

eurodecor

MEDIADATEN 2022





auch als digitale Version erhältlich

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!

2

Verlagsangaben

eurodecor

Verlag: **MEININGER VERLAG GmbH**
Maximilianstr. 7-15
D-67433 Neustadt

Kontakt: **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

Geschäftsleitung Sales & Marketing:
Frank Apfel +49 (0) 63 21 / 89 08-81
apfel@meininger.de

Assistentin Geschäftsl. Sales & Marketing:
Silke Geiger +49 (0) 63 21 / 89 08-49
geiger@meininger.de

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

Produktion (verantwortlich):
Patrick Rubick +49 (0) 63 21 / 89 08-55

Telefax: +49 (0) 63 21 / 89 08-80

Internet: www.eurodecor.de

Erscheinungsweise: siehe Themen- und Terminplan 2022

Bezugspreis: Jahresabonnement € 92,40 (Inland)
(inkl. Porto und MwSt.)

Einzelpreis: € 9,80

Zahlungsbedingungen: Sofort ohne Abzug. Bei Vorauszahlung bzw.
Abbuchung 2 % Skonto.

Bankverbindung: Sparkasse Rhein-Haardt
IBAN: DE 22 5465 1240 0001 9261 46
BIC: MALA DE 51DKH

Geschäftsbedingungen: Für die Abwicklung von Aufträgen gelten
die Geschäftsbedingungen des Verlages
im Verlagswesen (siehe jeweilige Auftrags-
bestätigung).

3.1

Themen- und Terminplan 2022

Ausgabe	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss	Druckunterlagenchluss	Messen/Termine	Themen
02/2022	11.02.2022	14.01.2022	21.01.2022	Heimtextil, Frankfurt: 11.01. – 14.01.2022 Domotex, Hannover: 13.01. – 16.01.2022 imm cologne, Köln: 17.01. – 23.01.2022 Südbund Wohntage Frühjahr/Sommer, Backnang: 26.01. – 27.01.2022 Ambiente, Frankfurt: 11.02. – 15.02.2022 R+T, Stuttgart: 21.02. – 25.02.2022	Neuheiten: Heimtextil, Domotex, Ambiente, imm cologne & Südbund Wohntage Frühjahr/Sommer Vorbericht R+T Stuttgart Vorbericht FAF München
03/2022	11.03.2022	18.02.2022	25.02.2022	FAF, München: 09.03. – 12.03.2022 Münchner Stoff Frühling, München: 31.03. – 03.04.2022	Neuheiten R+T, Teil 1 Sonnenschutzrends 2022, Teil 1 Textile Bodenbeläge + Hard Carpets Nachberichte Heimtextil & Domotex Nachbericht Ambiente
04/2022	14.04.2022	11.03.2022	18.03.2022	Altenpflege, Nürnberg: 26.04. – 28.04.2022	Elastische Bodenbeläge Tapete & Handel Neuheiten R+T, Teil 2 Sonnenschutzrends 2022, Teil 2 Nachbericht Münchner Stoff Frühling
05/2022	13.05.2022	22.04.2022	29.04.2022		Innenliegender Sonnenschutz, Markisen & Insektenschutz Parkett, Laminat & Terrassenbeläge
06/2022	17.06.2022	20.05.2022	27.05.2022		Verlegewerkstoffe und Zubehör Bodenbeläge fürs Objekt Farbe für Innen und Außen
07-08/ 2022	12.08.2022	08.07.2022	15.07.2022		Sonderausgabe: Nachhaltigkeit in der Branche Profile & Leisten PoS-Strategien für den Fachhandel Vliestapete & Co.

3.2

Themen- und Terminplan 2022

Ausgabe	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss	Messen/Termine	Themen
09/2022	16.09.2022	19.08.2022	26.08.2022	Südbund Wohntage Herbst/Winter, Backnang: 28.09. – 29.09.2022	Modulare Böden Referenzobjekte Vorbericht Südbund Wohntage Herbst/Winter
10/2022	14.10.2022	16.09.2022	23.09.2022		Korkbodenbeläge Plisse & Co. Produktrends Fußbodentechnik Nachbericht Südbund Wohntage
11/2022	11.11.2022	14.10.2022	21.10.2022		Raufaser & Tapete Böden für Wohnen & Objekt Made in Germany
12/2022- 01/2023	16.12.2022	18.11.2022	25.11.2022	Südbund Wohntage Frühjahr/Sommer, Backnang: 25. – 26.01.2023 Casa, Salzburg: Januar 2023 Domotex, Hannover: Januar 2023	Was 2023 bringt Farbtrends für den Wohnbereich Vorberichte Heimtextil, Domotex, imm cologne, Südbund Wohntage & Casa

Ständige Rubriken: • Porträt • Interview • Findex • Neuheiten • Glosse • Termine • Produkte • Objekte

4

Anzeigenformate und -preise in €

(ohne MwSt./Preisliste Nr. 49, gültig ab 1.10.2021)

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

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 % 12 Anzeigen = 10 % 24 Anzeigen = 15 %	1 Seite = 3 % 3 Seiten = 5 % 6 Seiten = 10 % 9 Seiten = 15 % 12 Seiten = 20 %
Mal- und Mengenstaffeln sind nicht kombinierbar. Mittlerprovision 15 %		

5

Weitere Formate, Sonderformate und -preise in €

(ohne MwSt./Preisliste Nr. 49,
gültig ab 1.10.2021)

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>			

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	

6

Online Werbeformate

(Preise in € ohne MwSt.)

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

Ihre Ansprechpartnerin für Fragen rund um Onlinewerbung:

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

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

eurodecor abonnieren | Webseite | als App lesen | Mehr Magazine

Neuer President IVC Commercial Flooring International

Avelgen Ivo Schintz ist neuer President IVC Commercial Flooring bei der IVC Group. Schintz verfügt über mehr als zwanzig Jahre Erfahrung im Commercial-Business in der Bodenbelagsbranche bei Tarkett, zuletzt als Geschäftsführer in Deutschland und Vice President Central Europe. 2017 wechselte er in die Holzwerkstoff-Branche. Als President IVC Commercial Flooring International verantwortet er die gesamten Commercial-Aktivitäten. Darüber hinaus setzt er Schwerpunkte bei der Produktentwicklung und beim Marketing, abgestimmt auf die individuellen Märkte. Die Position von Ivo Schintz sei ein klares Bekenntnis zur Unternehmensstrategie, im Commercial-Business zu wachsen und dieses Geschäft international stark zu besetzen, erklärt IVC.

Die 1997 gegründete IVC Group ist ein Produzent von Teppichfliesen, Luxury Vinyl Tiles (LVT) und heterogenen Vinylböden. Mit rund 2.000 Mitarbeitern und zehn Produktionsstandorten in Belgien, Luxemburg, den Vereinigten Staaten und Russland produziert die Gruppe jährlich mehr als 180 Millionen Quadratmeter Bodenbelag. Seit 2015 ist die IVC Group Teil des amerikanischen Unternehmens Mohawk Industries Inc., dem weltweiten Marktführer für Bodenbeläge. Jan Vergote, der CEO IVC Group, erklärt: „Um unser Commercial-Business weiter voranzutreiben, freuen wir uns, ab sofort Ivo Schintz als President IVC Commercial Flooring International begrüßen zu können.“ (rad)

600 x 150 px

MEHR THEMEN...

...gibt es online
» unter www.eurodecor.de
» in unserem Newsbereich
oder in unserem Heft!

Fragen & Anregungen
Sie möchten Kontakt zur Redaktion aufnehmen?
Schreiben Sie einfach an eurodecor@meining.de.

Media-Daten & Anzeigen
Informationen zur Anzeigen-Schaltung und die
Mediadaten erhalten Sie unter meda@meining.de.

eurodecor@meining.de
www.eurodecor.de

vom Newsletter abmelden
[Widernf personenbezogenes Tracking](#)

MEININGER VERLAG GmbH
Meiningerstr. 7-17, 07433 Neustadt/Weinstraße
Tel.: +49 (0)321 9306-77

Geschäftsführer: Andree Meininger-Aghil,
Christoph Meininger, Peter Meininger
Registernummer: L 24013/1
USt-IdNr.: DE 149 351 931

Preis für 4 Wochen:
Rectangle: 265 Euro

Square: 365 Euro

Technische Daten:
Bitte liefern Sie
die Daten als
JPG oder GIF.

Die maximale
Dateigröße für
Banner beträgt
60 KB.

eurodecor

eurodecor
DAS MAGAZIN FÜR DEN HANDEL

Startseite | News | Editorial | Advertorials | Portrait | Dialog | Glasse | Newsflash | Über uns | Termine | Leseprobe

Willkommen

Aktuelle News aus der Branche

Dienstag, 6. Juli, 2021 - 17:30
Interface Gewinner der DGNB Sustainability Challenge
CO2-negative Teppichfliese überzeugt in der Kategorie „Innovation“
Anlässlich ihres Tags der Nachhaltigkeit hat die Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB) am 1. Juli den Preisträger der diesjährigen DGNB Sustainability Challenge 2021 bekanntgegeben.

Freitag, 2. Juli, 2021 - 11:15
Volker Knieß wird Key-Account-Manager
Windmüller stärkt den Objektbereich
Die Windmüller GmbH, Hersteller von Bodenbelägen der Marke wineo, Augustdorf, richtet ihren Vertrieb verstärkt auf den Objektbereich aus:
Am 14. Juni 2021 hat Volker Knieß (58) dazu die Stelle des Key-Account-Managers angetreten.

Donnerstag, 1. Juli, 2021 - 10:15
Von Marke drapilux verabschiedet
Neuausrichtung bei Schmitz Textiles
Schmitz Textiles, Emsdetten, wird umfassend restrukturiert und verabschiedet sich von seinen Indoor-Textilien. „Eine Liquidation ist abgewendet, 106 Arbeitsplätze sind gerettet.“

Montag, 28. Juni, 2021 - 09:45
Markus Spieß neuer Vertriebsdirektor Deutschland
PCI will Kernmarkt noch „marktnäher ausrichten“
Die PCI in Augsburg will ihren Vertrieb im Kernmarkt Deutschland nach eigenen Angaben „noch marktnäher ausrichten“; Markus Spieß hat seit Juni die Verantwortung als PCI-Vertriebsdirektor Deutschland übernommen und berichtet in dieser Funktion an Marc C.

Donnerstag, 24. Juni, 2021 - 10:15
Stefan Walther neu im Team
MeisterWerke baut Objektgeschäft weiter aus
Stefan Walther ist seit Mai in der neu geschaffenen Position als Objektberater Deutschland Nord für die MeisterWerke, Rütten-Meiste, tätig. Die MeisterWerke waren Anfang 2020 ins Objektgeschäft eingestiegen. Jetzt wurde der Bereich unter der Leitung von Dirk Steinmeier weiter ausgebaut.

Anzeige

Anzeige

Advertorials

Square
250 x 250 px

RECTANGLE
250 x 125 px

Aktuelle Ausgabe

06.21
eurodecor
ENTPANNTER SOMMER

Möchten Sie eurodecor als Print-Ausgabe und mobil lesen?
[jetzt abonnieren](#)

7

Drucktechnische Infos

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
Anzeigengestaltung	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.westermann-druck.de/downloads heruntergeladen werden.** 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. 7-15
D-67433 Neustadt/Weinstraße

Versandanschrift Beilagen

westermann Druck | pva
c/o johnen-druck GmbH & Co. KG
Abt. Lettershop / TAV
Bornwiese 5
54470 Bernkastel-Kues

8

Redaktion / Verlag / Umfangs-Analyse / Inhalts-Analyse

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 Redaktion	Birgit Jünger +49 (0) 63 21 / 89 08-42 Alexander Radziwill +49 (0) 30 / 68 83 15 53 Nicole Stolpmann +49 (0) 28 33 / 5 72 45 13
5 Geschäftsleitung Sales & Marketing Assistentin Geschäftsl. Sales & Marketing	Frank Apfel +49 (0) 63 21 / 89 08-81 Silke Geiger +49 (0) 63 21 / 89 08-49
6 Mediaberatung/ Auftragsabwicklung	Nadine Burkhart +49 (0) 63 21 / 89 08-72
7 Jahrgang/Jahr Erscheinungsweise	51. Jahrgang 2022 10-mal jährlich
8 Verlag	MEININGER VERLAG GmbH
9 Postanschrift	Maximilianstr. 7 – 15 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 burkhart@meininger.de

12 Erscheinungs- / Redaktionsplan siehe Themen- und Terminplan 2022

13 Bezugspreis Jahresabonnement

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

14 Umfangs-Analyse (2020) = 9 Ausgaben

Format der Zeitschrift: 234 mm breit x 315 mm hoch

Gesamtumfang:	516 Seiten = 100,00 %
Redaktioneller Teil:	480 Seiten = 93,02 %
Anzeigenteil:	36 Seiten = 6,98 %
davon	
Gelegenheitsanzeigen:	0 Seiten
Ein-/Durchhefter:	0 Seiten
Beilagen:	0 Stück
davon Teilbeilagen	0 Stück

15 Inhalts-Analyse des redaktionellen Teils 2020 (480 Seiten)

Titel	9,0 Seiten = 1,9 %
Intro	6,6 Seiten = 1,4 %
Inhalt	15,5 Seiten = 3,2 %
Kompakt	38,3 Seiten = 8,0 %
Magazin	77,3 Seiten = 16,1 %
Südbund	18,0 Seiten = 3,8 %
Porträt	12,0 Seiten = 2,5 %
Messe	60,3 Seiten = 12,6 %
Themen	120,5 Seiten = 25,1 %
Produkte/Objekte	105,0 Seiten = 21,9 %
Service	11,7 Seiten = 2,4 %
Glosse	1,8 Seiten = 0,3 %
Preview / Impressum	4,0 Seiten = 0,8 %

480 Seiten = 100,0 %

9

Auflagen- und Verbreitungs-Analyse / Strukturanalyse Empfänger

16 Auflagen-Analyse: Exemplare pro Ausgabe
im Jahresdurchschnitt
(1. April 2021 bis 30. Juni 2021)

Druckauflage:	7.500
Tatsächlich verbreitete Auflage:	7.380 (TvA)

17 Geographische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	Prozent	Exemplare
Bundesrepublik Deutschland	99,2	7.322
Ausland	0,8	58
tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	7.380
Nielsen-Gebiet 1 Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen, Niedersachsen	18,1	1.325
Nielsen-Gebiet 2 Nordrhein-Westfalen	24,4	1.787
Nielsen-Gebiet 3a Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland	15,6	1.142
Nielsen-Gebiet 3b Baden-Württemberg	15,4	1.128
Nielsen-Gebiet 4 Bayern	18,5	1.355
Nielsen-Gebiet 5a + 5b Berlin West u. Ost	4,5	329
Nielsen-Gebiet 6 Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt	2,2	161
Nielsen-Gebiet 7 Thüringen, Sachsen	1,3	95
INLAND	100,0	7.322

17 Branchen/Wirtschaftszweige/Fachrichtungen/Berufsgruppen

Empfängergruppen.	Anteil tatsächlich verbreiteter Auflage	
	Prozent	Exemplare
- Großhandelsunternehmen inkl. Niederlassungen für Bodenbeläge, Farben, Heimtextilien, Sonnenschutz, Tapeten	8,0	583
- Einzelhandelsbetriebe/Objekteure/Raumausstatter Fachgeschäfte und Fachmärkte für Bodenbeläge, Farben, Heimtextilien, Sonnenschutz, Tapeten	81,0	5.941
- Fachabteilungen für Bodenbeläge, Farben, Heimtextilien, Sonnenschutz, Tapeten in Bau- und Heimwerkermärkten, Möbel- und Kaufhäusern	4,0	325
- Industrie/Hersteller inkl. Außendienst	6,0	450
- Sonstige Behörden, Sonstige	1,0	81
Tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	7.380

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 Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum 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 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. 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-Millimeterzeilen 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 Musters und dessen Billigung bindend.

Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages.

Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteiles der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen beinhalten, können aus diesen Gründen vom Verlag abgelehnt werden.

Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

8. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern.

Der Auftraggeber hat vor einer 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 Schadenersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Auftraggeber infiltrierte Computerviren dem Verlag Schäden entstanden sind.

Kosten des Verlages für 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 zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Verbreitung der Anzeige.

10. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn

- diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder

- diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre.

Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/ Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der 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 Vertragsschluss und unerlaubter Handlung sind – auch 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 Verlages, seine gesetzlichen Vertreter und seiner Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen 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 vorhersehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgeltes 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. 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 bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der 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. 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 Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. 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 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 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 Auflagenminderung kann nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantieauflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung 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 Auflagenminderung 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 Abschlüssen Preisminderungsansprüche 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. Einschreibebriefe 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 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.

Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen 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 Werbungsmittele 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 Unternehmern wirksam, wenn sie vom Verlag mindes-

tens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt werden. 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 50 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 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 zugelieferten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrags 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 Gegenüberstellung 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 Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.

23. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer 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 wird. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur 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.