

Anzeigenpreisliste Nr. 39  
gültig ab Folge 1/2010

# Media-Daten 2010



**Max Eyth-Verlag**

Eschborner Landstr. 122  
60489 Frankfurt/Main  
[www.dlg-mitteilungen.de](http://www.dlg-mitteilungen.de)

### Fachinformationen für Entscheider

Die DLG-Mitteilungen stehen für ein Mehr an Informationen und den Blick über den Tellerrand. Hier finden Landwirte umfassende und gründlich recherchierte Beiträge für die tägliche Arbeit, für Investitionen und langfristige strategische Planungen. Als Agrar-Unternehmer und Entscheider aus Praxis und Beratung haben sie einen großen Bedarf an erstklassigen Fachinformationen. Sie sind gut ausgebildet, bewirtschaften große Betriebe und investieren in zukunftsweisende Technik. Das zeigen auch die Ergebnisse der agriMA 2009 (s. Seite 7).

#### Redaktionelle Sonderteile in den DLG-Mitteilungen:

- PSP – Pflanzenschutz-Praxis (6x/Jahr)
- Saatgut-Magazin (2x/Jahr)
- Betriebszweig Energie (2x/Jahr)
- MSP - Mulchsaat-Praxis (2x/Jahr)
- Dünger-Praxis (2x/Jahr)

#### Im monatlichen Wechsel:

- Management Milch (6x/Jahr)
- Management Schwein (6x/Jahr)

### Terminplan 2010

Nr.	Monat	Erscheinungstermin (Postauflieferung)	Anzeigenschlusstermin	Druckunterlagen- schlussstermin	Schwerpunktt Themen
1	Jan.	17.12.2009	26.11.2009	04.12.2009	Pflanzenschutz-Praxis & Saatgut-Magazin *
2	Feb.	28.01.2010	07.01.2010	15.01.2010	Pflanzenschutz-Praxis
3	März	25.02.2010	04.02.2010	12.02.2010	Pflanzenschutz-Praxis
4	April	25.03.2010	04.03.2010	12.03.2010	Pflanzenschutz-Praxis
5	Mai	29.04.2010	08.04.2010	16.04.2010	Betriebszweig Energie & Dünger-Praxis
6	Juni	27.05.2010	04.05.2010	12.05.2010	DLG-Feldtage
7	Juli	24.06.2010	02.06.2010	11.06.2010	Saatgut-Magazin * & Mulchsaat-Praxis
8	Aug.	29.07.2010	08.07.2010	16.07.2010	Pflanzenschutz-Praxis
9	Sept.	26.08.2010	05.08.2010	13.08.2010	Pflanzenschutz-Praxis
10	Okt.	23.09.2010	02.09.2010	10.09.2010	Betriebszweig Energie
11	Nov.	28.10.2010	07.10.2010	15.10.2010	EuroTier & Mulchsaat-Praxis
12	Dez.	25.11.2010	28.10.2010	05.11.2010	Dünger-Praxis



Erscheinungsort: 48165 Münster  
Durchschnittlich verbreitete Auflage  
im 2. Quartal 2009: 20.219 Expl.

\*abweichende Anzeigenschlusstermine  
Information: Susanne Höggemann  
E-Mail: hoeggemann@lv-h.de

## Anzeigenformate und Preise

**Zeitschriftenformat:** 210 x 297 mm (B x H) **Satzspiegel:** 190 x 270 mm (B x H) **Spalten:** 4/46 mm breit

Format	Spalten	Breite x Höhe in mm	Grundpreis s/w Brutto in Euro	2c/3c Euroskala in Euro	4c Euroskala in Euro
1/1 Seite	4	190 x 270	3.680	4.784	6.072
3/4 Seite	4	190 x 200	2.760	3.720	4.824
	3	142 x 270			
2/3 Seite	4	190 x 178	2.454	3.312	4.294
	3	125 x 270			
1/2 Seite	4	190 x 133	1.840	2.480	3.216
	2	94 x 270			
1/3 Seite	4	190 x 88	1.227	1.656	2.147
	1	61 x 270			
1/4 Seite	4	190 x 66	920	1.240	1.608
	2	94 x 133			
	1	46 x 270			
1/8 Seite	4	190 x 32	460	620	804
	2	94 x 66			
	1	46 x 133			
1/16 Seite	2	94 x 32	230	310	402
	1	46 x 66			
1/32 Seite	1	46 x 32	115	155	201

Alle Preise in € zzgl. ges. MwSt. Es gelten die AGB für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften.

### Ermäßigte Preise

Stellenangebote:

€ 2,60 je 46-mm-Zeile + MwSt.

Immobilien:

€ 2,60 je 46-mm-Zeile + MwSt.

Stellengesuche:

€ 1,70 inkl. MwSt.

Chiffregebühr:

€ 8,50 inkl. MwSt.

(Rubrikanzeigen sind nicht rabattfähig.)

**Nachlässe** bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten:

### Mengenstaffel

1/2 Seite	3 %
1/1 Seite	5 %
3 Seiten	10 %
6 Seiten	15 %
9 Seiten	20 %
12 Seiten	22 %

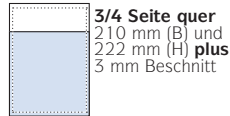
### Malstaffel

3 Anzeigen	3 %
6 Anzeigen	5 %
9 Anzeigen	7 %
12 Anzeigen	10 %
18 Anzeigen	15 %
24 Anzeigen	20 %

## Anschnittformate/Verlagsangaben

**Anschnitt/Bunddurchdruck:** Heftformat plus 3 mm Beschnittzugabe je Anschnittkante. Der Anschnitt kann je nach Heftstärke bis zu 3 mm vom Heftformat abweichen.

### Anzeigenformate mit Anschnitt:



### Herausgeber:

Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft (DLG),  
Frankfurt/Main

### Verlag:

Max Eyth-Verlagsgesellschaft mbH,  
Frankfurt/Main

### Geschäftsführer:

Reinhard Geissel  
Telefon: 0 25 01/8 01-2 57,  
Fax: 0 25 01/8 01-3 21  
E-: geissel@lv-h.de

### Redaktion:

DLG-Mitteilungen  
Dipl.-Ing. agr. Thomas Preuße (verantwortw.)  
Eschborner Landstraße 122,  
60489 Frankfurt/Main  
Telefon: 0 69/2 47 88-4 60,  
Fax: 0 69/2 47 88-4 81  
E-: dl原因-mitteilungen@dlg.org  
Internet: www.dlg-mitteilungen.de

### Verkaufsleitung Anzeigen:

Gabriele Wittkowski  
Telefon: 0 25 01/8 01-1 70,  
Fax: 0 25 01/8 01-3 27  
E-: wittkowski@lv-h.de

### Objektleiter/Anzeigen:

Reinhard Geissel  
Hülsebrockstr. 2-8, 48165 Münster  
Telefon: 0 25 01/8 01-2 57,  
Fax: 0 25 01/8 01-3 21  
E-: geissel@lv-h.de

### Anzeigenmarketing

Susanne Höggemann  
Telefon: 0 25 01/8 01-1 96, Fax: -3 21  
E-: hoeggemann@lv-h.de

### Anzeigendisposition:

Christiane Pennekamp  
Telefon: 0 25 01/8 01-3 36, Fax: -3 21  
E-: pennekamp@lv-h.de

**Zeitschriftenformat:** 210 x 297 mm

**Druckverfahren:** Rollenoffset, 70er Raster

**Verarbeitung:** Rückendrahtheftung

**Datenübermittlung:** per CD-ROM, per ISDN  
**02501/9881230**, (Leonardo Pro),  
E-: pennekamp@lv-h.de, FTP-Übermittlung  
auf Anfrage.

**Dateiformate:** Druckoptimiertes PDF nach  
PDF/X-1a. Bei EPS bitte Schriften vektorisieren.  
Offene Dateien nur auf Anfrage möglich  
in den Programmen InDesign, QuarkXPress,  
FreeHand, Illustrator, Photoshop. 4-Farbbilder  
mit 300 dpi im Composite-Modus (CMYK).

**Druckunterlagen/Proofs:** Proofs nach ISO  
coated\_v2 unbedingt erforderlich. Ohne  
Druckunterlagen wird keine Garantie für  
Druckqualität und Richtigkeit des Anzeigenmoti-  
vums übernommen. Sie müssen vor Druckbeginn  
mit Angabe des Ansprechpartners dem Verlag  
vorliegen. Reklamationsansprüche sind bei feh-  
lenden Unterlagen ausgeschlossen. Zusätzliche  
Layout- und Bildbearbeitungskosten werden in  
Rechnung gestellt.

## Technische Daten, Verbreitungsanalyse

**Farbanzeigenproduktion:** Alle Farben werden aus der Euroscala erzielt. Keine Sonderfarben wie HKS oder Pantone möglich. Farben, die nicht im CMYK-Modus aufgebaut sind, werden automatisierend nach ISOcoated\_v2 in CMYK umgewandelt. Hierbei kann es zu kleinen Farbabweichungen kommen. Reklamationsansprüche sind hierbei ausgeschlossen. Gedruckt wird nach dem Fogra-Medienstandard. Farbabweichungen im Toleranzbereich sind technisch bedingt und liegen innerhalb des Fogra-ISO-Standards.

**Zahlungsbedingungen:** Bei Vorauszahlung und Bankeinzug 3 % Skonto, 14 Tage ab Rechnungsdatum 2 % Skonto, 30 Tage ab Rechnungsdatum netto. Bei Beilagen Skonto nur vom reinen Beilagenpreis.  
USt.-IdNr.: DE 114 185 891

**Bankverbindung:** Volksbank Münster eG, BLZ 401 600 50, Kto.-Nr. 1 001 649 500

**Einhefter:** Einhefter sind in der Heftmitte möglich. Vor Auftragsannahme ist dem Verlag ein verbindliches Muster vorzulegen. Einhefter dürfen nur das Verkaufsprogramm eines Werbungtreibenden beinhalten. Rohformat gefalzt auf 213 / 222 x 306 mm (6 mm Kopfbeschnitt sind inkl.). Der Anschnitt kann je nach Heftstärke bis zu 3 mm vom Heftformat abweichen.

### Einhefter:

Preise:

4-seitiger Einhefter .....	€ 6.353
6-seitiger Einhefter .....	€ 9.524
8-seitiger Einhefter .....	€ 12.706

### Beilagen:

Format:

bis höchstens 205 mm breit und 290 mm hoch	
Gewicht	pro Tausend €
bis 25g	€ 229,00

Bei höheren Gewichten Preise auf Anfrage.

Vor Auftragsannahme ist dem Verlag ein verbindliches Muster vorzulegen. Beilagen dürfen nur das Verkaufsprogramm eines Werbungtreibenden beinhalten.

### Beikleber:

Postkarte: .....	pro Tausend € 127,00
Warenmuster/CD-ROM: .....	pro Tausend € 164,00

Papiergewicht der Karte: mind. 150 g/m<sup>2</sup>,  
Stand: mind. 4 cm vom Bund entfernt.

Aufgeklebte Postkarten, Warenmuster und CD-ROMs auf Anzeigen sind möglich. Vor Auftragsannahme ist dem Verlag ein verbindliches Muster vorzulegen.

Einhefter, Beilagen und Beikleber sind nicht rabattfähig, jedoch provisionsfähig.

### Anlieferung:

Zeitschriftenaufgabe plus 2 % Zuschuss, 10 Tage vor Erscheinen in der Druckerei (Anlieferung porto- und frachtfrei)

### Versandanschrift für Einhefter, Beilagen und Beikleber:

Bonifatius GmbH, Druck-Buch-Verlag  
DLG-Mitteilungen, Ausgabe ...  
Karl-Schurz-Str. 26  
33100 Paderborn

### Auflagen- und Verbreitungsanalyse lt. IVW, 2. Quartal 2009

Druckauflage:	21.050
Verbreitete Auflage:	20.219
Verkaufte Auflage:	18.900
Freistücke und Werbeexemplare:	1.319
Archiv- und Belegexemplare:	831

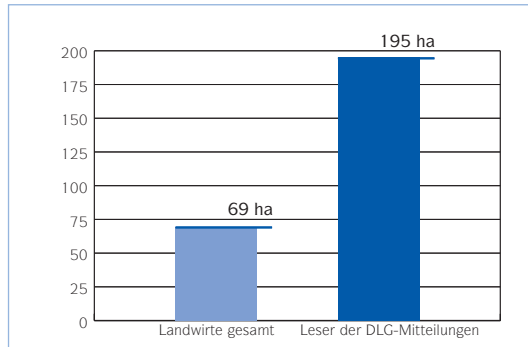
### Aktueller Themenplan:

Susanne Höggemann,  
E-✉: hoeggemann@iv-h.de

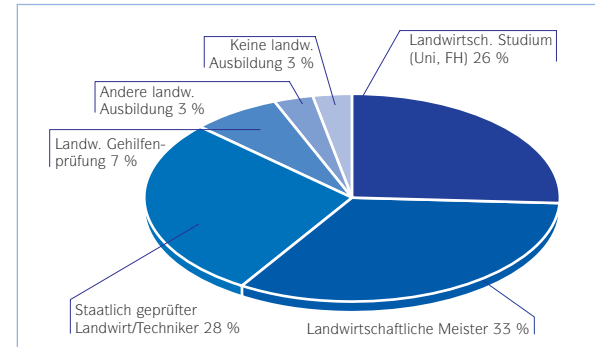
### www.dlg-mitteilungen.de

Tarife für Bannerwerbung auf Anfrage

**Landwirtschaftliche Nutzfläche ohne Wald**

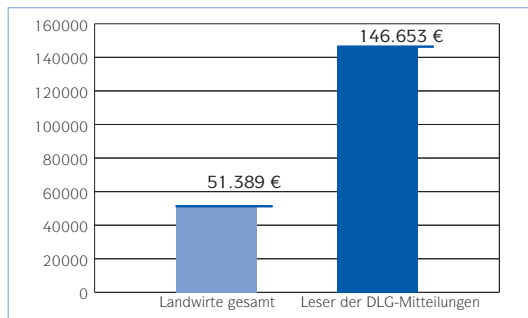


**Landwirtschaftliche Ausbildung**

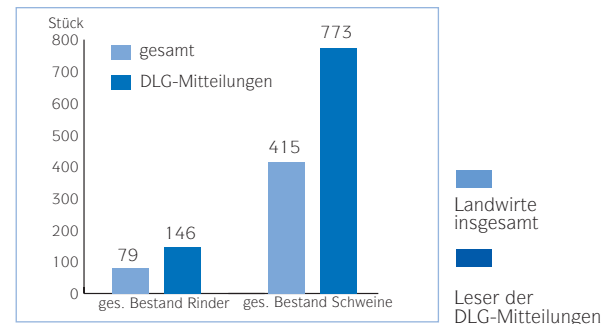


**29% der Betriebe ab 100 ha LN und 43% der Betriebe ab 200 ha LN lesen die DLG-Mitteilungen.**

**Investitionssumme in den nächsten 3 Jahren**



**Durchschnittsbestände Rinder- u. Schweinehaltung**



Die vollständigen Basisdaten senden wir Ihnen gerne zu oder stehen unter [www.dlg-mitteilungen.de](http://www.dlg-mitteilungen.de) zum Download bereit.

Quelle: Produkt+Markt, Basis 277 Tsd. Betriebe (ab 5 ha LF in Westdeutschland, ab 50 ha LF in Ostdeutschland)

## Ihre Mediaberater

	<i>Verlagsbüro Agrar</i>	<i>Mediaberater</i>	<i>Verlagsbüro Special Interest</i>
<b>Nord</b>	<p><b>Ines Käufert</b> im Landwirtschaftsverlag GmbH Hülsebrockstraße 2–8 48165 Münster Tel.: 025 01/8 01-278 Fax: 025 01/8 01-327 E-✉: kaeufert@lv-h.de</p>	<p><b>Henri Schwabe</b> Windscheidstraße 26 a 04277 Leipzig Tel.: 03 41/3 38 33 16 Fax: 03 41/3 38 16 11 E-✉: Henri.Schwabe@t-online.de</p>	<p><b>Frank Gloystein</b> im Landwirtschaftsverlag GmbH Hülsebrockstraße 2–8 48165 Münster Telefon: 025 01/8 01-41 76 Fax: 025 01/8 01-3 27 E-✉: gloystein@lv-h.de</p>
<b>Mitte</b>	<p><b>Ulrich Sprenger</b> Laubornstraße 10 56357 Miehlen Tel.: 0 67 72/96 91 43 Fax: 0 67 72/96 91 45 Handy: 01 62/9 40 76 16 E-✉: sprenger@vb-sprenger.de</p>	<p><b>Dave Ewert</b> Fehrenbracht 7 57413 Finnentrop Tel.: 027 24/7 85 Fax: 027 24/784 E-✉: andea@t-online.de</p>	<p><b>Barbara Häder</b> im Landwirtschaftsverlag GmbH Hülsebrockstraße 2–8 48165 Münster Tel.: 025 01/8 01-37 10 Fax: 025 01/8 01-37 19 E-✉: haeder@lv-h.de</p>
<b>Süd</b>	<p><b>Erwin Bücherl</b> Erich-Stegmann-Weg 7 82041 Oberhaching Tel.: 089/32 42 27 58 Fax: 089/32 42 27 59 E-✉: Erwin.Buecherl@gmx.de</p>	<p><b>Eugen Bruder</b> Am Ziegelacker 18 74199 Untergruppenbach Tel.: 071 30/86 18 Handy: 01 71/7 17 70 89 Fax: 071 30/93 81 E-✉: eugen.bruder@t-online.de</p>	<p><b>Reiner Richter</b> Schloßgasse 3 71272 Renningen Tel.: 071 59/4 05 97 65 Handy: 01 51/12 52 41 66 Fax: 071 59/4 05 97 64 E-✉: reiner.richter@lv-h.de</p>
<b>Ausland</b>	<p><b>Niederlande</b> <b>Jan Dekker</b> Koopmanslaan 12 NL 7005 BK Doetinchem Tel.: 00 31 (0) 3 14/34 50 47 Fax: 00 31 (0) 3 14/34 41 68 E-✉: info@dekkermedia.nl</p>	<p><b>Skandinavien</b> Ines Käufert</p> <p><b>Frankreich, Spanien</b> Eugen Bruder</p> <p><b>Schweiz, Österreich, Italien</b> Erwin Bücherl/ Eugen Bruder</p>	

### Objektleitung

Reinhard Geissel  
Tel.: 025 01/8 01-257  
E-✉: geissel@lv-h.de

### Anzeigenmarketing

Susanne Höggemann  
Tel.: 025 01/8 01-196  
E-✉: hoeggemann@lv-h.de

### Anzeigendisposition

Christiane Pennekamp  
Tel.: 025 01/8 01-336  
E-✉: pennekamp@lv-h.de

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Zeitung oder Zeitschrift zum Zweck der Verbreitung.

2. Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftswerk unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. 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.

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

4. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeiten des Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

5. Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig bei Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber nach 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. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an Text und nicht an anderen Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

- 7. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen, wenn
  - deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
  - deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
  - deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist
 – Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten.

Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Modells und dessen Billigung verbindlich, anzeigt 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 Verbundzuschlages. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittel wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

8. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäß, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schulungsbeginn anzuliefern, Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste 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.

9. 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.

10. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung 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 Auftraggebers steht, oder
- diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre.

Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unentschiedlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlich Mängeln müssen binnen einem Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden.

Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlich Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

11. Probeanzeigen werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeanzeige. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeanzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

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

14. Bei Zahlungsverszug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlussstermin und von dem Ausgleich offenhänder Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Rechnungsbelege, 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.

16a: Aus einer Auftragsminderung kann – vorbehaltlich der Regelung der Ziffer 16b – nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisreimderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit dem ersten Anzeige beginnenden Inseritionsjahres die Garantieaufgabe unterschritten wird. Eine Auftragsminderung ist nur dann ein zu Preisreimderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie

- bei einer Garantieaufgabe bis zu 50 000 Exemplaren mindestens 20 v. H.,
- bei einer Garantieaufgabe bis zu 100 000 Exemplaren mindestens 15 v. H.,
- bei einer Garantieaufgabe bis zu 500 000 Exemplaren mindestens 10 v. H.,
- bei einer Garantieaufgabe über 500 000 Exemplaren mindestens 5 v. H. beträgt.

Eine Auftragsminderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt.

Als Garantieaufgabe gilt die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder, wenn eine Auflage nicht genannt ist, die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vorausgegangenen Kalenderjahres. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisreimderungsansprüche 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.

16b: (Sondervorschrift bei Auftragsminderungen für Titel, die heftbezogene Auftragsdaten veröffentlichen)

Abweichend von Nummer 16a berechtigt eine Auftragsminderung bei Titeln, die heftbezogene Auftragsdaten veröffentlichen, nur dann zu einer Preisreimderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (Garantieaufgabe) von bis zu 500 000 Exemplaren 10 v. H. und bei einer Auflage (Garantieaufgabe) über 500 000 Exemplaren 5 v. H. überschreitet. Eine Auftragsminderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt. Die der Garantie zugrunde liegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IVW. Sie errechnet sich für das Inseritionsjahr aus dem Auftragsdurchschnitt der vier Quartale vor dem Inseritionsjahr, soweit nicht vom Verlag eine absolute Auflagezahl als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisreimderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengensteifer und mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisreimderung ist der Auftrag vor Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde. Die mögliche Auftragsminderung errechnet sich als Saldo der Auflageänder- und Auftragsunterstützungen der belegten Ausgaben innerhalb des Inseritionsjahres. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agentenvergütung als Naturalzuschuss oder wenn dies nicht mehr möglich ist als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2 500 Euro beträgt.

17. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Expressbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 100 g) überschreiten, sowie Journale, Bücher, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegenkommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

18. 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, im 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.

19. Die Werbungsmitteilung und Werbegenstände sind verpflichtet, sich in ihren Angaben, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittelprovision darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

20. Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind gegenüber Unternehmen 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 innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgebaut werden.

21. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss spätestens bis zum Abschluss des Inseritionsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernabteile bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag. Konzernabteile werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernabteilung.

22. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelieferten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrages von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Text und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien, aber Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abfall, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen ertlich unbegrenzt übertragen.

23. Bei Bestreitungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, deren sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlosbarkeits mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlosbarkeitsleistungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die geordnete verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

Zusätzliche Bedingungen des Verlages

- a) Mit der Erteilung eines Anzeigenauftrages erkennt der Auftraggeber die Allgemeinen und die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Verlages an.
- b) Unterliegt bei der Wiederholung einer Anzeige der gleiche Fehler wie in der ersten Veröffentlichung, so sind Ansprüche auf Zahlungsminderung oder Ersatz ausgeschlossen, wenn von der Auftraggeber nach der ersten Veröffentlichung nicht sofort reklamiert hat.
- c) Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden sie erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungtreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.
- d) Im Falle höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schodenersatz. Insbesondere wird auch kein Schodenersatz für nicht oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen geleistet.
- e) Der Verlag ist berechtigt, im Einzelfall das allgemeine Zahlungsziel zu verkürzen.