

Media-Information 2010



E-MAGAZINE
m+a report per Mausclick unter
www.expodatabase.de

Ihre Ansprechpartner im Verlag

Chefredaktion

Christiane Appel
Tel.: +49 69 7595-1907
Fax: +49 69 7595-1630
E-Mail: Christiane.Appel@dfv.de

Anzeigenverkauf

Volker Schledt – Leitung
(Zulieferunternehmen/
Technik/Eventagenturen)
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

E-MAGAZINE:
m+a report per Mausclick unter
www.expodatabase.de

Was Sie über die Leser des m+a report unbedingt wissen sollten:

- 84% der m+a report Leser sind Aussteller auf Messen – und damit Zielgruppe.
- Sie beteiligen sich als Aussteller jährlich an durchschnittlich 17,1 Messen im In- und Ausland (Auslandsanteil 51%).
- Das durchschnittliche Jahresbudget für Messeaktivitäten beträgt € 1,0 Mio.
- 81% der Leser gehen davon aus, dass das Messebudget im nächsten Jahr gleich bleibt bzw. sogar erhöht wird.
- 72% veranstalten zusätzlich Marketing-Events – davon 13% 70 Events und mehr.
- 77% nutzen das Know-how spezialisierter Dienstleister für ihre Veranstaltungen.
- 77% der Leser sind Führungskräfte, 92% sind an Messe- und Event-Entscheidungen beteiligt.
- Jeder 3. nutzt die im m+a report veröffentlichten Informationen bewusst zur Entscheidungsfindung für seine Messebeteiligungen.
- 66% nutzen keine weiteren Messesfachmagazine für ihre Messeplanung.
- 92% der Leser sagen: „Den m+a report kann man weiter empfehlen.“
- 3,8 Leser pro Exemplar* sorgen für eine zusätzliche Verbreitung Ihrer Werbe-Botschaft.

*Nach Auskunft des Erstlesers

m+a report-Leser:
TOP-Zielgruppe der
Messe- und
Eventwirtschaft

Die wichtigsten
Ergebnisse der Leser-
befragung (Methode:
CATI) unter regelmä-
ßigen Empfängern des
m+a report (Nettostich-
probe: 198 realisierte
Interviews), durch-
geführt durch das
unabhängige For-
schungsinstitut SMR
Solid Marketing
Research, Frankfurt
(www.smr-solid.de),
Befragungszeitraum
Juni/Juli 2006.



- 1 Kurzcharakteristik:** Der m+a report – THE GLOBAL EXHIBITION MAGAZINE ist das markt- und meinungsführende Messe-Marketing-Fachmagazin für die ausstellende Wirtschaft und Messebranche. Als zweisprachiges Fachmagazin für Messemacher mit Entscheidungskompetenz in Industrie- und Dienstleistungsunternehmen, im Handel und bei Verbänden bietet der m+a report in 8 Ausgaben pro Jahr branchenübergreifende Praxistipps, wie Messen und andere Marketingevents erfolgreich gestaltet werden können. Erfahrungsberichte, Marktanalysen, Nachrichten und Hintergrundberichte aus der internationalen Messewirtschaft runden das redaktionelle Angebot ab. Der m+a report ist zugleich Wirtschafts- und Servicemagazin.
Der m+a report ist auch per Mausclick als E-Paper verfügbar unter www.expodatabase.de. Suchfunktionen und eine direkte Verlinkung zur Homepage der Inserenten sind selbstverständlich.
- 2 Mitgliedschaften:** –
- 3 Organ:** –
- 4 Herausgeber:** m+a Verlag für Messen, Ausstellungen und Kongresse GmbH
Ein Unternehmen der Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag
- 5 Redaktion:** Chefredakteurin: Christiane Appel (-1907; Fax -1630)
Christiane.Appel@dfv.de
Fachredakteure: Anne-Nicole Kolbrück (-1637)
Anne-Nicole.Kolbrueck@dfv.de
Dr. Anja Wagner (-1912),
Anja.Wagner@dfv.de
- 6 Anzeigen:** Anzeigenleitung: Volker Schledt (-1883; Fax -1880)
Volker.Schledt@dfv.de
Anzeigenverkauf:
Volker Schledt (-1883), Volker.Schledt@dfv.de
(Zulieferunternehmen/Technik/Event-Agenturen)
Jutta Fautz (-1887) Jutta.Fautz@dfv.de (Messebereich Ausland)
Olga Fomitschow (-1881), Olga.Fomitschow@dfv.de
(Veranstalter/m+a Service)
Jürgen Tetzlaff (-1886) Juergen.Tetzlaff@dfv.de
(Messebau/Event-Locations)
- 7 Jahrgang:** 91. Jahrgang 2010
Erscheinungsweise: 8x jährlich
- 8 Verlag:** m+a Verlag für Messen, Ausstellungen und Kongresse GmbH
- 9 Postanschrift:** Postfach 20 01 28, 60605 Frankfurt am Main
Hausanschrift: Mainzer Landstraße 251, 60326 Frankfurt am Main
- 10 Telefon:** (0 69) 75 95 02 (Zentrale)
Telefax: (0 69) 75 95 12 80
- 11 Internet:** www.m-averlag.com, www.expodatabase.de
E-Mail: info@m-averlag.com
- 12 Termin- und Themenplan:** auf Anfrage
- 13 Bezugspreis:** Einzelverkaufspreis € 14,00 + Porto u. MwSt.
Jahresabonnement (8 Ausgaben):
Inland: € 93,09 inkl. Versand u. MwSt.
Ausland (Europa): € 102,00 inkl. Versand
ISSN-Nr.: 0723-3361
- 14 Umfangs-Analyse:** 2008 = 8 Ausgaben
Format der Zeitschrift: DIN A 4
Gesamtumfang: 1.068 Seiten = 100 %
Redaktioneller Teil: 655 Seiten = 61 %
Anzeigenteil: 416 Seiten = 39 %
davon: Einhefter 1 Stück
Beilagen: 16 Stück
- 15 Inhalts-Analyse des redaktionellen Teils:** nicht erhoben

16 Auflagenkontrolle:	IVW		
17 Auflagen-Analyse:	Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt (1. Januar bis 31. Dezember 2008)		
Druckauflage:	14.000		
Tatsächlich verbreitete Auflage:	13.875	davon Ausland:	1.905
Verkaufte Auflage:	1.670	davon Ausland:	165
– abonnierte Exemplare:	1.642	davon Mitgliederstücke:	0
– sonstiger Verkauf:	28		
– Einzelverkauf:	0		
Freistücke:	12.205		
Rest-, Archiv- und Belegexemplare:	125		

18 Geographische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	86	11.970
Ausland	14	1.905
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100	13.875

**Anzeigen-
Preisliste Nr. 42
gültig ab
1.1.2010**

Tatsächlich verbreitete
Auflage im Jahresdurch-
schnitt (lt. AMF-Schema 2)
13.875 Exemplare




1 Zeitschriftenformat: 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:
Rollenoffsetdruck (gedruckt auf 90 g/m² LWC glänzend, Klebebindung).
Erforderlich sind digitale Daten erstellt nach ISOwebe coated, FOGRA28L.
Um eine optimale Druckqualität zu garantieren, empfehlen wir die
Anlieferung der Druckunterlagen per ISDN oder Datenträger inkl.
ICC-Profil-kalibriertem Proof!
(s. Digitale Anzeigenübernahme)

Autorenkorrekturen in gelieferten Daten werden zum Selbstkostenpreis
weiterberechnet.

4 Termine:
Erscheinungsweise: 8 x jährlich
Erscheinungstermine: Februar, März, Mai, Juni, August, September,
Oktober, Dezember
Anzeigenschluss: jeweils 4 Wochen vor Erscheinen

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
Anzeigenabteilung: Telefon: (069) 75 95 - 18 88
Telefax: (069) 75 95 - 18 80
E-mail: 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

8 Vorzugsplatzierungen:

Umschlagseiten (nur 1/1 4c möglich):
2. u. 4. Umschlagseite – 1/1 4c € 4.685,-
3. Umschlagseite – 1/1 4c € 4.215,-

Sonderformate:

French Cover € 7.360,-
Banderole (zzgl. techn. Kosten auf Anfrage) € 5.950,-
Weitere Sonderwerbformen auf Anfrage

9 Farbzuschläge:

4-farbig (Europa-Farbskala) € 720,-
Sonderfarben werden im Heft-Innenteil aus dem
4-Farb-Satz gedruckt

10 Formatzuschläge:

Beschnittzuschlag € 125,-

11 Stellen- und Gelegenheitsanzeigen:

mm-Preis bei 90 mm Spaltenbreite € 7,65
Stellengesuche ./ 20%
Stellenangebote / Verkäufe / Kaufgesuche /
Immobilien ./ 10%
Mindestformat 90 b x 25 h (Herstellungs-/Satzkosten für Druckvorlagen
werden zum Selbstkostenpreis berechnet)
Chiffregebühr € 19,50
Chiffreanzeigen unterliegen auch für ausländische
Inserenten der gesetzlichen MwSt.

6 Zahlungsbedingungen:

3 % Skonto bei Zahlung auf Vorausrechnung bis zum Erscheinungstag der Anzeige. 2 % Skonto Zahlung innerhalb von 14 Tagen ab Rechnungsdatum. 2 % Skonto bei Abbuchungen. Netto innerhalb von 30 Tagen ab Rechnungsdatum.

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.

Genaue Formatangaben siehe „Anzeigenformate“ auf der Rückseite

Format Seitenteil	Grundpreis s/w €	Grundpreis 4c €
1/1	3.260,-	3.980,-
3/4	2.520,-	3.240,-
2/3	2.260,-	2.980,-
1/2	1.750,-	2.470,-
1/3	1.200,-	1.920,-
1/4	935,-	1.655,-
1/6	655,-	1.375,-
1/8	530,-	1.250,-

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-, Ansnritzzuschläge und technische Zusatzkosten sind nicht rabattfähig.
Mittlerprovision 15 %.

13 Einhefter:

2-seitig (80–150 g/qm Papiergewicht)

Format: DIN A4 zuzügl. 4 mm Beschnittzugabe an allen Seiten (218 x 305 mm)

€ 3.315,-

4-seitig (80–150 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.

€ 5.035,-

Jeweils zuzügl. technischer Kosten

€ 225,-

14 Beilagen:

Höchstformat 205 x 294 mm

Beilagegebühr bis 25 g

Zusätzliche Postgebühren fallen an bei Beilagen mit einer Höhe von 3 mm bis 30 mm. Teilbeilage möglich, Preis auf Anfrage

‰ € 220,-

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

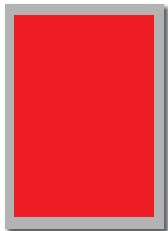
Tel.: (0 60 21) 39 64 04

ISDN: (0 60 21) 34 14 24

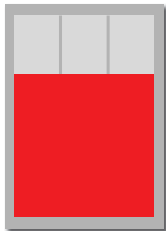
Liefervermerk : m+a report Heft Nr. ...

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

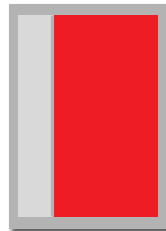
Anzeigenformate



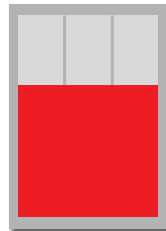
1/1 Seite
B 184 mm × H 266 mm



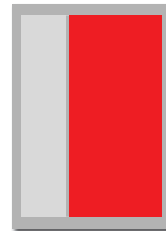
3/4 Seite
B 184 mm × H 198 mm



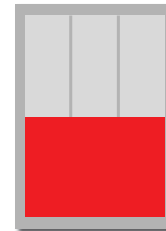
3/4 Seite
B 137 mm × H 266 mm



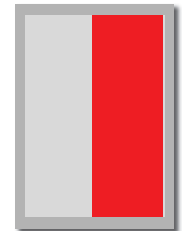
2/3 Seite
B 184 mm × H 174 mm



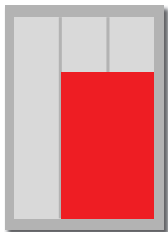
2/3 Seite
B 122 mm × H 266 mm



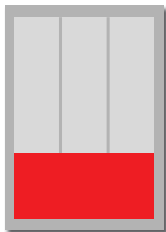
1/2 Seite
B 184 mm × H 131 mm



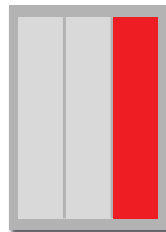
1/2 Seite
B 90 mm × H 266 mm



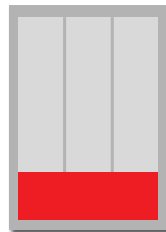
1/2 Seite
B 122 mm × H 194 mm



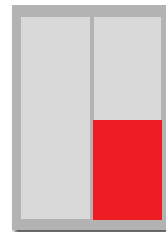
1/3 Seite
B 184 mm × H 86 mm



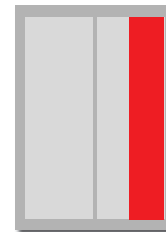
1/3 Seite
B 58 mm × H 266 mm



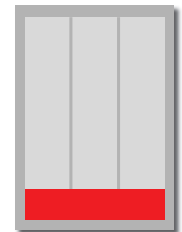
1/4 Seite
B 184 mm × H 63 mm



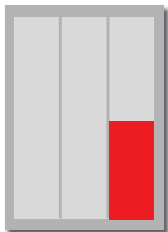
1/4 Seite
B 90 mm × H 131 mm



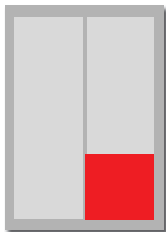
1/4 Seite
B 43 mm × H 266 mm



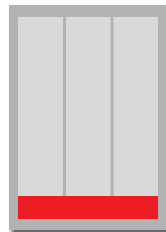
1/6 Seite
B 184 mm × H 40 mm



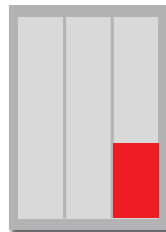
1/6 Seite
B 58 mm × H 130 mm



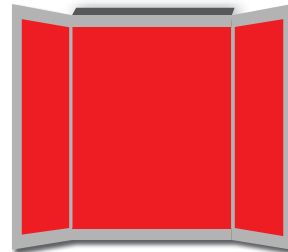
1/6 Seite
B 90 mm × H 86 mm



1/8 Seite
B 184 mm × H 30 mm



1/8 Seite
B 58 mm × H 99 mm



French Cover
B 460 mm × H 297 mm

B = Breite
H = Höhe

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 beigefügtem 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 abzurufen. 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 Anzeigenpreislise des Verlages. Ändert sich der Anzeigentarif nach Vertragschluss, ist der Verlag berechtigt, den Preis nach der zum Zeitpunkt der Veröffentlichung gültigen Preislise 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.

Werbegagenturen und Werbemittlern 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 Unterschied 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 zugesicherter 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 Preislise 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 Preislise 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 Preislise 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 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 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 Rabattauschriften 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.