

eurodecor



MEDIADATEN 2020



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 2020
	Assistentin Geschäftsleitung Media: Silke Geiger +49 (0) 63 21 / 89 08-49 geiger@meininger.de	Bezugspreis:	Jahresabonnement € 92,40 (Inland) (inkl. Porto und MwSt.)
	Verkaufsleitung: Susanne Kleber +49 (0) 63 21 / 89 08-66 kleber@meininger.de	Einzelpreis:	€ 9,80
	Mediaberatung: Nathalie Brust +49 (0) 63 21 / 89 08-47 brust@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	€ 4.850
3/4 Seite	199	214	234	228	€ 3.900
2/3 Seite hoch	130	286	153	315	€ 3.900
2/3 Seite quer	199	189	234	203	€ 3.900
1/2 Seite hoch	97	286	118	315	€ 3.015
1/2 Seite quer	199	141	234	158	€ 3.015
1/3 Seite hoch	62	286	84	315**	€ 2.510**
1/3 Seite quer	199	93	234	107**	€ 2.510**
1/4 Seite hoch	46	286	68	315**	€ 2.100**
1/4 Seite quer	199	69	234	83**	€ 2.100**

Formate auf Doppelseiten					
2/1 Seite	433	286	468	315	€ 9.700
2 x 1/2 Seite quer über Bund	433	141	468	158	€ 6.030

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	€ 5.650
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 € 2.100	bis 25 g je Tausend € 370	<i>Aufgeklebte Postkarten auf Einheftern oder ganzseitigen Anzeigen</i>
bis 50 g € 2.600	bis 50 g je Tausend € 450	Klebekosten (maschinell) € 137 pro Tausend
bis 75 g € 3.050	über 50 g je Tausend auf Anfrage	Klebekosten (von Hand) € 218 pro Tausend
bis 100 g € 3.450	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	€ 2,90	€ 3,80
je mm, farbig	€ 7,40	€ 9,70
Gelegenheitsanzeigen: (Spaltenbreite 46 mm)		
Stellenangebot je mm	€ 2,30	
Stellengesuch je mm	€ 1,60	
Farbzuschlag: 30 %		
Chiffregebühr Inland	€ 7,00	
Chiffregebühr Ausland	€ 8,50	

Rubrikanzeigen sind nicht rabattierfähig.

Nachlässe	Malstaffel	Mengenstaffel
		3 Anzeigen = 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
02/2020	14.02.2020	17.01.2020	24.01.2020	EuroShop, Düsseldorf: 16.02. – 20.02.2020	Die Unternehmen des Jahres 2019 Neuheiten von Heimtextil, Domotex, imm cologne und Südbund Wohntage
03/2020	13.03.2020	19.02.2020	26.02.2020	Münchner Stoff Frühling, München: 12.03. – 15.03.2020 Altenpflege, Hannover: 24.03. – 26.03.2020	Sonnenschutzrends 2020 Elastische Bodenbeläge Vorbericht Altenpflege Nachberichte Heimtextil, Domotex, imm cologne, Ambiente und EuroShop
04/2020	17.04.2020	13.03.2020	20.03.2020	architect@work, Wiesbaden: Frühling 2020 Proposte, Como: April 2020	Textile Bodenbeläge und Hard Carpets Tapetenmarkt Deutschland Textile Raumkultur
05/2020	15.05.2020	20.04.2020	27.04.2020		Parkett, Laminat und Terrassenbeläge Innenliegender Sonnenschutz, Markisen und Insektenschutz
06/2020	19.06.2020	20.05.2020	27.05.2020	Tendence, Frankfurt/M.: 27.06. – 30.06.2020	Bodenbeläge fürs Objekt Verlegewerkstoffe und Zubehör Fassadenfarben Vorbericht Tendence
07-08/ 2020	17.07.2020	19.06.2020	26.06.2020		Profile & Leisten Vliestapete & Co. PoS-Strategien für den Fachhandel Vorbild Natur Vorbericht Decosit
09/2020	18.09.2020	19.08.2020	26.08.2020	Südbund Wohntage, Backnang: 23.09. – 24.09.2020 Decosit, Brüssel: September 2020	Sonderausgabe: Intelligentes Raumdesign für Health & Care (Böden, Stoffe, Wände und Fenster) Modulare Böden Referenzobjekte Vorberichte Südbund Wohntage und Orgatec Nachbericht Tendence
10/2020	16.10.2020	18.09.2020	25.09.2020	Orgatec, Köln: 27.10. – 31.10.2020 architect@work, Berlin: 11.11. – 12.11.2020	Korkbodenbeläge Plisse & Co. Estriche, Spachtelmassen & Grundierungen Nachberichte Südbund Wohntage und Decosit
11/2020	13.11.2020	16.10.2020	23.10.2020	architect@work, Stuttgart: 02.12. – 03.12.2020	Rigid Core Bodenbeläge Teppichböden, Hard Carpets und abgepasste Teppiche Raufaser & Tapete
12/2020- 01/2021	18.12.2020	13.11.2020	23.11.2020	Bau, München: 11.01. – 16.01.2021 Heimtextil, Frankfurt/M.: 12.01. – 15.01.2021 Domotex, Hannover: Januar 2021 imm cologne, Köln: Januar 2021 Südbund Wohntage, Backnang: 27.01. – 28.01.2021 Ambiente, Frankfurt: Februar 2021	Was 2021 bringt Böden für Wohnen & Objekt Farbtrends für den Wohnbereich Vorberichte Bau, Heimtextil, Domotex, imm cologne, Südbund Wohntage und Ambiente Nachbericht Orgatec

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

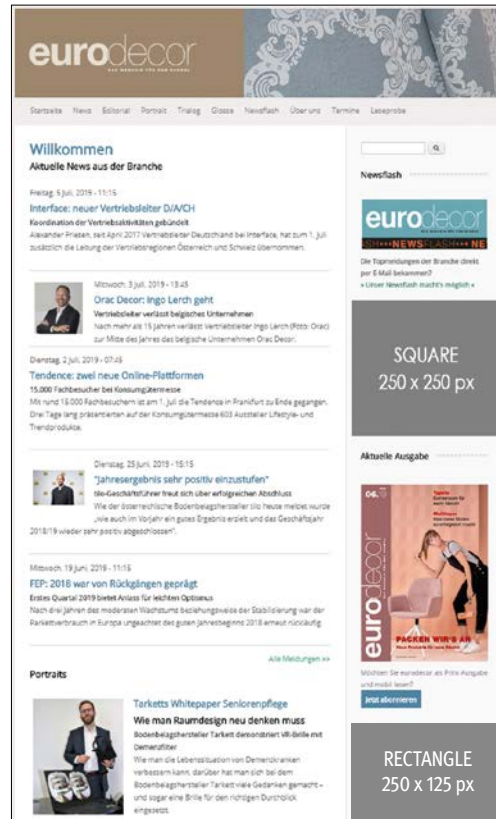
**Versandanschrift
Beilagen**
pva, Druck und Medien-Dienstleistungen GmbH
Herrn Stefan Klotz
Industriestr. 15
D-76829 Landau/Pfalz



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

Ihre Ansprechpartnerin für Fragen rund um Onlinewerbung:
 Charlotte Diemer
 Tel.: +49 (0) 63 21 / 89 08-40
 diemer@meining.de

Datenanlieferung bitte bis eine Woche vor dem ersten Schalltermin an: burkhart@meining.de



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

Preis für 4 Wochen:
Rectangle:
 265 Euro
Square:
 365 Euro

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
Assistentin Geschäftsleitung Media	Silke Geiger +49 (0) 63 21 / 89 08-49
6 Verkaufsführung	Susanne Kleber +49 (0) 63 21 / 89 08-66
Mediaberatung	Nathalie Brust +49 (0) 63 21 / 89 08-47
Verwaltung	Nadine Burkhart +49 (0) 63 21 / 89 08-72
7 Jahrgang/Jahr	49. Jahrgang 2020
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 brust@meininger.de

12 Erscheinungs-/

Redaktionsplan siehe Themen- und Terminplan 2020

13 Bezugspreis Jahresabonnement

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

14 Umfangs-Analyse (2018) = 10 Ausgaben

Format der Zeitschrift: 234 mm breit x 315 mm hoch

Gesamtumfang:	612 Seiten = 100,00 %
Redaktioneller Teil:	542 Seiten = 88,56 %
Anzeigenteil:	70 Seiten = 11,44 %
davon	
Gelegenheitsanzeigen:	0 Seiten
Ein-/Durchhefter:	0 Seiten
Beilagen:	0 Stück
davon Teilbeilagen	0 Stück

15 Inhalts-Analyse des redaktionellen Teils 2018 (542 Seiten)

Titel	10,0 Seiten = 1,8 %
Intro	6,6 Seiten = 1,2 %
Inhalt	17,5 Seiten = 3,2 %
Kompakt	30,3 Seiten = 5,6 %
Magazin	60,6 Seiten = 11,2 %
Südbund	20,0 Seiten = 3,7 %
Porträt	19,7 Seiten = 3,6 %
Messe	138,3 Seiten = 25,5 %
Themen	122,8 Seiten = 22,7 %
Produkte/Objekte	99,0 Seiten = 18,3 %
Service	9,7 Seiten = 1,8 %
Glosse	3,5 Seiten = 0,7 %
Preview / Impressum	4,0 Seiten = 0,7 %
	<hr/>
	542 Seiten = 100,0 %

16 Auflagen-Analyse: Exemplare pro Ausgabe
im Jahresdurchschnitt
(1. Juli 2018 bis 30. Juni 2019)

Druckauflage:	7.500
Tatsächlich verbreitete Auflage:	7.414
(TvA)	

17 Branchen/Wirtschaftszweige/Fachrichtungen/Berufsgruppen

Empfängergruppen	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	Prozent	Exemplare
- Großhandelsunternehmen inkl. Niederlassungen für Bodenbeläge, Farben, Heimtextilien, Sonnenschutz, Tapeten	8,3	618
- Einzelhandelsbetriebe/Objekteure/Raumausstatter Fachgeschäfte und Fachmärkte für Bodenbeläge, Farben, Heimtextilien, Sonnenschutz, Tapeten	80,3	5.953
- Fachabteilungen für Bodenbeläge, Farben, Heimtextilien, Sonnenschutz, Tapeten in Bau- und Heimwerkermärkten, Möbel- und Kaufhäusern	4,2	313
- Industrie/Hersteller inkl. Außendienst	6,2	461
- Sonstige Behörden, Sonstige	1,0	69
Tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	7.414

18 Geographische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	Prozent	Exemplare
Bundesrepublik Deutschland	99,3	7.360
Ausland	0,7	54
tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	7.414
Nielsen-Gebiet 1 Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen, Niedersachsen	19,8	1.458
Nielsen-Gebiet 2 Nordrhein-Westfalen	26,3	1.936
Nielsen-Gebiet 3a Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland	15,1	1.111
Nielsen-Gebiet 3b Baden-Württemberg	12,5	920
Nielsen-Gebiet 4 Bayern	17,9	1.317
Nielsen-Gebiet 5a + 5b Berlin West u. Ost	4,3	316
Nielsen-Gebiet 6 Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt	2,5	184
Nielsen-Gebiet 7 Thüringen, Sachsen	1,6	118
INLAND	100,0	7.360

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. Wird 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 Druckschrift 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 beinhaltet den Verlag zur Erhebung eines Verbandsaufchlages. 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 Abrechnung 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 die Verantwortung für die Bereitstellung 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 mitgelieferte Computerviren eine Vermittlung von Druckunterlagen durch das Verlags für den vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.

9. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber 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.

Lässt der Verlag eine ihm für die Abrücknahme oder die Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen, so ist die Ersatzanzeige/ersatzveröffentlichung erneut nicht einfordern, oder 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 schränkt auf Ersatz des vorhersehbareren 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 Verlags, seine gesetzlichen Vertreter und seiner Erfüllungsglieder. 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 Erfüllungsgliedern; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den vorhersehbareren 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, fehlerkorrektur, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei 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 etwaigen 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 vereinbarte Zahlungsziel von der Voraussetzung 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 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. Aus einer Auftragsminderung 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 Garantieaufgabe unterschritten wird. Eine Auftragsminderung ist nur dann ein zur Preisermäßigung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie

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

beträgt. Eine Auftragsminderung aus Gründen der Ziffer 23 bleibt unberücksichtigt. Als Garantieaufgabe gilt die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder, wenn eine Auflage nicht genannt ist, die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vorausgegangenen Kalenderjahres. Darüber hinaus sind bei Abschluss der Preisermäßigungsanfrage 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.

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 in 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 Verlags. Der Auftraggeber ist der Öffentlichkeit und Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder der Öffentlichkeit Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz.

Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt

aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

19. Die 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 beanprucht, 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 Bestätigung durch den Verlag.

Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzugeben; 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 Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

Der Auftraggeber verpflichtet sich, die Kosten der Veröffentlichung einer eventuell notwendigen Gegendarstellung nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs zu tragen.

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. Vorgernannte 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 Rechnungsbeitrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage auf tatsächlich ausgelieferten 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.