

Arab Traveler Magazin

MAGAZINE FOR THE ARABIAN FRIENDS OF BAVARIA

MEDIADATEN 2026

1 Über Arab Traveler und Kontakt

- 1.1 Impressionen Magazin
- 1.2 Allgemeine Information
- 1.3 Marketing Informationen
- 1.4 Tourismusstatistik
- 1.5 Kunden

2. Beispiele

Werbemöglichkeiten

- 2.1 Beispielhafte Anzeigen
- 2.2 Beispielhafte Redaktion
- 2.3 Beispielhafte Titel

3. Media

- 3.1 Anzeigen Formate und Preise
- 3.2 Allgemeine Geschäftsbedingungen

4. Referenzen

- 4.1 Flughafen München
- 4.1 Bill Medical
- 4.1 Pullman Hotels
- 4.2 Juwelier Christ
- 4.2 Ingolstadt Village
- 4.2 Intertrade

Buchen Sie im Arab Traveler!

Sie erreichen:

- ... die kaufstärkste Zielgruppe
- ... weil wir für Premium stehen
- ... arabtravelermagazine.com
- ... arabtravelermagazine 

Arab Traveler Magazin

Media Performance GmbH

Siegesstrasse 15

80802 München

Tel. 089-30 669 222

anzeigen@arabtraveler.de



1. Über Arab Traveler und Kontakt

- 1.1 Impressionen Magazin
- 1.2 Allgemeine Information
- 1.3 Marketing Informationen
- 1.4 Tourismusstatistik
- 1.5 Kunden

2. Beispiele

Werbemöglichkeiten

- 2.1 Beispielhafte Anzeigen
- 2.2 Beispielhafte Redaktion
- 2.3 Beispielhafte Titel

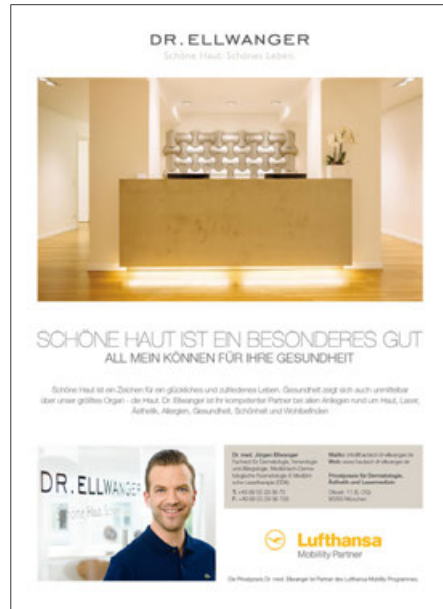
3. Media

- 3.1 Anzeigen Formate und Preise
- 3.2 Allgemeine Geschäftsbedingungen

4. Referenzen

- 4.1 Flughafen München
- 4.1 Bill Medical
- 4.1 Pullman Hotels
- 4.2 Juwelier Christ
- 4.2 Ingolstadt Village
- 4.2 Intertrade

1.1 Impressionen Magazin



1 Über Arab Traveler und Kontakt

- 1.1 Impressionen Magazin
- 1.2 Allgemeine Information
- 1.3 Marketing Informationen
- 1.4 Tourismusstatistik
- 1.5 Kunden

2. Beispiele

Werbemöglichkeiten

- 2.1 Beispielhafte Anzeigen
- 2.2 Beispielhafte Redaktion
- 2.3 Beispielhafte Titel

3. Media

- 3.1 Anzeigen Formate und Preise
- 3.2 Allgemeine Geschäftsbedingungen

4. Referenzen

- 4.1 Flughafen München
- 4.1 Bill Medical
- 4.1 Pullman Hotels
- 4.2 Juwelier Christ
- 4.2 Ingolstadt Village
- 4.2 Intertrade

1.2 Allgemeine Information

München und Bayern ist ein begehrtes Ziel für Touristen aus den arabischen Ländern. Gewinnen Sie diese exklusive Klientel für sich.

LUXUSGÜTER SIND GEFRAGT

Die Touristen aus arabischen Ländern lieben Glamour, Statussymbole, teure Marken. Luxusshopping spielt neben dem gesundheitlichen Aspekt die größte Rolle. Beliebt sind Produkte, die Opulenz und Geld ausstrahlen. Gekauft wird Markenkleidung, Schmuck, Uhren, Handtaschen, Gläser, exklusive Beautyprodukte wie Parfums und teure Kosmetik. Die Männer nehmen gerne mal ein neues Auto mit nach Hause. Für den Handel sind sie die besten Kunden überhaupt: Bis zu 1.000 Euro gibt jeder von ihnen pro Tag aus während es bei einem durchschnittlichen Hotelgast nur 190 Euro sind.

ARAB TRAVELER MAGAZIN

bietet Edelboutiquen, Luxusautomobilen, High-Technology, Schmuck- und Uhrenherstellern, Immobilienunternehmen, Interieurdesignern, edlen Glas- und Porzellanmanufakturen, feinen Kinderboutiquen und hochwertigster Kosmetik das perfekte Umfeld, eine der kaufkräftigsten Zielgruppen punktgenau anzusprechen.

GLAMOURFAKTOR HOCH

Um noch mehr Aufmerksamkeit zu erzielen wird der Titel in einem speziellen und neuartigen Verfahren zusätzlich mit einem hochglänzenden Effekt beschichtet. Je nach Lichteinfall schillert und glänzt das Magazin.

Presseveröffentlichungen oder Anzeigen sind im Arab Traveler ideal platziert, denn das Magazin erscheint in arabischer Sprache und spricht somit seine Leser direkt an! Das Arab Traveler Magazin ist die No.1 unter den Magazinen dieser Art.

Gerne informieren wir Sie detailliert darüber, wie Sie sich in unserem Magazin gegenüber dieser Premium-Zielgruppe optimal präsentieren können. Und freuen Sie sich auf zahlreiche enorm kaufbegeisterte und konsumfreudige Kunden.

Das Arab Traveler Magazin wird Ihnen in dieser eBroschüre vorgestellt, mit Beispielen und allen relevanten Informationen.

Klicken Sie sich durch das PDF mit Hilfe der Inhaltsnavigation oben.

München – ein Shopping-Märchen

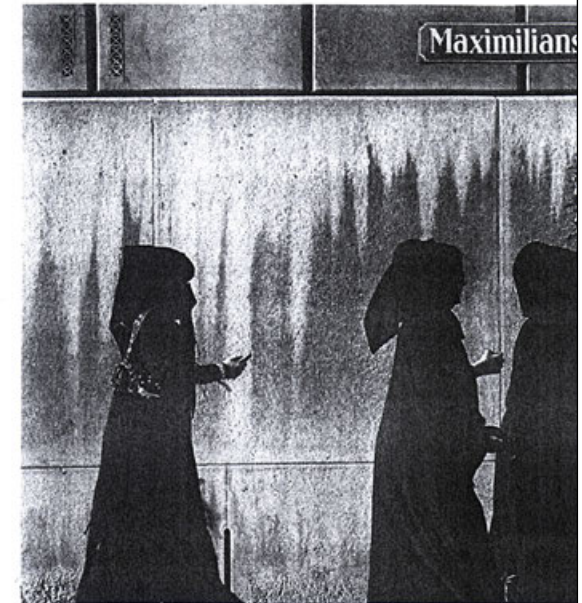
Gäste aus den Emiraten bescheren Hotels und Luxusläden reiche Gewinne

Von Anne Goebel

Der Arab traveller schaut mit anderen Augen auf München, und wer das Magazin durchblättert, bekommt einen ganz neuen Blick auf die Stadt. Foto-strecken von aufpolierten Einkaufsmeilen wie den Fünf Höfen oder der Maximilianstraße, ausgewählte Objekte eines Grünwalder Immobilienhändlers neben Annoncen für Juwelen und Luxuskarossen sowie diskreten Tipps eines Apothekers für die Anwendung von Mittelchen wie Viagra oder Evaviril. *Munich* als schöne bunte Shoppingwelt, die jeden Wunsch erfüllt wie eine Märchenfee: So inszeniert das viermal jährlich erscheinende Magazin für seine Leser, die „Arabian friends of Bavaria“, ihr europäisches Lieblingsziel. Neben London und Paris wird keine andere Stadt so häufig und so lang von Touristen aus den Golfstaaten besucht wie München. Im Hochsommer ist Hochsaison für die orientalischen Clans, und wenn sie mit dem heute beginnenden Ramadan langsam in ihre Heimatländer zurückreisen, dürften sie den Geschäftsleuten und Hoteliers auch dieses Jahr ziemlich viel Geld in die Kassen gespült haben.

„Die Anzahl arabischer Gäste hat sich über Jahre rasant entwickelt“, bilanziert Fremdenverkehrschefin Gabriele Weishäupl. Zwischen 1999 und 2009 stiegen die Übernachtungen um satte 312 Prozent. Weishäupl findet das „ziemlich beachtlich“ und hat für das vergangene Jahr 270 000 Übernachtungen verbucht. 2010 dürften es wieder mehr werden, die Tendenz bei den München-Urlaubern aus den Emiraten steigt weiter. Man rechnet mit einem Plus von 30 Prozent. Um das lukrative Faible der meist betuchten Orientalen optimal zu nutzen, ließ Weishäupl vor fünf Jahren die erste Auslandsvertretung einer deutschen Stadt in Dubai eröffnen.

Die lokalen Kontakte zahlen sich aus, abgesehen von den Reizen, die München in den Augen der weitgereisten Gäste besonders attraktiv machen. Neben den Sehenswürdigkeiten vermitteln die vom Großstädtischen Berlin oder Hamburg aus ja gern belächelte adrette Sauberkeit und die überschaubaren Dimensionen offenbar ein angenehmes Gefühl der Sicherheit – mit dem man sich in aller Ruhe



Verschleierte Besucher aus arabischen Staaten gehören im Sommer zum Mü

zum Einkaufen aufmachen kann. „Shopping in Munich“ steht hoch im Kurs bei den Clans, die mit ihren schwarz verhüllten Frauen, tütenbepackten Kindernädchen zum sommerlichen Stadtbild gehören. Die Luxusläden an den einschlägigen Meilen assistieren der kaufkräftigen Kundschaft mit sprachkundigen Mitarbeitern oder „Personal Shoppern“.

Rund 550, auch bis zu 1000 Euro am Tag geben die arabischen Gäste in München aus. Der Durchschnittssatz bei anderen Touristen liegt bei 190 Euro. Das selbe Bild bei der Aufenthaltsdauer: Sie beträgt im Schnitt zwei Tage, bei Gästen aus den Golfstaaten vier. Was wiederum am boomenden „Medical tourism“ liegt, am guten Ruf der Münchner Ärzte bei arabischen Patienten. Die zuweilen recht marktschreierisch wirkenden Praxis-

und Klinikanzeigen im Arab traveller lassen ahnen, welche Geschäfte da zu machen sind. Das Tourismusamt bietet eine Health guide genannte Broschüre an.

Gabriele Weishäupl ist verständlicherweise angetan von der „Weltläufigkeit“, mit der sich die Münchner Geschäftswelt den arabischen Gästen öffnet. Im Hotel Mandarin Oriental beispielsweise lassen sich mehrere Zimmer zu Wohntagen für Clans umfunktionieren. Ein Pfeil an jeder Zimmerdecke, sagt Marketingchef Lorenz Karl, zeigt die Richtung nach Mekka an, und das Prayer set mit Koran, Gebetsteppich und Kompass ist selbstverständlich. Eine Spezialität für die orientalischen Gäste bleibe ihm aber ein Rätsel. Sein Haus habe 20 Sorten Datteln im Angebot. „Ich kann“, sagt Karl, „da einfach keinen Unterschied schmecken.“

* Quelle Süddeutsche Zeitung

1 Über Arab Traveler und Kontakt

- 1.1 Impressionen Magazin
- 1.2 Allgemeine Information
- 1.3 Marketing Informationen
- 1.4 Tourismusstatistik
- 1.5 Kunden

2. Beispiele

Werbemöglichkeiten

- 2.1 Beispielhafte Anzeigen
- 2.2 Beispielhafte Redaktion
- 2.3 Beispielhafte Titel

3. Media

- 3.1 Anzeigen Formate und Preise
- 3.2 Allgemeine Geschäftsbedingungen

4. Referenzen

- 4.1 Flughafen München
- 4.1 Bill Medical
- 4.1 Pullman Hotels
- 4.2 Juwelier Christ
- 4.2 Ingolstadt Village
- 4.2 Intertrade

1.3 Marketing Informationen Leserschaftprofil



Die Themen:

- Lifestyle, Luxus und Shopping
- Termine, Veranstaltungen, Events
 - Kultur, Sport, Geschichte
 - Wirtschaft und Business
 - Kinder und Familie
 - Touristische Ziele
 - Gesundheit
 - Tourismus Guide

das Arab Traveler Magazin

ist in Hotels, Spas,
Restaurants, Kliniken,
Botschaften, Cafés, Flughäfen,
u.v.m. für seine Leser kostenlos
zu bekommen

bis zu
10.000
Printauflage*



Instagram Präsenz

ab Sommer 2023
aktiv und wird
stark ausgebaut
arabtravelermagazine

130.000
Leserschaft



42%



58%

VERTEILUNG OHNE STREUVERLUSTE

München hat jährlich extrem viele arabische Gäste und mit ihnen mehr als 500.000 Übernachtungen. Die Gäste reisen überwiegend im Juli und August an. Das Arab Traveler Magazin erscheint jeweils im April jeden Jahres zur Arabian Travel Market. Gedruckte Auflage bis zu 10.000 Exemplare* in arabischer Sprache. Die Magazine werden den ankommenden Touristen beispielsweise

- von den speziellen Shuttlediensten persönlich bei Abholung vom Flughafen überreicht
- in den einzelnen Boarding-Häusern und Privatresidenzen verteilt
- liegen in Luxushotels auf den Zimmern der arabischen Gäste
- liegen in ausgesuchten Geschäften, Botschaften und Konsulaten aus
- Onboard Kuwait Airways
- liegen in Krankenhäusern, Arztpraxen, Apotheken und ausgesuchten Spas aus
- werden verteilt auf relevanten Messen in den Golfstaaten

* die Auflage kann ggf. variieren je nach Anzahl der touristischen Gäste aus den arabischen Golfstaaten

1 Über Arab Traveler und Kontakt

- 1.1 Impressionen Magazin
- 1.2 Allgemeine Information
- 1.3 Marketing Informationen
- 1.4 Tourismusstatistik
- 1.5 Kunden

2. Beispiele

Werbemöglichkeiten

- 2.1 Beispielhafte Anzeigen
- 2.2 Beispielhafte Redaktion
- 2.3 Beispielhafte Titel

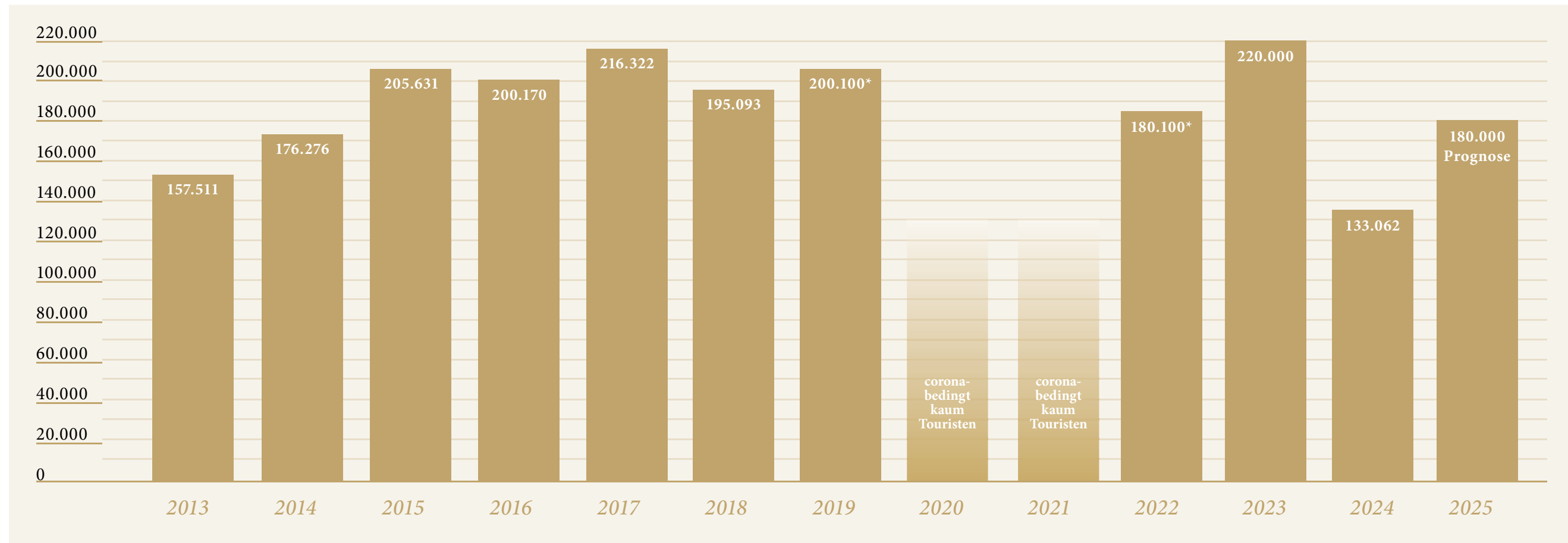
3. Media

- 3.1 Anzeigen Formate und Preise
- 3.2 Allgemeine Geschäftsbedingungen

4. Referenzen

- 4.1 Flughafen München
- 4.1 Bill Medical
- 4.1 Pullman Hotels
- 4.2 Juwelier Christ
- 4.2 Ingolstadt Village
- 4.2 Intertrade

1.4 Tourismusstatistik Gäste bzw. Ankünfte aus den arabischen Golfstaaten in München, seit 2013



* ca, auf Basis der Übernachtungszahlen **voraussichtlich, basierend auf den Erhebungen von München Tourismus bis November.

1Über Arab Traveler und Kontakt

1.1Impressionen Magazin

1.2Allgemeine Information

1.3Marketing Informationen

1.4Tourismusstatistik

1.5Kunden

2Beispiele

Werbemöglichkeiten

2.1Beispielhafte Anzeigen

2.2Beispielhafte Redaktion

2.3Beispielhafte Titel

3Media

3.1Anzeigen Formate und Preise

3.2Allgemeine Geschäftsbedingungen

4Referenzen

4.1Flughafen München

4.1Bill Medical

4.1Pullman Hotels

4.2Juwelier Christ

4.2Ingolstadt Village

4.2Intertrade

1.5 Unsere Kunden *





























































* Beispiele, Liste nicht vollständig

1. Über Arab Traveler und Kontakt

- 1.1 Impressionen Magazin
- 1.2 Allgemeine Information
- 1.3 Marketing Informationen
- 1.4 Tourismusstatistik
- 1.5 Kunden

2. Beispiele Werbemöglichkeiten

- 2.1 Beispielhafte Anzeigen
- 2.2 Beispielhafte Redaktion
- 2.3 Beispielhafte Titel

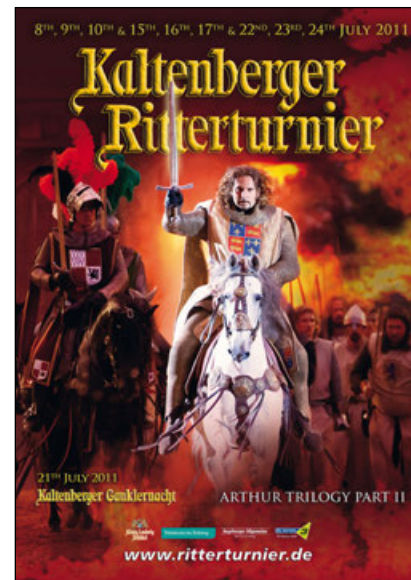
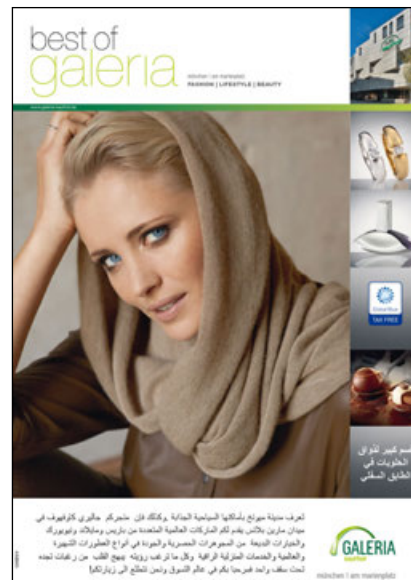
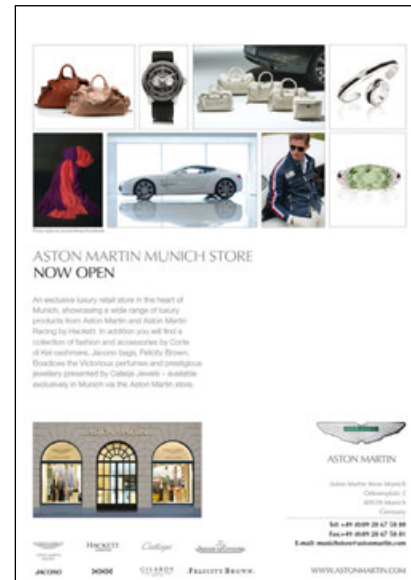
3. Media

- 3.1 Anzeigen Formate und Preise
- 3.2 Allgemeine Geschäftsbedingungen

4. Referenzen

- 4.1 Flughafen München
- 4.1 Bill Medical
- 4.1 Pullman Hotels
- 4.2 Juwelier Christ
- 4.2 Ingolstadt Village
- 4.2 Intertrade

2.1 Beispielhafte Anzeigen



ARAB TRAVELER
السائح العربي
Magazine for the Arabian Friends of America

1 Über Arab Traveler und Kontakt

- 1.1 Impressionen Magazin
- 1.2 Allgemeine Information
- 1.3 Marketing Informationen
- 1.4 Tourismusstatistik
- 1.5 Kunden

2. Beispiele

Werbemöglichkeiten

- 2.1 Beispielhafte Anzeigen
- 2.2 Beispielhafte Redaktion
- 2.3 Beispielhafte Titel

3. Media

- 3.1 Anzeigen Formate und Preise
- 3.2 Allgemeine Geschäftsbedingungen

4. Referenzen

- 4.1 Flughafen München
- 4.1 Bill Medical
- 4.1 Pullman Hotels
- 4.2 Juwelier Christ
- 4.2 Ingolstadt Village
- 4.2 Intertrade

2.3 Titel Beispiele*



* Auswahl

- 1 Über Arab Traveler und Kontakt**
- 1.1 Impressionen Magazin
 - 1.2 Allgemeine Information
 - 1.3 Marketing Informationen
 - 1.4 Tourismusstatistik
 - 1.5 Kunden

- 2. Beispiele
Werbemöglichkeiten**
- 2.1 Beispielhafte Anzeigen
 - 2.2 Beispielhafte Redaktion
 - 2.3 Beispielhafte Titel

- 3. Media**
- 3.1 Anzeigen Formate und Preise
 - 3.2 Allgemeine Geschäftsbedingungen

- 4. Referenzen**
- 4.1 Flughafen München
 - 4.1 Bill Medical
 - 4.1 Pullman Hotels
 - 4.2 Juwelier Christ
 - 4.2 Ingolstadt Village
 - 4.2 Intertrade

3.1 Media Anzeigen Formate und Preisliste

1 Advertorial Präsentation (PR)
Mit den Advertorial Präsentation bietet Ihnen ARAB TRAVELER die Gelegenheit, Ihr Produkt oder Dienstleistung in einem adäquaten Umfeld zu präsentieren.



Titel 2/1 Seite
2.900,- €
(DS inkl. Titelplatz.)



2/1 Seite
2.900,- €



1/1 Seite
2.160,- €

- Die Seiten werden im Gestaltungsraster des Arab Traveler realisiert und veröffentlicht
- Der Verlag übernimmt die Gestaltung und Übersetzung Ihres Advertorial

2 Individuell gestaltete Anzeigen
Wenn Sie eine Anzeige im eigenen Layout schalten möchten, ist dies natürlich auch möglich. Vorzugsplatzierungen auf Anfrage (Umschlagseiten und Rücktitel)



2/1 Seite (Doppelseite)



1/1 Seite



1/2 Seite

Preise

FORMAT	SATZSPIEGEL-ANZEIGE	ANGESCHNITTENE ANZEIGE	PREIS IN EUR + MWST.
1/1 Seite	180 mm x 267 mm	210 mm x 297 mm	2.160,-
U4 Rückseite	1 1 Seite	210 mm x 297 mm	3.500,-
U3 Innenrückseite	1 1 Seite	210 mm x 297 mm	2.900,-
U2 Innentitel	1 1 Seite	210 mm x 297 mm	3.200,-
2 1 Seite (inkl. Titelplatz.*)	389 mm x 267 mm	420 mm x 297 mm	2.900,-*

Zugaben

* Doppelseite Bundle – die Buchung einer Doppelseite beinhaltet auf Wunsch auch eine Nennung bzw. Platzierung auf dem Titel U1 (die Redaktion entscheidet ggf. in Absprache mit dem Kunden über Größe und Inhalt).

Erscheinungstermine 2026

AUSGABE	MONATE	ERSCHEINUNGSTERMIN	ANZEIGENSCHLUSS/DU*
01 2026 Nr 66	April Mai Juni Juli	21. April 2026	08. April 2026 *
02 2026 Nr 67	Juli Aug. Sept.	30. Juli 2026	21. Juli 2026 *
03 2026 Nr 68	Sept. Okt. Nov.	29. September 2026	17. September 2026 *
04 2026 Nr 69	Dez. Jan. Feb. Mrz. Apr.	12. Dezember 2026	26. November 2026 *

* Advertorial, PR-Artikel: Druckunterlagen 1 Woche vor Anzeigenschluss



1 Über Arab Traveler und Kontakt

- 1.1 Impressionen Magazin
- 1.2 Allgemeine Information
- 1.3 Marketing Informationen
- 1.4 Tourismusstatistik
- 1.5 Kunden

2. Beispiele Werbemöglichkeiten

- 2.1 Beispielhafte Anzeigen
- 2.2 Beispielhafte Redaktion
- 2.3 Beispielhafte Titel

3. Media

- 3.1 Anzeigen Formate und Preise
- 3.2 Allgemeine Geschäftsbedingungen

4. Referenzen

- 4.1 Flughafen München
- 4.1 Bill Medical
- 4.1 Pullman Hotels
- 4.2 Juwelier Christ
- 4.2 Ingolstadt Village
- 4.2 Intertrade

3.2 Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und andere Werbemittel für das Arab Traveler Magazin

1. Geltungsbereich

1.1 Für sämtliche Vereinbarungen mit dem Verlag über Anzeigen und Fremdbeilagen gelten ausschließlich die nachfolgenden Bedingungen. Zwischen dem Verlag (Arab Traveler Magazin) und dem Auftraggeber wird beim ersten Vertragsschluss vereinbart, dass diese Bedingungen auch für sämtliche Folgegeschäfte – auch solche, die mündlich insbesondere telefonisch abgeschlossen werden – gelten. Einkaufs- und sonstige Bedingungen des Auftraggebers gelten nur insoweit, als sie den nachfolgenden Bedingungen nicht widersprechen.

1.2 Diese Bedingungen gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beihefter, technische Sonderausführungen sowie elektronische Werbeformen und andere Werbemittel.

2. Definitionen

2.1 „Anzeigenauftrag“ im Sinn nachfolgender AGB ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über Veröffentlichung einer/mehrerer Anzeigen, elektronischer oder anderer Werbemittel (nachfolgend „Anzeigen“ genannt) von Werbungstreibenden in einer Zeitung/Zeitschrift zum Zweck der Verbreitung.

2.2 Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungstreibenden gemäß der aktuellen, zum Zeitpunkt der Buchung gültigen aktuellen Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweilige Veröffentlichung auf Abruf des Auftraggebers erfolgt.

3. Abrufe, Auftragserteilung

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 eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird.

4. Veröffentlichung, Ablehnungsbefugnis

4.1 Der Verlag behält sich vor, Anzeigen abzulehnen, wenn deren Inhalt/Veröffentlichung

- gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
- vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
- für den Verlag wegen des Inhalts, Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist.

4.2 Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages.

5. Rechte Dritter, Nutzungsrechte

5.1 Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter und den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung frei. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Drit-

ten zu unterstützen.

5.2 Der Auftraggeber überträgt dem Verlag die für die Schaltung der Anzeige nach Maßgabe des Anzeigenauftrags erforderlichen Vervielfältigungs- und Verbreitungsrechte.

6. Probeabzüge, Chiffrewerbung

6.1 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 bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

6.2 Bei Chiffrewerbung wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffrewerbung werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Chiffrewerbung werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet.

7. Druckunterlagen, Auftragsbearbeitung

7.1 Der Auftraggeber ist verpflichtet, die (digitalen) Druckunterlagen ordnungsgemäß und rechtzeitig nach den technischen und terminlichen Vorgaben des Verlags vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Eventuelle Nachbearbeitungen gehen zu Lasten des Auftraggebers. Sollte der Auftraggeber dieser Verpflichtung nicht nachkommen und daher eine Schaltung nicht möglich sein, bleibt die Zahlungsverpflichtung des Auftraggebers hiervon unberührt.

7.2 Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ kenntlich gemacht.

7.3 Die Platzierung der Anzeige wird nach billigem Ermessen und größtmöglicher Berücksichtigung der Interessen des Auftraggebers vorgenommen.

7.4 Der Verlag ist in seiner Entscheidung frei, Anzeigen eines Konkurrenten des Auftraggebers zu veröffentlichen.

7.5 Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Verbreitung der Anzeige.

8. Gewährleistung

8.1 Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in den aktuellen Mediadaten sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.

8.2 Entspricht die Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige zu verweigern, wenn

- diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu

und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Gläubigers steht, oder

- für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre. Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen.

8.3 Die Haftung gem. Ziff. 9 bleibt unberührt.

9. Haftung

9.1 Der Verlag haftet für Schäden des Auftraggebers, die der Verlag, seine gesetzlichen Vertreter, leitenden Angestellten oder Erfüllungsgehilfen vorsätzlich oder grob fahrlässig herbeigeführt haben.

9.2 Unabhängig vom Verschuldensgrad haftet der Verlag für Schäden,

- die dadurch entstanden sind, dass der Verlag, seine gesetzlichen Vertreter, leitenden Angestellten oder Erfüllungsgehilfen, eine Pflicht verletzt haben, die für die Erreichung des Vertragszwecks von wesentlicher Bedeutung ist (Kardinalpflichten),
- wenn Ansprüche aufgrund dieser Schäden aus dem Produkthaftungsgesetz resultieren,
- die auf einem nicht leicht fahrlässigen Organisationsverschulden seitens des Verlags beruhen,
- die aus einer arglistigen Täuschung durch gesetzliche Vertreter, leitende Angestellte oder Erfüllungsgehilfen des Verlags oder durch die Verletzung einer von dem Verlag übernommenen Garantie für die Beschaffenheit der Leistung resultieren ,
- aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit, die auf einer Pflichtverletzung des Verlags oder eines seiner gesetzlichen Vertreter, leitenden Angestellten oder Erfüllungsgehilfen beruhen.

9.3 Der Verlag haftet in voller Höhe für Schäden, die vorsätzlich/grob fahrlässig verursacht wurden. Im Übrigen wird der Schadensersatzanspruch auf den vorhersehbaren, vertragstypischen Schaden begrenzt, im Falle des Verzugs auf 5% des Auftragswerts. Die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt.

9.4 In anderen als den vorgenannten Fällen ist die Haftung des Verlags - unabhängig vom Rechtsgrund - ausgeschlossen.

9.5 Schadenersatzansprüche gegen den Verlag verjähren nach Ablauf von 12 Monaten seit ihrer Entstehung, es sei denn, sie basieren auf einer unerlaubten oder vorsätzlichen Handlung.

9.6 Soweit die Haftung des Verlags ausgeschlossen ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung der Angestellten, Arbeitnehmer, Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen des Verlags.

10. Vergütung

10.1 Sämtliche Preise in der aktuellen Preisliste des Verlags verstehen sich zzgl. Mehrwertsteuer in gesetzlicher Höhe am

Tag der Rechnungstellung.

10.2 Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen.

10.3 Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die aktuelle Preisliste des Verlages zu halten.

10.4 Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss schriftlich innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

10.5 Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungstreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen.

10.6 Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungstreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mehr als 50 Prozent besteht.

10.7 Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber dem Verlag, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass zu erstatten (Rabattnachbelastung). Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen oder anderen Werbemitteln innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.

11. Zahlung

11.1 Die Rechnung ist innerhalb der aus der aktuellen Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der aktuellen Preisliste gewährt.

11.2 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.

11.3 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 Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

12. Abtretung/Aufrechnung

12.1 Die Abtretung der Ansprüche aus dem Anzeigenauf-

trag bzw. Abschluss bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Verlages.

12.2 Der Auftraggeber kann gegenüber Ansprüchen des Verlags nur dann aufrechnen, wenn die Forderung des Auftraggebers unbestritten oder rechtskräftig festgestellt ist.

12.3 Ein Zurückbehaltungsrecht kann nur dann geltend gemacht werden, wenn der Zahlungsanspruch des Verlags und der Gegenanspruch des Auftraggebers auf dem selben Vertragsverhältnis beruhen.

13. Betriebsstörungen

Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und sonstigen Ereignissen, die der Verlag nicht zu vertreten hat - sowohl im Betrieb des Verlags als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient - ist die Haftung für Verzug und Unmöglichkeit ausgeschlossen. In diesen Fällen hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

14. Erfüllungsort, Gerichtsstand

14.1 Erfüllungsort ist der Sitz von Arab Traveler

14.2 Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlags. Soweit Ansprüche des Verlags 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, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz/gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz von Arab Traveler vereinbart.

München, Dezember 2025

1. Über Arab Traveler und Kontakt

- 1.1 Impressionen Magazin
- 1.2 Allgemeine Information
- 1.3 Marketing Informationen
- 1.4 Tourismusstatistik
- 1.5 Kunden

2. Beispiele

Werbemöglichkeiten

- 2.1 Beispielhafte Anzeigen
- 2.2 Beispielhafte Redaktion
- 2.3 Beispielhafte Titel

3. Media

- 3.1 Anzeigen Formate und Preise
- 3.2 Allgemeine Geschäftsbedingungen

4. Referenzen

- 4.1 Flughafen München
- 4.1 Bill Medical
- 4.1 Pullman Hotels
- 4.2 Juwelier Christ
- 4.2 Ingolstadt Village
- 4.2 Intertrade

4.1 Referenzen



Bill Medical

LUXURY BEAUTY AND WELLNESS CLINIC

Specialized in:

- Aesthetic (Beauty) Face Treatment and Surgery
- Nose Surgery
- Chin Surgery
- Tooth Implantology
- Computer Simulation
- 24 Hours arabic speaking doctor available
- 24 Hours of Service - Luxury Accommodation, Transportation, Leisure, Shopping, Sightseeing

Appointments Phone **+49 931 45 242 13**

Priv.-Doz. Dr. Dr. Josip S. Bill

زورونا على موقعنا الإلكتروني باللغة العربية: www.bill-medical.com/ar

MUNICH | WÜRZBURG | DUBAI | RIYADH | MOSCOW | PEKING

حيث تتزوج إقامتك مع حياتك

بولمان - حديثاً في ميونخ

بدأ فندق بولمان في ميونخ باستقبال ضيوفه والنزلاء في ضاحية شفاينج المحبوبة. وسواء كنت في سباحة أو في زيارة عمل فإن موقع الفندق يشكل نقطة انطلاق مناسبة لتوفر شبكة مواصلات جيدة. وتقوم حالياً بأعمال ترميم شاملة حتى نلبي لزيارتنا الكرام كافة طموحاتهم وتطلعاتهم التي يرتقبون من مستويات بولمان النوعية. ويحدث كل ذلك دونما إزعاج ليلي. تمتعوا بغرفنا الحديثة والجديدة والفسيحة ابتداءً من مايو ٢٠١٢.

Book your reservation at:
Theodor-Dombart-Straße 4 • 80805 München
T. +49 (0)89 3 60 99 66 66 • F. +49 (0)89 3 60 99 66 60
E-Mail: reservation@pullman-munich.com
PULLMANHOTELS.COM • ACCORHOTELS.COM

MORE THAN 60 HOTELS IN 20 COUNTRIES

pullman
HOTELS AND RESORTS
NEW ATTITUDE HOTELS BY ACCOR

Foto: Iga Hoping

1. Über Arab Traveler und Kontakt

- 1.1 Impressionen Magazin
- 1.2 Allgemeine Information
- 1.3 Marketing Informationen
- 1.4 Tourismusstatistik
- 1.5 Kunden

2. Beispiele

Werbemöglichkeiten

- 2.1 Beispielhafte Anzeigen
- 2.2 Beispielhafte Redaktion
- 2.3 Beispielhafte Titel

3. Media

- 3.1 Anzeigen Formate und Preise
- 3.2 Allgemeine Geschäftsbedingungen

4. Referenzen

- 4.1 Flughafen München
- 4.1 Bill Medical
- 4.1 Pullman Hotels
- 4.2 Juwelier Christ
- 4.2 Ingolstadt Village
- 4.2 Intertrade

4.2 Referenzen



CHRIST
MOMENTE DES GLÜCKS SEIT 1863

ألماس بتجربة جديدة
سوليتير • نمط • كلاسيك • تراث

CHRIST DIAMONDS

كريست للمجوهرات وصناعة الساعات في مدينة ميونخ
Kaufingerstraße 5 • Kaufingerstraße 26 • 2x Olympia-Einkaufszentrum
Neuhauser Straße 35 • Pasing Arcaden • بايشت شتلوس
2x pep Einkaufs-Center Perlach (Neuperlach) • Riem Arcaden • Weinstraße 6



CHIC OUTLET SHOPPING®
Ingolstadt Village

أكثر من ١١٠ متجرًا يعرضون بضائعهم على مدار السنة
بأسعار مخفضة تصل إلى ٦٠٪ DESIGUAL, ESCADA, FURLA, LACOSTE, TUMI
استعلامات سياحية، مواقف سيارات مجانية، إعفاء من ضريبة المبيعات إذا تجاوزت المشتريات ٢٥ يورو

رمز الترويج: COSSE0152 تذكرتان في تذكرة للتسوق السريع بالباص من الاثنين إلى السبت
والحجز على الموقع الإلكتروني www.Coach.IngolstadtVillage.com
خدمة اللوموزين فقط بـ ٩٩ يورو: من ميونخ وإلى قرية إتجول شتات ذهابًا وإيابًا بما فيها ٣ ساعات للتسوق.
هذا العرض سار لغاية ٣١ ديسمبر ٢٠١١. للحجز الرجاء الاتصال بالهاتف 323 24 516 176 (0) 49 +
رمز الترويج: Arab Traveler

INGOLSTADT VILLAGE
CHIC OUTLET SHOPPING®

www.IngolstadtVillage.com

A9 München - Nürnberg, Ausfahrt 61 (Ingolstadt-Ost)
Mo bis Sa 10.00 - 20.00 +49 (0)841 88 63 100

Discover the 9 Chic Outlet Shopping® Villages in Europe - ChicOutletShopping.com
LONDON, DUBLIN, PARIS, MADRID, BARCELONA, MILAN/BOLOGNA
BRUSSELS/ANTWERP/COLOGNE, FRANKFURT, MUNICH

CHIC OUTLET SHOPPING®
© Ingolstadt Village 2011 08/11



IMMORTELE MARILYN
NEZ À NEZ
PARIS

100 ml - 3.4 fl.oz