

Anzeigenpreisliste Nr. 41
gültig ab Folge 1/2012

Media-Daten 2012



Mit Werbemöglichkeiten in
den Apps der DLG-Mitteilungen.

Max Eyth-Verlag

Eschborner Landstr. 122
60489 Frankfurt/Main
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.

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

Terminplan 2012

Nr.	Monat	Erscheinungstermin (Postauflieferung)	Anzeigenschlusstermin	Druckunterlagen- schlussstermin	Schwerpunkthemen
1	Jan.	21.12.2011	24.11.2011	02.12.2011	Pflanzenschutz-Praxis, Saatgut-Magazin *, Management Schwein
2	Feb.	26.01.2012	05.01.2012	13.01.2012	Pflanzenschutz-Praxis, Management Milch
3	März	23.02.2012	02.02.2012	10.02.2012	Pflanzenschutz-Praxis, Management Schwein
4	April	29.03.2012	08.03.2012	16.03.2012	Pflanzenschutz-Praxis Dünger-Praxis, Management Milch
5	Mai	26.04.2012	29.03.2012	05.04.2012	Betriebszweig Energie, Management Schwein
6	Juni	25.05.2012	03.05.2012	11.05.2012	DLG-Feldtage, Management Milch
7	Juli	28.06.2012	05.06.2012	15.06.2012	Saatgut-Magazin *, Mulchsaat-Praxis Management Schwein
8	Aug.	26.07.2012	05.07.2012	13.07.2012	Pflanzenschutz-Praxis, Management Milch
9	Sept.	30.08.2012	09.08.2012	17.08.2012	Pflanzenschutz-Praxis, Dünger-Praxis Management Schwein
10	Okt.	27.09.2012	06.09.2012	14.09.2012	Betriebszweig Energie, Management Milch
11	Nov.	25.10.2012	04.10.2012	12.10.2012	EuroTier, Mulchsaat-Praxis, Management Schwein
12	Dez.	29.11.2012	30.10.2012	07.11.2012	Dünger-Praxis, Management Milch

*abweichende Anzeigenschlusstermine, Information: Susanne Höggemann E-: susanne.hoeggemann@lv.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 in Euro	2c/3c Euroskala in Euro	4c Euroskala in Euro
1/1 Seite	4	190 x 270	3.840	4.994	6.338
3/4 Seite	4	190 x 200	2.880	3.936	5.088
2/3 Seite	4	190 x 178	2.556	3.498	4.522
	3	125 x 270			
1/2 Seite	4	190 x 133	1.920	2.624	3.392
	2	94 x 270			
1/3 Seite	4	190 x 88	1.278	1.749	2.261
	1	61 x 270			
1/4 Seite	4	190 x 66	960	1.312	1.696
	2	94 x 133			
	1	46 x 270			
1/8 Seite	4	190 x 32	480	656	848
	2	94 x 66			
	1	46 x 133			
1/16 Seite	2	94 x 32	240	328	424
	1	46 x 66			
1/32 Seite	1	46 x 32	120	164	212

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

Ermäßigte Preise

Stellenangebote:

€ 2,75 je 46-mm-Zeile + MwSt.

Immobilien:

€ 2,75 je 46-mm-Zeile + MwSt.

Stellengesuche:

€ 1,85 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 %

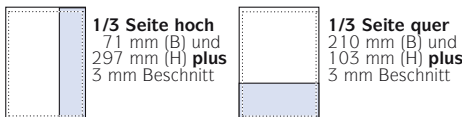
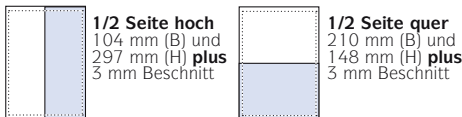
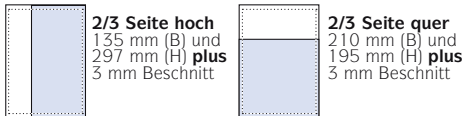
Malstaffel

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

Anschnittformate/Sonderformate

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:



Einhefter:

Preise:

4-seitiger Einhefter	€ 6.770
6-seitiger Einhefter	€ 9.908
8-seitiger Einhefter	€ 13.025

Beilagen:

Format:

bis höchstens 205 mm breit und 290 mm hoch

Gewicht	pro Tausend €
bis 25g	€ 234,00

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 € 130,00

Warenmuster/CD-ROM: pro Tausend € 167,00

Papiergewicht der Karte: mind. 150 g/m²,
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:

Zeitschriftenauflage 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 It. IVW, 2. Quartal 2011



Druckauflage:	21.433
Verbreitete Auflage:	20.406
Verkaufte Auflage:	19.071

Aktueller Themenplan:

Susanne Höggemann,
E- susanne.hoeggemann@lv.de

www.dlg-mitteilungen.de

Tarife für Bannerwerbung auf Anfrage

Die Apps der DLG-Mitteilungen

Es gibt drei Apps zum Pflanzenschutz für iPhone und Android-Smartphones.



1. Pflanzenkrankheiten



2. Schädlinge



3. Unkräuter



AGRAR Finanzrechner
(Web-App)



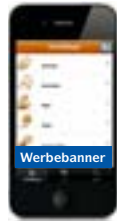
In die Apps können auf festgelegten Plätzen verlinkte Werbebanner eingebaut werden.

Mit der App AGRAR Finanzrechner können Skonto, Tilgung oder Sparpläne berechnet werden. Bannerschaltungen sind auf Anfrage möglich.

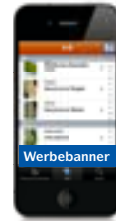
Platzierung von Werbebannern in den Pflanzenschutz-Apps

In jeder App gibt es zwei Platzierungsmöglichkeiten.

1. Startseite und ABC-Suche

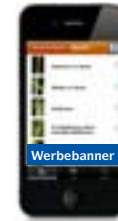


Auswahl der Kulturpflanzen



ABC-Suche

2. Inhaltsseite und Beschreibung



Schadbilder



Hinweise zu Ursache und Bekämpfung

Die Werbebanner erscheinen bei der Auswahl der Kulturpflanzen und bei der ABC-Suche.

Preis Startseite und ABC-Suche: 249,- €

Die Werbebanner sind den einzelnen Kulturpflanzen und ihren Beschreibungen zugeordnet, z.B. Weizen, Raps oder Mais.

Preis Inhaltseite und Beschreibung: 119,- €

Technische Informationen und Kontakt:

Dateien: gif-Dateien, auch animiert, verlinkt, maximal 20 KB, Auflösung 72 dpi

Bannerformat:

iPhone: 320 px breit x 50 px hoch

Android-Smartphone: 480 px breit x 90 px

* Die Displaygrößen variieren, bitte die Angaben der Auftragsbestätigung beachten.

Zeitraum: jeweils vier Wochen

Buchungsschluss/Datenanlieferung: Drei Tage vor Erscheinen der Werbebanner.

Nachlässe: Rabatte nach Mal-/Mengenstaffel aus der Print-Ausgabe der DLG-Mitteilungen werden in gleicher Höhe übernommen.

Onlinemarketing

Susanne Höggemann
Telefon: 025 01/801-196, Fax: -321
E-✉: susanne.hoeggemann@lv.de

Onlinedisposition:

Jessica Loose
Telefon: 025 01/801-336, Fax: -321
E-✉: jessica.loose@lv.de

Herausgeber:

DLG e.V.
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-: reinhard.geissel@lv.de

Redaktion:

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


Verkaufsleitung Anzeigen:

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

Anzeigenmarketing

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


Anzeigendisposition:

Jessica Loose
Telefon: 0 25 01/8 01-3 36, Fax: -3 21
E-: jessica.loose@lv.de

Zeitschriftenformat: 210x 297 mm

Druckverfahren: Rollenoffset, 70er Raster

Verarbeitung: Rückendrahtheftung

Datenübermittlung: per CD-ROM, per ISDN
02501/9881 230, (Leonardo Pro),
E-: jessica.loose@lv.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 Anzeigenmotivs übernommen. Sie müssen vor Druckbeginn mit Angabe des Ansprechpartners dem Verlag vorliegen. Reklamationsansprüche sind bei fehlenden Unterlagen ausgeschlossen. Zusätzliche Layout- und Bildbearbeitungskosten werden in Rechnung gestellt.

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.

Ihre Mediaberater

	<i>Verlagsbüro Agrar</i>	<i>Mediaberater</i>	<i>Verlagsbüro Special Interest</i>
Nord	<p>Ines Käufert im Landwirtschaftsverlag GmbH Hülsebrockstraße 2–8 48165 Münster Tel.: 025 01/8 01- 2 78 Fax: 025 01/8 01- 2 96 Mobil: 01 62 / 9 31 93 09 E-☒: ines.kaefert@lv.de</p>	<p>Henri Schwabe Windscheidstraße 26 a 04277 Leipzig Tel.: 03 41/3 38 33 16 Fax: 03 41/3 38 16 11 E-☒: henri.schwabe@lv.de</p>	<p>Frank Gloystein im Landwirtschaftsverlag GmbH Hülsebrockstraße 2–8 48165 Münster Telefon: 025 01/8 01-41 76 Fax: 025 01/8 01-3 27 E-☒: frank.gloystein@lv.de</p>
Mitte	<p>Ulrich Sprenger Laubornstraße 10 56357 Miehlen Tel.: 067 72/96 91 43 Fax: 067 72/96 91 45 Mobil: 01 62/9 40 76 16 E-☒: sprenger@vb-sprenger.de</p>	<p>Dave Ewert Fehrenbracht 7 57413 Finnentrop Tel.: 027 24/7 85 E-☒: andea@t-online.de</p>	<p>Barbara Häder im Landwirtschaftsverlag GmbH Hülsebrockstraße 2–8 48165 Münster Tel.: 025 01/8 01-37 10 Fax: 025 01/8 01-37 19 E-☒: barbara.haeder@lv.de</p>
Süd	<p>Erwin Bücherl 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>Eugen Bruder Am Ziegelacker 18 74199 Untergruppenbach Tel.: 071 30/86 18 Fax: 071 30/93 81 Mobil: 01 71/7 17 70 89 E-☒: eugen.bruder@t-online.de</p>	<p>Reiner Richter Schloßgasse 3 71272 Renningen Tel.: 071 59/4 05 97 65 Mobil: 01 51/12 52 41 46 Fax: 071 59/4 05 97 64 E-☒: reiner.richter@lv.de</p>
Ausland	<p>Niederlande Jan Dekker 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>Skandinavien Ines Käufert</p> <p>Frankreich, Spanien Eugen Bruder</p> <p>Schweiz, Österreich, Italien Erwin Bücherl/ Eugen Bruder</p>	

Objektleitung

Reinhard Geissel
Tel.: 025 01/8 01-2 57
E-☒:
reinhard.geissel@lv.de

Anzeigenmarketing

Susanne Höggemann
Tel.: 025 01/8 01-1 96
E-☒:
susanne.hoeggemann@lv.de

Anzeigendisposition

Jessica Loose
Tel.: 025 01/8 01-3 36
E-☒:
jessica.loose@lv.de

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und andere Werbemittel in Zeitungen und Zeitschriften

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 Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der den Wert für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Auftr. einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss 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 Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem 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-Millimeterzellen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
5. Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckchrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass der Auftraggeber nach vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht zufrieden ist. Rubrierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

6. Textill-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an Text und nicht an andere Kategorien 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 Verbraucher in einem Beschwerdoverfahren 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 Moders und dessen Billigung bindend. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbandwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annehmherkung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbandsaufschlages. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels 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 und den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für den Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Können die Vorlagen für vom Auftraggeber gewünschte oder zu verleitende Änderungen nicht rechtzeitig bei der Auftraggeber zu tragen. Verantwortlich ist für den fehlenden Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderer Werbemittel im Rahmen der bei den 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 unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Werbemittel ist der Werbemittelhersteller die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlich Mängeln müssen binnen eines 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 andere fallende 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 Probeanzeigen. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei über Übersendung des Probebezugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.

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

15. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenschmittchen, 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 Auflagenminderung kann – vorbehaltlich der Regelung der Ziffer 11b – nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantieauflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit wie

bei einer Garantieauflage bis zu 50 000 Exemplaren mindestens 20 v. H., bei einer Garantieauflage bis zu 100 000 Exemplaren mindestens 15 v. H., bei einer Garantieauflage bis zu 500 000 Exemplaren mindestens 10 v. H., bei einer Garantieauflage über 500 000 Exemplaren mindestens 5 v. H. beträgt. Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt. Als Garantieauflage 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 vertriebene Auflage des vorausgesehenen Kalenderjahres. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche 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 Auflagenminderungen für Titel, die hebzogenen Auflagenständen veröffentlichten) Abweichend von Nummer 16a berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die hebzogenen Auflagenständen veröffentlichten, nur dann zu einer Preiserminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (Garantieauflage) von bis zu 500 000 Exemplaren 10 v. H. und bei einer Auflage (Garantieauflage) von über 500 000 Exemplaren 5 v. H. überschreitet. Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt. Die der Garantie zugrunde liegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IWW. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr aus dem Aufwandsdurchschnitt der vier Quartale vor dem Insertionsjahr, soweit nicht auf Basis eine absolute Auflagenzahl als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preiserminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Veran der Mengenstaffel und mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preiserminderung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Auftragsstellung eine Abrechnung nach Marken, bei der Auftragserteilung zu definierten sind, vereinbart wurde. Die mögliche Aufgabenerhöhung errechnet sich als Saldo der Auftragsänder- und Auflagenminderungen der beliebigen Ausgaben innerhalb des Insertionsjahres. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis der Auftragserteilung und Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalaufschrift oder wenn dies nicht mehr möglich ist als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungsumme mindestens 2500 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 Postwege 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 einvernehmlich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen, Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 (Gewicht 1000 g) überschreiten, sowie Waren, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht eingekannagert. 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 zu definierten sind, vereinbart wurde, ist der Gerichtsstand der Kaufleute nach dem Wohnsitz der Kaufleute und der Auftragnehmer nach dem Wohnsitz 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 Werbungsmiter und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mitterprovision darf in der Abrechnung weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

20. Präsendierungen für erteilte Anzeigenaufträge sind gegenüber Unternehmern wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preisänderung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preisänderung ausgeübt 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 Insertionsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag. Konzernabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernabattierung.

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 zugeleiteten 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 Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen alle der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller 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 Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang, Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.

23. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidrigen Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung 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 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.

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) Unlätürlich bei der Wiederholung einer Anzeige der gleiche Fehler wie in der ersten Veröffentlichung, so sind Ansprüche auf Zahlungsminderung oder Ersatz ausgeschlossen, wenn 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 ungenügender Abdruck keine Ansprüche.
d) Im Falle höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz. Insbesondere wird auch kein Schadenersatz für nicht und nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen geleistet.
e) Der Verlag ist berechtigt, im Einzelfall das allgemeine Zahlungsziel zu verkürzen.
f) Der Verlag behält sich vor, beim Ausschließen im Rahmen der systemgesteuerten Bundeswerbung Anzeigen linear zu stauchen.