

eurodecor



MEDIADATEN 2018





Mehr-Wert für Ihre Werbung

eurodecor ist die Fachzeitschrift für den gesamten Handel mit Produkten des Raumausstatterhandwerks

eurodecor informiert professionell, punktgenau und immer aktuell

eurodecor ist nah dran an den Entscheidern der Branche, am Handwerk und am Handel

eurodecor ist Garant für den entscheidenden Informations-Vorsprung zum Erfolg in der Praxis – Tag für Tag

Kurzum: eurodecor fällt aus dem Rahmen – und das nicht nur vom Format her!

auch als digitale Version erhältlich

Verlag:	MEININGER VERLAG GmbH Maximilianstr. 7-17 D-67433 Neustadt	Kontakt:	Geschäftsleitung Produktion und Einkauf: Horst Emmert +49 (0) 63 21 / 89 08-16
Kontakt:	Chefredaktion: Birgit Jünger +49 (0) 63 21 / 89 08-42	Telefax:	+49 (0) 63 21 / 89 08-80
	Redaktion: Alexander Radziwill +49 (0) 30 / 68 83 15 53 Nicole Stolpmann +49 (0) 28 33 / 5 72 45 13	Internet:	www.eurodecor.de
	Geschäftsleitung Media: Ralf Clemens +49 (0) 63 21 / 89 08-81	Erscheinungsweise:	Siehe Themen- und Terminplan 2018
	Mediaberatung: Susanne Kleber +49 (0) 63 21 / 89 08-66 kleber@meininger.de	Bezugspreis:	Jahresabonnement € 92,40 (Inland) (inkl. Porto und MwSt.)
	Sarah Grundmann +49 (0) 63 21 / 89 08-53 grundmann@meininger.de	Einzelpreis:	€ 9,80
	Sekretariat: Silke Geiger +49 (0) 63 21 / 89 08-49 geiger@meininger.de	Zahlungs- bedingungen:	Sofort ohne Abzug. Bei Vorauszahlung bzw. Abbuchung 2 % Skonto
	Verwaltung: Nadine Burkhart +49 (0) 63 21 / 89 08-72 burkhart@meininger.de	Bankverbindung:	Sparkasse Rhein-Haardt IBAN: DE 22 5465 1240 0001 9261 46 BIC: MALA DE 51DKH
		Geschäfts- bedingungen:	Für die Abwicklung von Aufträgen gelten die Geschäftsbedingungen des Verlages im Verlagswesen (siehe jeweilige Auftrags- bestätigung)

Größe in Seitenteilen	Formate im Satzspiegel		Angeschnittene Anzeigen zuzüglich Beschnitt an allen Seiten je 3 mm		Preise für Anzeigen farbig*
	Breite (mm)	Höhe (mm)	Breite (mm)	Höhe (mm)	
1/1 Seite	199	286	234	315	€ 4.750
3/4 Seite	199	214	234	228	€ 3.800
2/3 Seite hoch	130	286	153	315	€ 3.800
2/3 Seite quer	199	189	234	203	€ 3.800
1/2 Seite hoch	97	286	118	315	€ 2.925
1/2 Seite quer	199	141	234	158	€ 2.925
1/3 Seite hoch	62	286	84	315**	€ 2.450**
1/3 Seite quer	199	93	234	107**	€ 2.450**
1/4 Seite hoch	46	286	68	315**	€ 2.050**
1/4 Seite quer	199	69	234	83**	€ 2.050**

Formate auf Doppelseiten					
2/1 Seite	433	286	468	315	€ 9.500
2 x 1/2 Seite quer über Bund	433	141	468	158	€ 5.850

Angeschnittene Anzeigen: Bei Anzeigen mit Anschnitt müssen werbewichtige Text- und Bildelemente ausreichend Abstand zum Beschnitt haben (mind. 10 mm).

*Preise jeweils für Schmuckfarben nach der Euro-Skala

** Anschnitt Aufpreis 15 % s.u.

Sonderformate/Sonderplatzierungen (Breite x Höhe)	
Sonderformate und Einhefter	auf Anfrage
2./4. Umschlagseite. Format: 234 mm x 315 mm, farbig	€ 5.550
Platzierungsvorschriften (Mindestgröße 1/2 Seite) und **Anschnittformate (1/3 Seite, 1/4 Seite)	Aufpreis 15 %
Stornofrist für Umschlagseiten 6 Wochen vor Erscheinen	

Vollbeilagen <i>inkl. der Vertriebskosten</i>		Teilbeilagen <i>inkl. der Vertriebskosten</i>		Tip-on-cards <i>inkl. der Vertriebskosten</i>	
bis 25 g	€ 2.060	bis 25 g je Tausend	€ 365	<i>Aufgeklebte Postkarten auf Einheftern oder ganzseitigen Anzeigen</i>	
bis 50 g	€ 2.560	bis 50 g je Tausend	€ 440	Klebekosten (maschinell)	€ 135 pro Tausend
bis 75 g	€ 2.980	über 50 g je Tausend	auf Anfrage	Klebekosten (von Hand)	€ 215 pro Tausend
bis 100 g	€ 3.380	Mindestauflage: 1.000 Exemplare			
über 100 g	auf Anfrage	<i>Beilagenstärke Papier: mind. 90 g. Kein Zick-Zack-Falz. Format: max. 230 mm Breite x 310 mm Höhe. Beilagen und Beihefter sind nicht rabattierfähig.</i>			

mm-Anzeigen:	46 mm Breite	62 mm Breite
je mm, s/w	€ 2,80	€ 3,70
je mm, farbig	€ 7,20	€ 9,50
Gelegenheitsanzeigen: (Spaltenbreite 46 mm)		
Stellenangebot je mm	€ 2,20	
Stellengesuch je mm	€ 1,50	
Farbzuschlag: 30 %		
Chiffregebühr Inland	€ 7,00	
Chiffregebühr Ausland	€ 8,50	

Rubrikanzeigen sind nicht rabattierfähig.

Nachlässe	Malstaffel		Mengenstaffel	
	3 Anzeigen =	3 %	1 Seite =	3 %
	6 Anzeigen =	5 %	3 Seiten =	5 %
	9 Anzeigen =	10 %	6 Seiten =	10 %
	12 Anzeigen =	15 %	9 Seiten =	15 %
			12 Seiten =	20 %
Mal- und Mengenstaffeln sind nicht kombinierbar.				
Mittlerprovision 15 %				

Ausgabe	Erscheinungs-termin	Anzeigen-schluss	Druckunterlagen-schluss	Messen/Termine	Themen
02/2018	16.02.2018	19.01.2018	26.01.2018	R+T, Stuttgart: 27.02. – 03.03.2018 Altenpflege, Hannover: 06.03. – 08.03.2018	Neuheiten von Heimtextil, Domotex und Südbund Wohntage Vorbericht R+T
03/2018	16.03.2018	21.02.2018	28.02.2018	Münchner Stoff Frühling, München: 16.03. – 19.03.2018	Neuheiten von der R+T: Sonnenschutzrends 2018 (Teil 1) Textile Bodenbeläge + Hard Carpets Nachberichte Heimtextil, Domotex, imm cologne und Ambiente
04/2018	18.04.2018	16.03.2018	23.03.2018	Proposte, Como: 02.05. – 04.05.2018	Neuheiten von der R+T: Sonnenschutzrends 2018 (Teil 2) Elastische Bodenbeläge Tapetenmarkt Deutschland
05/2018	18.05.2018	20.04.2018	27.04.2018		Parkett, Laminat und Terrassenbeläge Innenliegender Sonnenschutz, Markisen und Insektenschutz
06/2018	15.06.2018	18.05.2018	28.05.2018	Tendance, Frankfurt/M.: 30.06. – 03.07.2018	Modulare Bodenbeläge Verlegewerkstoffe und Zubehör Fassadenfarben und WDVS Vorbericht Tendance
07-08/ 2018	18.07.2018	20.06.2018	27.06.2018	Cadeaux, Leipzig: 01.09. – 03.09.2018 MoOD, Brüssel: September 2018	Sonderausgabe: Designtrends Profile & Leisten Trends bei Vliestapete & Co. PoS-Strategien für den Fachhandel Vorbericht MoOD
09/2018	14.09.2018	17.08.2018	24.08.2018	Südbund Wohntage, Backnang: 26.09. – 27.09.2018	Multilayer und Designböden Farbtrends für den Wohnbereich Referenzobjekte Vorbericht Südbund Wohntage
10/2018	19.10.2018	21.09.2018	28.09.2018	Orgatec, Köln: 23.10. – 27.10.2018 architect@work, Berlin: 07.11. – 08.11.2018	Korkbodenbeläge Textiles fürs Fenster: Plisse & Co. Estriche, Spachtelmassen & Grundierungen Nachberichte Tendance, MoOD und Südbund Wohntage Vorbericht Orgatec
11/2018	16.11.2018	19.10.2018	26.10.2018	architect@work, Stuttgart: 05.12. – 06.12.2018	Teppichböden, Hard Carpets und abgepasste Teppiche Raufaser & Tapete Klassisches Wohnen Nachbericht Orgatec
12/2018- 01/2019	21.12.2018	16.11.2018	26.11.2018	Heimtextil, Frankfurt/M: 08.01. – 11.01.2019 Domotex, Hannover: 11.01. – 14.01.2019 Bau, München: 14.01. – 19.01.2019 imm cologne/Living Kitchen, Köln: 14.01. – 20.01.2019 Südbund Wohntage, Backnang: 23.01. – 24.01.2019 belétage, Salzburg: 27.01. – 28.01.2019 Ambiente, Frankfurt: 08.02. – 12.02.2019	Was 2019 bringt Böden für Wohnen & Objekt Vorberichte Heimtextil, Domotex, Bau, imm cologne, Südbund Wohntage und Ambiente

Farbanzeigen	Farben aus Farbskala ISO 2846-1. Sonderfarben oder Farbtöne, die durch den Zusammendruck von Farben der verwendeten Skala nicht erreicht werden können, bedürfen besonderer Vereinbarung. Einzelheiten auf Anfrage. Der Verlag behält sich vor, aufgrund technischer Erfordernisse, Schmuckfarben auch aus der Vierfarbskala aufzubauen. Geringe Tonwertabweichungen sind im Toleranzbereich des Offsetdruckverfahrens begründet.
Sonderfarben (HKS)	auf Anfrage Farbzuschläge sind rabattierfähig
Druckverfahren	Bogen-Offset, Druck im 70er Raster
Papier	Umschlag: 200 g holzfrei hochglänzend Bilderdruck Innenteil: 115 g holzfrei hochglänzend Bilderdruck
Anzeigen- gestaltung	Bei Neugestaltung bzw. Änderung vorhandener Druckunterlagen berechnen wir die Selbstkosten. Jede Anzeige, von unserem Verlag entworfen und hergestellt, bleibt Eigentum des Verlages und darf nur mit schriftlicher Erlaubnis des Verlegers weiterverwendet werden.

Druckunterlagen	Anlieferung der Daten als druckfähiges (300 dpi) PDF-Format sowie verbindliches Proof nach ISO 12647-7. Die Einstellungen für die PDF-Erstellung (Profil ISO coated v2 300 %) können auf der Internetseite www.pva.de heruntergeladen werden. Falls PDF-Erzeugung nicht möglich: Bilddaten mit 300 dpi als Tiff und/oder unkomprimierte EPS-Dateien inkl. aller verwendeten Schriften. Als Richtlinie für die Bilddaten sollte der Standard des Offsetdruckes zugrunde gelegt werden. Flächendeckung darf insgesamt 300 % nicht überschreiten. Die Printausgabe wird flankiert von einer digitalen Version. Hierbei werden die Printanzeigen deckungsgleich für die digitale Darstellung umgewandelt. Marginale Farbabweichungen können ausnahmsweise auftreten; Reklamationen bei der Digitalausgabe sind ausgeschlossen.
------------------------	---

Datenanlieferung	Druck-PDF (300 dpi) via E-Mail: burkhart@meininger.de Erforderliche Proof- oder Satzarbeiten werden zum Selbstkostenpreis weiterberechnet. Bitte beachten Sie auch die Geschäftsbedingungen in der Auftragsbestätigung.
-------------------------	--

Versandanschrift Druckunterlagen	MEININGER VERLAG GmbH Frau Nadine Burkhart Maximilianstr. 7-17 D-67433 Neustadt/Weinstraße
---	---

Versandanschrift Beilagen	pva, Druck und Medien-Dienstleistungen GmbH Herrn Stefan Klotz Industriestr. 15 D-76829 Landau/Pfalz
--------------------------------------	---

Aktuell und zeitgemäß die Zielgruppe erreichen!

Mindestbelegungsdauer: 4 Wochen; jeweils montags beginnend.

Format	Größe in pixels	Basispreis für 4 Wochen	zusätzliche Woche
Rectangle	250 x 125	€ 255,00	€ 60,00
Square	250 x 250	€ 355,00	€ 85,00

Mengenstaffel:

5 – 8 Wochen: 3 % Rabatt

9 – 12 Wochen: 5 % Rabatt

ab 13 Wochen: 10 % Rabatt

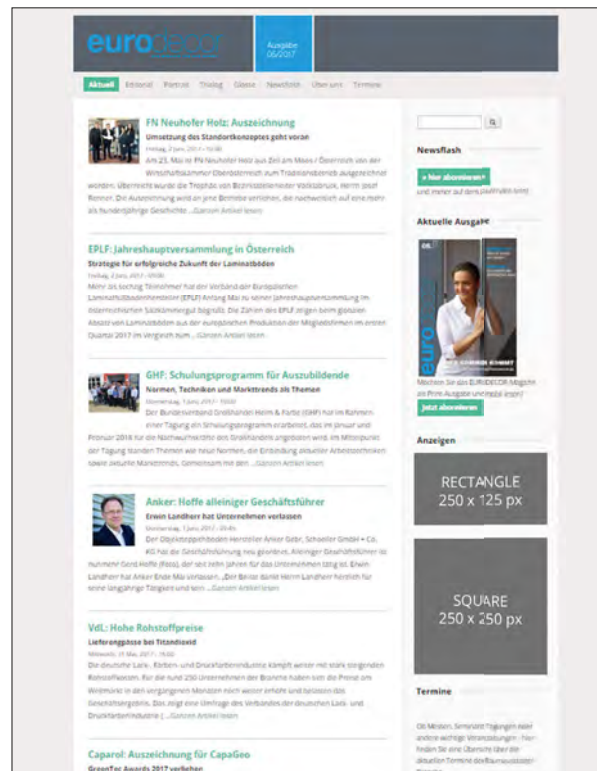
Ihre Ansprechpartnerin für Fragen rund um Onlinewerbung:

Nadine Burkhart
 Tel.: +49 (0) 63 21 / 89 08-72
 burkhart@meininger.de

Datenanlieferung bitte bis eine Woche vor dem ersten Schalttermin an: burkhart@meininger.de

Technische Daten:

Bitte liefern Sie die Daten als JPG oder GIF.
 Die maximale Dateigröße für Banner beträgt 60 KB.



Banner im EURODECOR-Newsflash auf Anfrage.
Format: 600 x 150 Pixel

1 Kurzcharakteristik

EURODECOR ist die Fachzeitschrift für den gesamten Handel mit Produkten des Raumausstatterhandwerks. Dazu gehören die Bereiche Bodenbeläge, Farben, Sonnenschutz, Wandbeläge, Deko- und Möbelstoffe sowie Accessoires. EURODECOR ist ausgerichtet auf die Zielgruppe, die im Fach- und Großhandel, in der dazugehörigen Industrie und im Handwerk operiert.

Das redaktionelle Angebot entspricht nach Inhalt und Aufmachung punktgenau den Informationsbedürfnissen der Zielgruppe: Kurze, konzentrierte, schnell erfassbare Profi-Informationen, aktuell und optisch bestens aufbereitet, sichern dem Handel den Informations- und Wissensvorsprung, den er für seine erfolgreiche Arbeit täglich braucht. Informationen aus dem Handel, über den Handel, Nachrichten und Kommentare aus der gesamten Branchenszene, Markttrends, Produktinfos über neue Kollektionen, viele Interviews und Porträts sowie Messeberichterstattungen gehören zum redaktionellen Programm.

2 Organ	—		
3 Herausgeber	Peter Meininger		
4 Chefredaktion	Birgit Jünger	+49 (0) 63 21 / 89 08-42	
Redaktion	Alexander Radziwill	+49 (0) 30 / 68 83 15 53	
	Nicole Stolpmann	+49 (0) 28 33 / 5 72 45 13	
5 Geschäftsleitung Media	Ralf Clemens	+49 (0) 63 21 / 89 08-81	
6 Mediaberatung	Susanne Kleber	+49 (0) 63 21 / 89 08-66	
	Sarah Grundmann	+49 (0) 63 21 / 89 08-53	
Verwaltung	Nadine Burkhart	+49 (0) 63 21 / 89 08-72	
7 Jahrgang/Jahr	47. Jahrgang 2018		
Erscheinungsweise	10-mal jährlich		

8 Verlag	MEININGER VERLAG GmbH		
9 Postanschrift	67433 Neustadt an der Weinstraße		
10 Telefon	+49 (0) 63 21 / 89 08-0		
Telefax	+49 (0) 63 21 / 89 08-80		
11 Internet	www.meininger.de		
E-Mail	kleber@meininger.de grundmann@meininger.de		

12 Erscheinungs-/

Redaktionsplan siehe Themen- und Terminplan 2018

13 Bezugspreis Jahresabonnement

(inkl. Porto und MwSt.) Inland	92,40 €
Einzelverkaufspreis	9,80 €

14 Umfangs-Analyse (2016) = 10 Ausgaben

Format der Zeitschrift: 234 mm breit x 315 mm hoch

Gesamtumfang:	632 Seiten	= 100,00 %
Redaktioneller Teil:	560 Seiten	= 88,61 %
Anzeigenteil:	72 Seiten	= 11,39 %
davon		
Gelegenheitsanzeigen:	0 Seiten	
Ein-/Durchhefter:	0 Seiten	
Beilagen:	2 Stück	
davon Teilbeilagen	0 Stück	

15 Inhalts-Analyse des redaktionellen Teils 2016 (560 Seiten)

Titel	10,0 Seiten	= 1,8 %
Intro	6,6 Seiten	= 1,2 %
Inhalt	17,5 Seiten	= 3,1 %
Kompakt	34,7 Seiten	= 6,2 %
Magazin	58,3 Seiten	= 10,4 %
Südbund	20,0 Seiten	= 3,6 %
Porträt	19,0 Seiten	= 3,4 %
Messe	153,7 Seiten	= 27,4 %
Themen	117,5 Seiten	= 21,0 %
Produkte/Objekte	99,0 Seiten	= 17,7 %
Service	14,7 Seiten	= 2,6 %
Glosse	5,0 Seiten	= 0,9 %
Preview / Impressum	4,0 Seiten	= 0,7 %
	560 Seiten	= 100,0 %

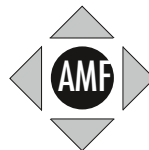
16 Auflagenkontrolle:	
17 Auflagen-Analyse:	Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt (1. Juli 2016 bis 30. Juni 2017)
Druckauflage:	7.500
Tatsächlich verbreitete Auflage:	7.403
(TVA)	
	692 Abonnierte Exemplare – davon 433 Mitgliederstücke
	9 sonstiger Verkauf
Verkaufte Auflage:	701
Freistücke:	6.702
	97 Rest-, Archiv- und Belegexemplare

18 Geographische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	Prozent	Exemplare
Bundesrepublik Deutschland	99,3	7.352
Ausland	0,7	51
tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	7.403
Nielsen-Gebiet 1	19,0	1.397
Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen, Niedersachsen		
Nielsen-Gebiet 2	28,1	2.066
Nordrhein-Westfalen		
Nielsen-Gebiet 3a	15,6	1.147
Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland		
Nielsen-Gebiet 3b	12,7	934
Baden-Württemberg		
Nielsen-Gebiet 4	16,8	1.235
Bayern		
Nielsen-Gebiet 5a + 5b	2,1	154
Berlin West u. Ost		
Nielsen-Gebiet 6	2,5	184
Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt		
Nielsen-Gebiet 7	3,2	235
Thüringen, Sachsen		
INLAND	100,0	7.352

19 Branchen/Wirtschaftszweige/Fachrichtungen/Berufsgruppen

Empfängergruppen	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	Prozent	Exemplare
– Großhandelsunternehmen inkl. Niederlassungen für Bodenbeläge, Farben, Heimtextilien, Sonnenschutz, Tapeten	8,7	648
– Einzelhandelsbetriebe/Objekteure/Raumausstatter Fachgeschäfte und Fachmärkte für Bodenbeläge, Farben, Heimtextilien, Sonnenschutz, Tapeten	80,3	5.943
– Fachabteilungen für Bodenbeläge, Farben, Heimtextilien, Sonnenschutz, Tapeten in Bau- und Heimwerkermärkten, Möbel- und Kaufhäusern	4,3	317
– Industrie/Hersteller inkl. Außendienst	5,8	428
– Sonstige Behörden, Sonstige	0,9	67
Tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	7.403



Anwendung nur gemäß Richtlinien für die Erstellung der AMF-Karten (Stand 1992) gestattet.

Allgemeine Geschäftsbedingungen



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 Zeitschrift oder Zeitung 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 Geschäftsverkehr 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. Der Inhalt ein Auftrag gemäß Ziffer 1 und 2 aus Umständen nicht erfüllt, die die 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. 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 und Fremdbeilagen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckchrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, 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. Platzierungsbestätigungen gelten nur unter Vorbehalt und können aus technischen Gründen geändert werden. In solchen Fällen kann der Verlag nicht haftbar gemacht werden.

6. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an Text und nicht an andere 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 – und Beilagenaufträge 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 bindend.
Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbandwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeverbindlichkeit des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Vermerkungsauflages. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteiles der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdzugänge beinhalten, können aus diesen Gründen vom Verlag abgelehnt werden.
Die Abnahme 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, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder

den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Der Auftraggeber hat vor dem digitalen Übermittlung von Druckunterlagen dafür Sorge zu tragen, dass die übermittelten Daten frei von Computerviren sind. Entdeckt der Verlag auf einer ihm übermittelten Datei Computerviren, wird diese Datei gelöscht, ohne dass der Auftraggeber hieraus Ansprüche geltend machen könnte. Der Verlag behält sich vor, den Auftraggeber auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Auftraggeber übermittelte Computerviren von Verleumdungen, Schmähungen und, Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbarung ist 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 zurücksandend. 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.

Der Verlag ist verpflichtet, die Ersatzanzeige oder die Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verschreiben oder ist die Ersatzanzeige/Satzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrages ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verschulden sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und der Höhe nach auf die für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlages, seine gesetzlichen Vertreter und seiner Erfüllungsgeldnehmer. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit oder Erfüllungsgeldnehmer; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den vorhersehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigentelleges 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 offensichtlichen 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 zu liefernden Probeanzeigen. Der Verlag behält sich das Recht vor, Druckkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probebezuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Bruchhöhe 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. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
Rabattgutschriften und Rabattnachbelastungen erfolgen grundsätzlich erst zum Ende des Insertionsjahres.

14. Bei Zahlungsvorgang oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die einziehenden Kosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsvorgang die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Zahlung 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 Voraussetzung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten und 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. Aus einer Auflageminderung kann nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisermäßigung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantieauflage unterschritten wird. Eine Auflageminderung ist nur dann ein auf Preisermäßigung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie

- bei einer Garantieauflage bis zu 50 000 Exemplaren mindestens 20 v. H.,
- bei einer Garantieauflage über 50 000 Exemplaren mindestens 15 v. H.

beträgt. Eine Auflageminderung aus Gründen der Ziffer 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 verbreitete) Auflage des vorausgegangenen Kalenderjahres. Darüber hinaus sind bei Abschluss der Preisermäßigungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Verlag zurücktreten konnte.

17. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibepost 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 ein 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 A 4 überschreiten, sowie Waren, Bücher, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

18. Für den Anzeigenauftrag gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland.

Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Juristischen Personen des öffentlichen Rechts sowie bei Sitz des Verlegherren, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei Sitz des Verlegherren, die im Inland ihren Geschäftssitz haben, ist der 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. Der Werbungsmitteil und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten.

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 wurden. 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 ausgeübt werden.

21. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 20 Prozent besteht. 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. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen schriftlichen Zustimmung durch den Verlag. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

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 zugelierten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrages von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen, insbesondere des Wettbewerbs- und Urheberrechtes entstehen können. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverfolgung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverfolgung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber verpflichtet sich, die Kosten der Veröffentlichung einer eventuell notwendigen Gegenandstellung nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs zu tragen.

23. 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 Auftrages notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.

23. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskraft, rechtswidriger 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 zu tatsächlich ausgelieferter Auflage steht.

24. Gemäß § 33 BDSG weisen wir darauf hin, dass im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die erforderlichen Kunden- und Lieferdaten mit Hilfe der elektronischen Datenverarbeitung gespeichert werden.