

MESSEN UND AUSSTELLUNGEN INTERNATIONAL

 **MessePlaner**

**Media-Information 2009/10**

## Chefredaktion

Dorit Vogel-Seib  
Tel.: +49 69 7595-1641  
Fax: +49 69 7595-1640  
E-Mail: Dorit.Vogel-Seib@dfv.de

## Anzeigenverkauf

Volker Schledt (Leitung)  
(Zulieferunternehmen/  
Technik/Event-Agenturen)  
Tel.: +49 69 7595-1883  
Fax: +49 69 7595-1880  
E-Mail: Volker.Schledt@dfv.de

Jürgen Tetzlaff  
(Messebau/Event-Locations)  
Tel.: +49 69 7595-1886  
Fax: +49 69 7595-1880  
E-Mail: Juergen.Tetzlaff@dfv.de

Jutta Fautz  
(Messebereich Ausland)  
Tel.: +49 69 7595-1887  
Fax: +49 69 7595-1880  
E-Mail: Jutta.Fautz@dfv.de

Olga Fomitschow  
(Veranstalter/m+a Service)  
Tel.: +49 69 7595-1881  
Fax: +49 69 7595-1880  
E-Mail: Olga.Fomitschow@dfv.de

## Anzeigendisposition

Jonas Massing  
Tel.: +49 69 7595-1888  
Fax: +49 69 7595-1880  
E-Mail: Jonas.Massing@dfv.de

## Anzeigenassistentz

Carola Frey  
Tel.: +49 69 7595-1882  
Fax: +49 69 7595-1880  
E-Mail: Carola.Frey@dfv.de

## Was Sie über die Nutzer des m+a MessePlaners unbedingt wissen sollten:

- 88% der Nutzer des m+a MessePlaner sind Aussteller auf Messen – und damit Zielgruppe.
- Sie beteiligen sich als Aussteller jährlich an durchschnittlich 21,3 Messen im In- und Ausland (Auslandsanteil 48%).
- Das durchschnittliche Jahresbudget für Messen beträgt EUR 1,3 Mio.
- 82% gehen davon aus, dass das Messebudget im nächsten Jahr gleich bleibt bzw. sogar erhöht wird.
- 70% veranstalten zusätzlich Marketing-Events – davon 16% 70 Events und mehr.
- 79% arbeiten bei der Realisierung ihres Messeauftritts mit externen Dienstleistern zusammen.
- 95% sind an Messe-Entscheidungen beteiligt.
- 98% der Nutzer sagen: „Den m+a MessePlaner kann man weiter empfehlen.“
- Bei 74% wird der m+a MessePlaner von mehr als 1 Person genutzt – das sorgt für eine zusätzliche Verbreitung Ihrer Werbebotschaft.

m+a MessePlaner-  
Nutzer:  
TOP-Zielgruppe  
der Messe- und  
Eventwirtschaft

Die wichtigsten  
Ergebnisse der  
Nutzerbefragung  
(Methode: CATI) unter  
regelmäßigen Beziehen  
des m+a MessePlaner  
(Nettostichprobe: 99  
realisierte Interviews),  
durchgeführt durch das  
unabhängige For-  
schungsinstitut SMR  
Solid Marketing  
Research, Frankfurt  
(www.smr-solid.de),  
Erhebungszeitraum  
Juni/Juli 2006.



- |                              |  |   |  |
|------------------------------|--|---|--|
| <b>1 Kurzcharakteristik:</b> | Als umfassendstes Nachschlagewerk seiner Art bietet der m+a MessePlaner International Messepraktikern in Industrie- und Dienstleistungsunternehmen, im Handel und bei Verbänden eine optimale Grundlage für sichere Entscheidungen in Sachen Messeplanung. Auf rund 1.000 Seiten sind über 9.000 Veranstaltungen in 125 Ländern mit ihren Basisdaten (Termine, Anmeldeschlüsse, Produktgruppen, Nettostandfläche, Kontaktadressen u.v.m.) gelistet. Die systematische Gliederung in Rubriken nach Ländern/Orten, chronologisch und nach Branchen ermöglicht ein schnelles, zielgerichtetes Nachschlagen. Der m+a MessePlaner International erscheint 2-mal pro Jahr (Juli und Januar) im Kombi-Paket mit der CD-ROM m+a ExpoData-Disk. | <b>7 Jahrgang:</b>                                  | 90. Jahrgang 2009  |
|                              |  | <b>Erscheinungsweise:</b>                           | 2 x jährlich   |
| <b>2 Mitgliedschaften:</b>   | –  | <b>8 Verlag:</b>                                    | m+a Verlag für Messen, Ausstellungen und Kongresse GmbH  |
| <b>3 Organ:</b>              | –  | <b>9 Postanschrift:</b>                             | Postfach 20 01 28, 60605 Frankfurt am Main   |
| <b>4 Herausgeber:</b>        | m+a Verlag für Messen, Ausstellungen und Kongresse GmbH<br>Ein Unternehmen der Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag  | <b>Hausanschrift:</b>                               | Mainzer Landstraße 251, 60326 Frankfurt am Main  |
| <b>5 Redaktion:</b>          | <b>Chefredakteurin:</b> Dorit Vogel-Seib (-1641)<br>Dorit.Vogel-Seib@dfv.de<br><b>Redaktion:</b> Gabriele Bühring-Uhle (-1643)<br>Gabriele.Buehring-Uhle@dfv.de<br>Ellen Maaß (-1642), Ellen.Maass@dfv.de<br>Susanne Pfahlert (-1644)<br>Susanne.Pfahlert@dfv.de<br>Silvia Reitz (-1645), Silvia.Reitz@dfv.de  | <b>10 Telefon:</b>                                  | 069 7595-02 (Zentrale)   |
|                              |  | <b>Telefax:</b>                                     | 069 7595-1280  |
| <b>6 Anzeigen:</b>           | <b>Anzeigenleitung:</b> Volker Schledt (-1883; Fax -1880)<br>Volker.Schledt@dfv.de<br><br><b>Anzeigenverkauf:</b><br>Volker Schledt (-1883), Volker.Schledt@dfv.de<br>(Zulieferunternehmen/Technik/Event-Agenturen)<br>Jutta Fautz (-1887), Jutta.Fautz@dfv.de (Messebereich Ausland)<br>Olga Fomitschow (-1881), Olga.Fomitschow@dfv.de<br>(Veranstalter, m+a Service)<br>Jürgen Tetzlaff (-1886), Juergen.Tetzlaff@dfv.de<br>(Messebau/Event-Locations)  | <b>11 Internet:</b>                                 | www.m-averlag.com  |
|                              |  | <b>E-Mail:</b>                                      | info@m-averlag.com   |
|                              |  | <b>12 Termin- und Themenplan:</b>                   | –  |
|                              |  | <b>13 Bezugspreis:</b>                              | € 107,50 inkl. CD ExpoData-Disk (Einzelplatzversion)<br>(inkl. Versand Inland, zzgl. 7 % MwSt.)<br>€ 129,50 inkl. CD ExpoData-Disk (Einzelplatzversion)<br>(EU-Länder, Schweiz und Liechtenstein ggf. zzgl. 7 % MwSt.) |
|                              |  | <b>14 Umfangs-Analyse:</b>                          | 2009 = 2 Ausgaben  |
|                              |  | <b>Format der Zeitschrift:</b>                      | DIN A 4  |
|                              |  | <b>Gesamtumfang:</b>                                | 908 Seiten = 100 %   |
|                              |  | <b>Redaktioneller Teil:</b>                         | 805 Seiten = 89 %  |
|                              |  | <b>Anzeigenteil:</b>                                | 103 Seiten = 11 %  |
|                              |  | <b>davon:</b>                                       | <b>Einhefter</b> 4 Stück   |
|                              |  | <b>15 Inhalts-Analyse des redaktionellen Teils:</b> | nicht erhoben  |

<b>16 Auflagenkontrolle:</b>	—		
<b>17 Auflagen-Analyse:</b>	m+a MessePlaner 2008/2009 und 2009 im Durchschnitt pro Ausgabe		
<b>Bindeauflage:</b>	4.500		
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage:</b>	3.744	davon Ausland:	711
<b>Verkaufte Auflage:</b>	3.247	davon Ausland:	673
<b>Freistücke:</b>	497		
<b>Rest-, Archiv- und Belegexemplare:</b>	756		

**18 Geographische Verbreitungs-Analyse:**

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	81	3.033
Ausland	19	711
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>100</b>	<b>3.744</b>

- 1 Buchformat:** 210 mm breit, 297 mm hoch, DIN A4  
Beschnittzugabe: 4 mm je Seite
- 2 Satzspiegel:** 184 mm breit, 266 mm hoch  
**Spaltenzahl:** 2 Spalten, Spaltenbreite: 90 mm  
3 Spalten, Spaltenbreite: 58 mm
- 3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:**  
Offsetdruck (gedruckt auf 65 g/qm matt weiß Bilderdruck),  
Klebebindung. Um eine optimale Druckqualität zu garantieren,  
empfehlen wir die Anlieferung der Druckunterlagen per ISDN oder  
Datenträger inkl. ICC-Profil-kalibriertem Proof! Bitte fordern Sie hierzu  
unser detailliertes Infoblatt an. Autorenkorrekturen in gelieferten Daten  
werden zum Selbstkostenpreis weiterberechnet.
- 4 Termine:**  
**Erscheinungsweise:** 2x jährlich  
**Erscheinungstermin:** Januar und Juli  
**Anzeigenschluss:** Ende Oktober für die Januar-Ausgabe  
Ende April für die Juli-Ausgabe
- 5 Verlag:** m+a Verlag für Messen, Ausstellungen und Kongresse GmbH  
Ein Unternehmen der Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag  
Hausanschrift: Mainzer Landstraße 251, 60326 Frankfurt am Main  
Postanschrift: Postfach 20 01 28, 60605 Frankfurt am Main  
Internet: [www.m-averlag.com](http://www.m-averlag.com)  
Anzeigenabteilung: Telefon: 069 7595-1883  
Telefax: 069 7595-1880  
E-Mail: [mua-anzeigen@dfv.de](mailto:mua-anzeigen@dfv.de)

**Preise für Bezugsquellenverzeichnis m+a Service:**

(Gültig ab m+a MessePlaner 2010)  
Eintrag / Anzeige für 10 Ausgaben = 1 Jahr  
(2 x m+a MessePlaner u. 8 x m+a report)

je Zeile magere Schrift	€	87,-
je Zeile fette Schrift	€	118,-
Gestaltete Anzeige oder Firmenschriftzug je mm	€	41,-
Farbzuschlag	€	300,-
Höchstformat 1/8 Seite		

**Facilitäten für Kongresse & Events:**

Hier sind nicht alle genannten Formate verfügbar.  
Bitte fordern Sie unseren Sonderprospekt an.

**8 Vorzugsplatzierungen:**

feste Platzierungsvorschrift  
im redaktionellen Teil + 15 %  
Trennkartons mit Griffregister (nur 1/1 Seite) + 40 %

2. u. 3. Umschlagsseite – 1/1 4c	€	4.545,-
4. Umschlagsseite – 1/1 4c	€	5.315,-
jeweils nur 1/1 4c möglich		

**9 Farbzuschläge:**

€ 240,- / je zusätzliche Farbe (Europa-Farbskala)
€ 720,- / vierfarbig (Europa-Farbskala)
€ 320,- / für Sonderfarben

**10 Formatzuschläge**

Beschnittzuschlag	€	125,-
-------------------	---	-------

**11 Stellen- und Gelegenheitsanzeigen: –**

## 6 Zahlungsbedingungen:

3 % Skonto bei Zahlung auf Vorausrechnung bis zum Erscheinungstag der Anzeige. 2 % Skonto bei Zahlung innerhalb von 14 Tagen ab Rechnungsdatum. 2 % Skonto bei Abbuchungen. Netto innerhalb von 30 Tagen ab Rechnungsdatum. Im Übrigen gelten die im folgenden abgedruckten Geschäftsbedingungen.

## Bankverbindungen:

Frankfurter Sparkasse: Kto.-Nr. 29777, BLZ 500 502 01,  
IBAN DE78 5005 0201 0000 0297 77, S.W.I.F.T. BIC: HELADEF1822

Deutsche Bank: Kto.-Nr. 212 3982, BLZ 500 700 10  
IBAN DE36 5007 0010 0002 1239 82, S.W.I.F.T. BIC: DEUTDEFF

Postbank: Kto.-Nr. 227 156-603, BLZ 500 100 60,  
IBAN DE82 5001 0060 0227 1566 03, S.W.I.F.T. BIC: PBNKDEFF

## 7 Anzeigenformate und Preise:

Allen Preisen ist in Deutschland der jeweils gültige MwSt.-Satz hinzuzurechnen.

Format Seitenteil	Grundpreis s/w €	Grundpreis 4c €
1/1	3.110,-	3.830,-
3/4	2.400,-	3.120,-
2/3	2.135,-	2.855,-
1/2	1.635,-	2.355,-
1/3	1.115,-	1.835,-
1/4	860,-	1.580,-
1/6	585,-	1.305,-
1/8	470,-	1.190,-
1/12	315,-	1.035,-

Genaue Formatangaben siehe „Anzeigenformate“.

Anzeigen, die dem Seitenteil nicht entsprechen, werden nach dem nächst kleineren Seitenteil zuzügl. darüber hinausgehender mm berechnet.

€ 4,90 bei 58-mm-Spalte

€ 7,40 bei 90-mm-Spalte

Mindestpreis je Anzeige € 150,-

## 12 Rabatte:

Bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres,  
m+a report und m+a MessePlaner (ohne m+a Service)

Malstaffel	Mengenstaffel
bei mind. 3 x = 5 %	1/1 Seite = 5 %
bei mind. 5 x = 8 %	3/1 Seiten = 8 %
bei mind. 8 x = 12 %	6/1 Seiten = 15 %
bei mind. 10 x = 15 %	10/1 Seiten = 18 %

Farb-, Platzierungs-, Ansnittzuschläge und technische Zusatzkosten sind nicht rabattfähig.  
Mittlerprovision 15 %.

## 13 Einhefter:

2-seitig (80–170 g/qm Papiergewicht)  
Format: DIN A4 zuzügl. 3 mm Beschnitt-  
zugabe im Buchrücken und 4 mm oben,  
unten und rechts € 3.145,-

4-seitig (80–170 g/qm Papiergewicht)  
Format: DIN A4. Anlieferung gefalzt.  
Im Bund 3 mm Fräsrand. Seite 1–4  
an der oberen, unteren und Außenkante  
je 4 mm Beschnittzugabe. € 4.835,-

Jeweils zuzügl. technischer Kosten € 225,-

## 14 Beilagen:

Höchstformat 205 x 294 mm  
Beilagegebühr bis 25 g € 3.210,-  
Andere Formate und Gewichte: Preis auf Anfrage

## 15 Aufgeklebte Postkarten, Warenmuster u.ä.:

Preis auf Anfrage

## 16 Versandanschrift: (für Pos. 13–15)

Druckhaus Main-Echo GmbH & Co. KG

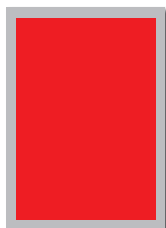
Weichertstr. 20, 63741 Aschaffenburg

Tel.: (06021) 39 64 04

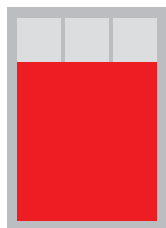
ISDN: (0 60 21) 34 14 24

Liefervermerk : m+a MessePlaner

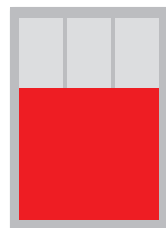
Die Anlieferung von Beilagen, Beiheftern etc. erbitten wir frachtfrei.



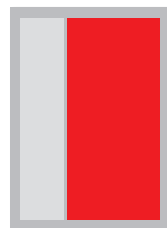
1/1 Seite  
B 184 mm x H 266 mm



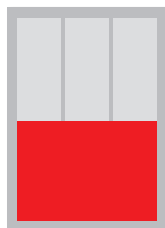
3/4 Seite  
B 184 mm x H 198 mm



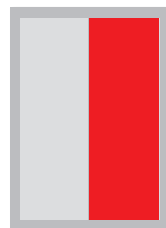
2/3 Seite  
B 184 mm x H 174 mm



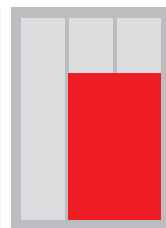
2/3 Seite\*  
B 122 mm x H 266 mm



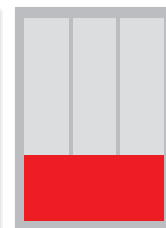
1/2 Seite  
B 184 mm x H 131 mm



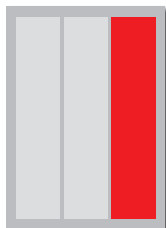
1/2 Seite\*\*  
B 90 mm x H 266 mm



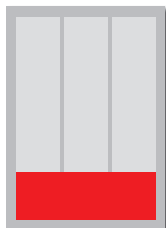
1/2 Seite\*  
B 122 mm x H 194 mm



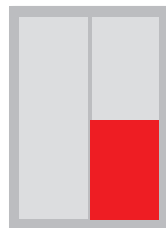
1/3 Seite  
B 184 mm x H 86 mm



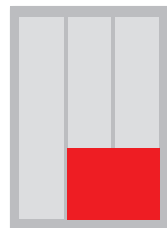
1/3 Seite\*  
B 58 mm x H 266 mm



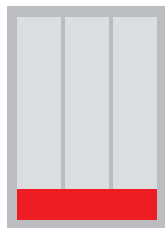
1/4 Seite  
B 184 mm x H 63 mm



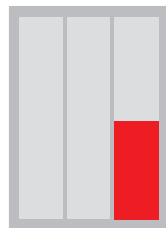
1/4 Seite\*\*  
B 90 mm x H 131 mm



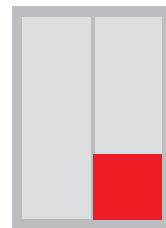
1/4 Seite\*  
B 122 mm x H 94 mm



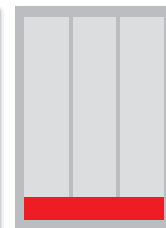
1/6 Seite  
B 184 mm x H 40 mm



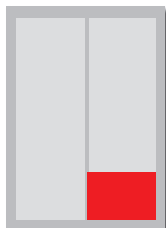
1/6 Seite\*  
B 58 mm x H 130 mm



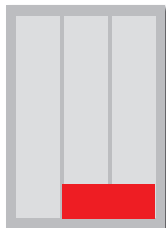
1/6 Seite\*\*  
B 90 mm x H 86 mm



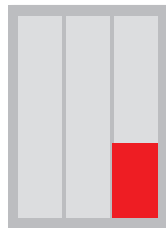
1/8 Seite  
B 184 mm x H 30 mm



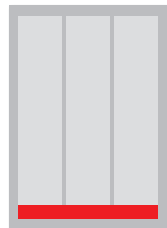
1/8 Seite\*\*  
B 90 mm x H 63 mm



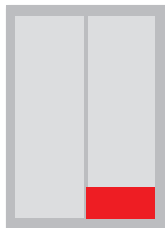
1/8 Seite\*  
B 122 mm x H 45 mm



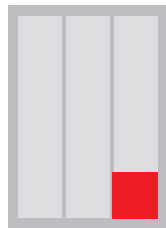
1/8 Seite\*  
B 58 mm x H 99 mm



1/12 Seite  
B 184 mm x H 18 mm



1/12 Seite\*\*  
B 90 mm x H 42 mm



1/12 Seite\*  
B 58 mm x H 62 mm

B = Breite  
H = Höhe

\* nur im 3-spaltigen Teil

\*\* nur im 2-spaltigen Teil

## Digitale Anzeigenübernahme

Aufgrund der Computer-to-plate-Belichtung verarbeiten wir ausschließlich digitale Datensätze. Bitte haben Sie Verständnis, dass gelieferte Filme redigitalisiert werden müssen, was zu zusätzlichen Kosten führt.

## Dokument

**Datenträger für Mac müssen HFS-formatiert, die für PC DOS-formatiert sein.**

**Folgende Software ist verarbeitbar:**

Mac/PC: QuarkXpress

Mac/PC: InDesign

Mac/PC: Adobe Photoshop

Mac/PC: Adobe Page Maker

Mac/PC: Adobe Illustrator

Mac/PC: Freehand

Mac/PC: Adobe Acrobat

**Andere Software-Programme, wie z.B. CorelDraw, PowerPoint-, EXE- sowie Word-Dateien können nicht standardmäßig verarbeitet werden. Deren Bearbeitung wird nach Zeitaufwand berechnet.**

## Dateiausgabe

Um eine hohe Wiedergabequalität Ihrer Anzeige zu gewährleisten, dürfen Daten nicht komprimiert werden. Alle im Datensatz verwendeten Schriftentypen (Print und Screen) müssen in der Datei enthalten oder in Zeichenwege umgewandelt sein.

Die Anzeige muss als EPS- oder Druck PDF x3 gespeichert sein und alle für die Dateiausgabe notwendigen Bestandteile enthalten.

Bilder müssen eine Auflösung von mind. 250 dpi haben. Logos müssen als Vektorgrafik oder Strich-Scan mit mind. 800 dpi Auflösung angelegt sein. Der Farbraum ist CMYK, der Abbildungsmaßstab 1:1.

## Übermittlungsmöglichkeiten

- CD:** Das Schicken einer CD mit beigelegtem Referenzproof ist sicher und hat den Vorteil, dass Daten und Proof gleichzeitig eintreffen.
- E-Mail:** Die Übermittlung ist auf einen Datenumfang von 20 MB beschränkt und das Motiv muss zeitgleich gefaxt werden.
- DFÜ:** Das Übersenden von Mac-Dateien ist über Leonardo Card, das von PC-Daten über Fritz-Card möglich. Auch hier muss zeitgleich das Motiv vorliegen.

## Dateiname

Bitte beachten Sie: Nach Eingang Ihres Auftrags senden wir Ihnen ein Formular mit Angaben zur digitalen Anzeigenübernahme.

Auf diesem Formular finden Sie einen Dateinamen für Ihre Anzeige, der mit Ihrem Auftrag verbunden ist. Bitte verwenden Sie diesen Dateinamen für die Übermittlung Ihrer Anzeigendatei. So ist eine problemlose weitere Bearbeitung sichergestellt.

## Eingangs- und Verarbeitungskontrolle

Der Verlag übernimmt keine Haftung für Farbabweichungen und Textstellungen im Anzeigenmotiv, wenn Dateien nicht in der empfohlenen Art und Weise abgespeichert wurden und Referenzproofs fehlen.

# Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen

**1** »Anzeigenauftrag« im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

**2** Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuruft. 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 der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

**3** Die Anzeigenpreise ergeben sich aus der bei Vertragsabschluss gültigen Anzeigenpreisliste des Verlages. Ändert sich der Anzeigentarif nach Vertragschluss, ist der Verlag berechtigt, den Preis nach der zum Zeitpunkt der Veröffentlichung gültigen Preisliste zu berechnen; dies gilt nicht im Geschäftsverkehr mit Nichtkauffeuten, sofern zwischen dem Vertragschluss und dem Zeitpunkt der Veröffentlichung nicht mehr als 4 Monate vergangen sind.

Werbegagengarten und Werbemitteln ist es untersagt, die vom Verlag gewährten Mittlergebühren ganz oder teilweise an ihre Auftraggeber weiterzugeben.

**4** Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterscheid zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Kann die Zeitschrift infolge höherer Gewalt (z. B. Krieg, Mobilmachung, Arbeitskampf oder sonstige nicht vorhersehbare Ereignisse) überhaupt nicht, nicht in vollem Umfang oder nicht rechtzeitig erscheinen, ergeben sich daraus keine Ansprüche des Auftraggebers.

**5** Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

**6** Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag einhaken, dass dem Auftraggeber noch 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.

**7** Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens zwei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen.

Der Verlag ist berechtigt, Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, mit dem Wort »Anzeige« deutlich kennbar zu machen.

**8** Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen wegen ihrer technischen Form oder ihrer Herkunft abzulehnen, dasselbe gilt, wenn der Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder die Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden.

Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen.

Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

**9** Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckerunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Bei der digitalen Anzeigenübermittlung gelten die entsprechenden Richtlinien des Verlages.

Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckerunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

**10** Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Preiserminderung in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde, oder auf eine einwandfreie Ersatzanzeige. Lässt der Verlag eine ihm für deren Veröffentlichung gesetzte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Preiserminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages.

Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungserletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – insbesondere bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und der Höhe nach auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seiner Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schaden wegen des Fehlens zugicherter Eigenschaften bleibt unberührt.

Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt.

Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von 4 Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

**11** 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 innerhalb der bei Übersendung des Probeabzuges 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** Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt.

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

**14** Bei Zahlungsverzug berechnet der Verlag unter Vorbehalt weitergehender Rechte Verzugszinsen in Höhe von 3 % über dem jeweiligen Basiszinssatz der Europäischen Zentralbank. 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 Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

**15** Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, 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.

**16** Kosten für die Anfertigung bestellter Druckerunterlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

**17** Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des bei der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres 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 vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird.

Preiserminderungsansprüche sind jedoch ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage unter dem Anerbieten, vom Vertrag zurückzutreten, rechtzeitig Kenntnis gegeben hat.

**18** Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe 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 einzelverträglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und in erklärtem Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 1000 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

**19** Druckerunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

**20** Rabattausdrucken und Rabattnachbelastungen erfolgen grundsätzlich erst zum Ende des Insertionsjahres.

**21** Platzierungsbestätigungen gelten nur unter Vorbehalt und können aus technischen Gründen geändert werden. In solchen Fällen kann der Verlag nicht haftbar gemacht werden.

**22** Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.

Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlichen 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 der gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.