März / 13. März
EVT: 30. März

d-pixx 3/2009 [Juni/Juli]

Anzeigenschluss / DU 18. Mai / 22. Mai
EVT: 8. Juni

d-pixx 4/2009 [August/September]

Anzeigenschluss / DU 6. Juli / 10. Juli
EVT: 27. Juli

d-pixx 5/2009 [Oktober/November]

Anzeigenschluss / DU 7. September / 11. September
EVT: 28. September

d-pixx 6/2009 [Dezember/Januar]

Anzeigenschluss / DU 2. November / 6. November
EVT: 23. November

- **Thema** Panoramafotografie und was man dafür braucht
- Hard- und Software für das Speichern und Archivieren

- **Thema** Landschaftsfotografie und was man dafür braucht
- **Messen** PMA 2009 / CeBIT 2009
- Ausstattungs-Spezialitäten in der Praxis

- **Thema** Reisefotografie und was man dafür braucht
- Bilder im Internet

- **Thema** Tierfotografie und was man dafür braucht
- Bilder digital präsentieren (Beamer, Rahmen)

- **Thema** Porträtfotografie und was man dafür braucht
- Arbeitsplätze für Bildbearbeitung (von einfach bis luxuriös)

- **Thema** Das Ministudio zu Hause und was man dafür braucht
- Alles für den Gabentisch

Zusätzlich zu den genannten Themen werden in jeder Ausgabe der **d-pixx** aktuelle Produkte rund ums Digital Imaging von der Aufnahme (z. B. Kameras, Objektive, Zubehör, Scanner) über die Bearbeitung und Archivierung (z. B. Computer, Monitore, Software) bis zur Präsentation (z. B. Drucker, Internet-Bilderdienste, Beamer, TV-Geräte) als Neuheiten oder in Praxistests vorgestellt!



Daten

Auflage Die Druckauflage der **d-pixx** beträgt 28. bis 32.000 Exemplare. Davon werden ca. 15. - 16.000 Hefte verkauft, es gibt über 1200 Abonnenten (Tendenz: beständig steigend).

Verteilung Die Verteilung erfolgt über alle Bahnhofs- und Flughafenbuchhandlungen sowie zahlreiche andere Verkaufsstellen (Zeitschriftenhandel, Zeitschriftenabteilungen der Kaufhäuser, Tankstellen, Kioske usw.) und wird in enger Zusammenarbeit mit dem Vertrieb (MZV) ständig weiter optimiert.

Erscheinungsweise 2009 erscheinen sechs Ausgaben der **d-pixx** in etwa achtwöchigem Abstand.

Umfang, Format, Verarbeitung d-pixx hat ab Ausgabe 1/2009 einen Umfang von 96 Seiten! Das Heftformat beträgt 210 x 297 mm (A4), der Satzspiegel ist 185 x 270 mm groß (B x H). **d-pixx** wird durchgehend vierfarbig gedruckt. Die Heftung erfolgt mit zwei Klammern.

d-pixx digitalfotografie in der praxis

Herbert Kaspar Verlagsbüro

Kirchgrundsiedlung 17

97762 Hammelburg

Telefon 09732/5826

Telefax 09732/5862

E-Mail hk@d-pixx.de

Homepage www.d-pixx.de

Bank Schilling Hammelburg

BLZ 790 320 38

Konto 0038776043

BIC BSHADE71

IBAN DE 54 7903 2038 0038 7760 43

Steuer-Nr. 205/234/90029

USt-IdNr. DE132138833

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen

1 „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen, Beilagen oder Beihefter eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

2 Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die AGB des Herbert Kaspar Verlagsbüros. Abweichende Bedingungen des Auftraggebers finden auch dann keine Anwendung, wenn der Verlag ihnen im Einzelfall nicht widerspricht.

3 Es gelten die in der zum Zeitpunkt der Auftragserteilung jeweils gültigen Anzeigenpreisliste genannten Preise. Mit Erscheinen einer neuen Preisliste verliert die vorherige ihre Gültigkeit.

4 Unabhängig davon, ob der Auftragsauftrag schriftlich (per Brief, per Fax, per E-Mail) oder mündlich erteilt und/oder bestätigt wird, liegen immer diese AGB zugrunde.

5 Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Das Herbert Kaspar Verlagsbüro ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

6 Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftrags bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen Vereinbarung.

7 Kündigungen von Werbeaufträgen müssen schriftlich erfolgen. Stornierungen von Anzeigenaufträgen oder Teilen davon sind bis zum jeweiligen Anzeigenschlusstermin möglich.

8 Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der d.pixx veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Herbert Kaspar Verlagsbüro eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag in dieser Weise nicht auszuführen ist.

9 Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Herbert Kaspar Verlagsbüro mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

10 Das Herbert Kaspar Verlagsbüro behält sich vor, Auftragsaufträge abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder wenn deren Veröffentlichung für das Herbert Kaspar Verlagsbüro unzumutbar ist.

11 Beilagen- und Beihefteraufträge sind für das Herbert Kaspar Verlagsbüro erst nach Vorlage eines Modells des Werbemittels 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.

12 Für die rechtzeitige, fracht- und spesenfreie Lieferung des Anzeigentextes, einwandfreier Druckunterlagen, Beilagen oder Beihefter nach den Vorgaben der jeweils gültigen Mediadaten ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert das Herbert Kaspar Verlagsbüro unverzüglich Ersatz an.

13 Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der von ihm zur Verfügung gestellten Unterlagen und Daten und stellt das Herbert Kaspar Verlagsbüro im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei.

14 Der Auftraggeber hat bei Veröffentlichung einer fehlerhaften Wiederholungsanzeige keine Ansprüche an das Herbert Kaspar Verlagsbüro, wenn der Auftraggeber nicht rechtzeitig zum Anzeigenschlusstermin der nächsten Ausgabe auf den Fehler hingewiesen hat.

15 Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständ-

gem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Eine weitergehende Haftung des Herbert Kaspar Verlagsbüros ist ausgeschlossen. Reklamationen müssen innerhalb von vier Wochen nach Erscheinen geltend gemacht werden.

16 Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und auf Kosten des Auftraggebers geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Wenn die Probeabzüge nicht innerhalb der vereinbarten Frist beim Verlag eintreffen, gilt die Druckgenehmigung als erteilt.

17 Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die das Herbert Kaspar Verlagsbüro 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 Herbert Kaspar Verlagsbüro zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Herbert Kaspar Verlagsbüros beruht.

18 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.

19 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 ohne dass dadurch ein Ersatzanspruch des Auftraggebers entsteht. 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 offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

20 Das Herbert Kaspar Verlagsbüro liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg.

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

22 Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn sie mehr als 20 Prozent der zugesicherten Auflage 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 hätte zurücktreten können.

23 Druckvorlagen werden nur auf besondere Anforderung und gegen Berechnung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

24 Sollten einzelne Teile dieser AGB unwirksam sein, bleibt die Wirksamkeit der übrigen Teile davon unberührt. An die Stelle der unwirksamen Bestimmungen tritt eine Ersatzregelung, die dem mit der unwirksamen Bestimmung angestrebten Zweck möglichst nahe kommt.

27 Erfüllungsort / Gerichtsstand. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Sitz des Herbert Kaspar Verlagsbüros. Es gilt deutsches Recht.