

Anzeigenpreisliste Nr. 16
gültig ab Folge 1/2012

Media-Daten 2012

NAH AM KUNDEN:

Blumenfeld in Basel

Ausgabe 4/2011 · K45072

HOF direkt
Die Zeitschrift für Direktvermarkter

NAH AM KUNDEN:
Blumenfeld in Basel

Sonnenhut
Fr. - 50



Deutscher
Landschriftenverlag GmbH

Maarstraße 96
D-53227 Bonn
www.hofdirekt.com

Kurzcharakteristik/Terminplan 2012/Verlagsangaben/Bankverbindungen

Kurzcharakteristik

- HOF*direkt* ist die **Fachzeitschrift Nr. 1** und Basismedium.
- HOF*direkt* richtet sich an die professionell arbeitenden Direktvermarkter.
- Dabei überzeugt HOF*direkt* durch einen Mix aus fundierten Fachinformationen und Tipps für die Praxis.
- **Mehr als 8.500 Festbezieher** abonnieren HOF*direkt*: Sechsmal im Jahr erreichen durchschnittlich 11.000 verbreitete Exemplare die Direktvermarkter in Deutschland, Österreich und der Schweiz.
- Auflage und Akzeptanz des redaktionellen Konzeptes machen HOF*direkt* zum bevorzugten Werbeträger.

Terminplan 2012

Nr.	Monat	Erscheinungstermin (Postauflieferung)	Anzeigenschluss- termin
1	Januar	06.01.2012	09.12.2011
2	März	16.03.2012	17.02.2012
3	Mai	18.05.2012	20.04.2012
4	Juli	13.07.2012	15.06.2012
5	September	14.09.2012	17.08.2012
6	November	16.11.2012	19.10.2012

Verlag:

Deutscher Landschriftenverlag GmbH
 Maarstraße 96
 53227 Bonn
 Telefon: 02 28 / 9 63 02-0
 E-Mail: info@landschriften-verlag.de
 Internet: www.hofdirekt.com

Geschäftsführer:

Martin Gaumert
 Maarstraße 96
 53227 Bonn
 Telefon: 02 28 / 9 63 02-0
 Telefax: 02 28 / 9 63 02-33

Redaktion:

Ute Heimann (verantwortlich)
 Telefon: 0 25 01/801-822
 Telefax: 0 25 01/ 801-836
 E-Mail: hofdirektredaktion@wochenblatt.com

Projektleitung / Marketing:

Nicole Neubauer, Martin Gaumert
 Telefon: 02 28 / 9 63 02-15
 Telefax: 02 28 / 9 63 02-55
 E-Mail: neubauer@bauernhofurlaub.com

Anzeigenservice

Nicole Neubauer
 Telefon: 02 28 / 9 63 02-15
 Telefax: 02 28 / 9 63 02-55
 E-Mail: anzeigen@landschriften-verlag.de
 mac@landschriften-verlag.de

Zahlungsbedingungen:

Bei Vorauszahlung und Bankeinzug 3% Skonto,
 14 Tage ab Rechnungsdatum 2% Skonto,
 30 Tage ab Rechnungsdatum netto.
 USt.-Ident-Nr.: DE811452087
 Steuernummer: 205/5730/1084

Bankverbindungen:

Volksbank Bonn, Kto 2 101 393 014
 (BLZ 380 601 86)
 IBAN DE52380601862101393014
 S.W.I.F.T. GENODE1BRS
 Postbank Köln, Kto. 259049509
 (BLZ 370 100 50)

Österreich

Volksbank Linz-Mühlviertel
 Konto 54 061 600 900
 (BLZ 43 210)

Schweiz

Swiss Post PostFinance, CH-3030 Bern
 Bankcode 9000, Konto 91-502584-2 EUR

Anzeigenformate und Preise/Rabatte

Zeitschriftenformat: 210 x 297 mm (B x H)

Satzspiegel: 190 x 270 mm (B x H) Spalten: 4 Spalten je 46 mm Breite

Format	Spalten	Breite x Höhe in mm	Grundpreis s/w Brutto in Euro	2c/3c Euroskala in Euro	4c Euroskala in Euro
1/1 Seite	4	190 x 270	1.592,00	2.064,00	2.112,00
3/4 Seite	4	190 x 200	1.194,00	1.548,00	1.584,00
	3	142 x 270			
2/3 Seite	4	190 x 178	1.061,50	1.376,00	1.408,00
	3	125 x 270			
1/2 Seite	4	190 x 133	796,00	1.032,00	1.056,00
	2	94 x 270			
1/3 Seite	4	190 x 88 61 x 270	530,75	688,00	704,00
1/4 Seite	4	190 x 66	398,00	516,00	528,00
	2	94 x 133			
	1	46 x 270			
1/8 Seite	4	190 x 32	199,00	258,00	264,00
	2	94 x 66			
	1	46 x 133			
1/16 Seite	2	94 x 32	99,50	129,00	132,00
	1	46 x 66			

Kleinanzeigen (s/w) im Marktplatz

Kleinanzeigen im Marktplatz für Direktvermarkter haben einen mm-Preis von **EUR 1,80** (zzgl. MwSt.)
 Chiffregebühr: **EUR 9,50**

Nachlässe

lukrativer Rabatt/Nachlass bei Abnahme von mehreren Anzeigen (formatunabhängig)

3 Anzeigen	10 %
6 Anzeigen	15 %
9 Anzeigen	20 %

Alle Preise in Euro zzgl. ges. MwSt. – Mögliche Zusatzkosten für die grafische Gestaltung von Anzeigen und Umwandlung Ihrer Dateien aus Office-Programmen berechnen wir mit **EUR 35,00**/pro Stunde.

Druckverfahren und -unterlagen:

Offsetdruck, Rückendrahtheftung, 70er Raster. Bei Aufsichtsvorlagen oder Dias werden die Reproduktionskosten in Rechnung gestellt. Digitalisiert, auf Datenträger (CD-ROM) oder ISDN-Übertragung (Mac/Intosh)

Datenübermittlung per FTP:

Bitte geben Sie Ihre Zugriffsdaten an.

Datenformat und -qualität:

Druckoptimiertes PDF oder EPS (Bei EPS: Schriften umgewandelt in Zeichenwege, bei QuarkXPress-EPS unbedingt Schriften einbinden. Offene Dateien – QuarkXPress, Illustrator, Photoshop – auf Anfrage möglich. Alle Bilder müssen in 300 dpi vorliegen. Die Datei muss eindeutig beschriftet sein. Für die Übermittlungsqualität der Daten wird keine Verantwortung übernommen. Ihren Auftrag mit dem endgültigen Anzeigenmotiv benötigen wir schriftlich.

Druckunterlagen sind grundsätzlich erforderlich. Sie müssen 1 Woche nach Anzeigenschluss mit Angabe des Ansprechpartners dem Verlag vorliegen. Fax: 02 28/9 63 02-55. Bei Farbanzeigen ist ein Farb-Proof erforderlich.

Reklamationsansprüche sind bei fehlenden Druckunterlagen ausgeschlossen.

Anschnitt:

Format der Druckunterlagen bei angeschnittenen Anzeigen: Heftformat und 3 mm Beschnittzugabe je Anschnittkante.

Einhefter und Beilagen:

Vor Auftragsannahme ist ein verbindliches Muster vorzulegen. Einhefter und Beilagen dürfen nur das Verkaufsprogramm eines Werbungtreibenden beinhalten.

Anlieferungstermin:

8 Tage vor Erscheinen in der Druckerei. Einhefter und Beilagen sind nicht rabattfähig, jedoch provisionsfähig.

Versandanschrift für Einhefter und Beilagen auf Anfrage**Einhefter:****Format:**

Rohformat gefalzt auf 215 x 225 x 305 mm

Preise:

4-seitiger Einhefter: **EUR 2.590,00**

Beilagen:**Format:**

bis höchstens 205 mm breit und 290 mm hoch

Preise:

bis 25 g je Tausend **EUR 199,00** inkl. der jeweils gültigen Post- oder Versandkosten, zzgl. MwSt. Bei höheren Gewichten Preise auf Anfrage.

Beilagen nach PLZ-Regionen/-Zone sind jederzeit möglich. Die dann jeweils benötigte entsprechende Anzahl fragen Sie bitte an. Mindestmenge 1.000 Expl.

Bannerwerbung auf www.hofdirekt.com:

Fullsize (468 x 60 Pixel) **EUR 200,00/Monat**
 Halfsize (180 x 60 Pixel) **EUR 150,00/Monat**

Themenplan 2012 (Auszug)**Ausgabe 1/2012**

- Messebericht ExpoSE & ExpoDirekt
- Warenkunde Tragetaschen

Ausgabe 2/2012

- Give aways für Kunden
- Berichte von den Messen (Interaspa, BioFach, Ab Hof Wieselburg)

Ausgabe 3/2012

- Warenkunde Etiketten
- Betriebsreportage Nudeln

Ausgabe 4/2012

- Dekorationen für den Sommer
- Rezepte für Milchshakes

Ausgabe 5/2012

- Christbaummesse Langesö
- Rund um Weihnachten

Ausgabe 6/2012

- Verkaufstipps für Honig & Co.
- Reportage über Schinkenvermarktung

Das Produkt

Seit 1997 hat HOFdirekt kontinuierlich seine Akzeptanz im Markt aufgebaut und dabei auch neue Märkte erschlossen. HOFdirekt ist stolz auf seine zufriedene Kernleserschaft und die interessante, vielfältige Anzeigenklientel in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

HOFdirekt zählt heute über 8.500 Festabonnenten, bei einer verbreiteten Auflage von 11.000 Exemplaren

Über 86% sehen für die Direktvermarktung eine positive bis sehr positive Entwicklung.

Mediennutzung:

HOFdirekt kommt sehr gut an!

Frage: Wie gefällt Ihnen die Zeitschrift?

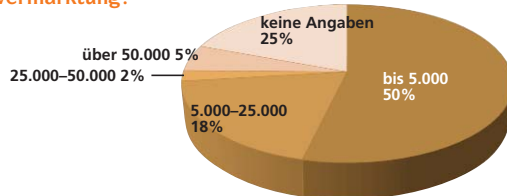
Rund 98% unserer Leser sind mit dem Medium gut bis ausgezeichnet zufrieden. Ebenso gibt es sehr gute Noten für die Themenauswahl (96%) und die Aufmachung des Heftes (90%).



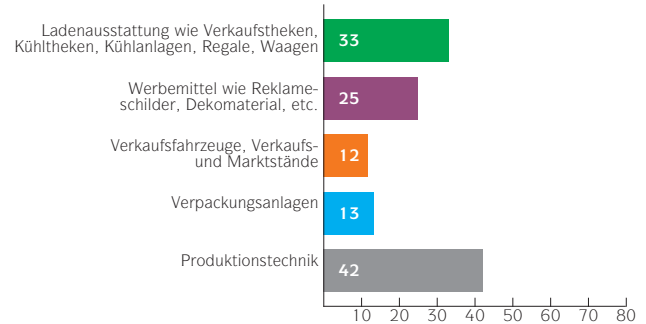
Kaufkraft und Investitionsbereitschaft

Gefragt wurden unsere Leser auch nach ihren Investitionsabsichten. 68% investieren jährlich bis 25.000,- € in die Direktvermarktung.

Frage: Wie viel investieren Sie pro Jahr in den Betriebszweig Direktvermarktung?



Frage: Welche Investitionen im Betriebszweig Direktvermarktung beabsichtigen Sie in den nächsten 1-2 Jahren zu tätigen?



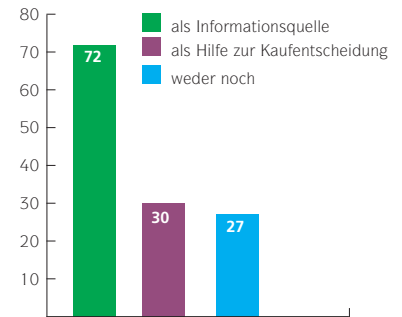
Die Werbung

Anzeigen, Beilagen und Beihefter sind für die HOFdirekt-Leser wichtig und runden den Informationsbedarf ab.

Über 85% unserer Leser nutzen die Informationen aus Anzeigen, Beilagen und Beiheftern als Informationsquelle, Anregung und/oder Hilfe zur Kaufentscheidung.

*Da Mehrfachnennungen möglich waren, ergibt die Gesamtsumme mehr als 100%.

Frage: Wie nutzen Sie Anzeigen, Beilagen oder Einhefter?*



Quelle: Leserbefragung „Hof Direkt“ Juni 2009

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 Zeitung oder Zeitschrift 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 Ablauf des Auftrages 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 Abdruck einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb eines Jahres nach Vertragschluss abgerufen und veröffentlicht wird.

3. Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses 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 tatsächlich 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, 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.

6. Textuelle 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 – 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 (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmehemmung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbotenschlages. 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, ordnungsgemäß, insbesondere dem Format und den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen oder der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist für die oben belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Geschlossenheit der Anzeigen oder anderer 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 dem erstmaligen Vertriebe 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 großen Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse der Auftraggeber 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.

Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden 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 zurückgesandten Probeanzeigen. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeauftrages 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 Anzeige ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu beziehen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

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 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 Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlussstermin und von dem Ausgleich offenkundiger Rechnungsbeiträge abhängig zu machen.

15. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenauschnitte, Belegexemplare 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.

16a: Aus einer Auftragsminderung kann – vorbehaltlich der Regelung der Ziffer 16b – nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminimierung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt dies mit der ersten Anzeige beginnenden Inserationsjahres die Garantieaufgabe unterschritten wird. Eine Auftragsminderung ist nur dann ein zur Preisminimierung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie

- bei einer Garantieaufgabe bis zu 50 000 Exemplaren mindestens 20 v. H.,
- bei einer Garantieaufgabe bis zu 100 000 Exemplaren mindestens 15 v. H.,
- bei einer Garantieaufgabe bis zu 500 000 Exemplaren mindestens 10 v. H.,
- bei einer Garantieaufgabe über 500 000 Exemplaren mindestens 5 v. H. beträgt.

Eine Auftragsminderung aus Gründen der Ziff. 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 Abschlüssen Preisminierungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurückzutreten konnte.

16b: (Sondervorschrift bei Auftragsminderungen für Titel, die heftbezogene Auflagenenden veröffentlichen) Abweichend von Nummer 16a berechtigt eine Auftragsminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagenenden veröffentlichen, nur dann zu einer Preisminimierung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (Garantieaufgabe) von bis zu 500 000 Exemplaren 10 v. H. und bei einer Auflage (Garantieaufgabe) von über 500 000 Exemplaren 5 v. H. überschreitet. Eine Auftragsminderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt. Die der Garantie zugrunde liegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IVW. Sie errechnet sich für das Inserationsjahr aus dem Auftragsdurchschnitt der vier Quartale vor dem Inserationsjahr, soweit nicht vom Verlag eine absolute Auflageanzahl als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisminimierung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengenerfüllung und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisminimierung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde. Die mögliche Auftragsminderung errechnet sich als Saldo der Auflagenüber- und Auflagenunterschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Inserationsjahres. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturgutschrift oder wenn dies nicht möglich ist als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2.500 Euro beträgt.

17. Bei Ziffernanzeigen werden der Verlag für die Vorbereitung 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 senden 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 Form DIN 4 (Gewicht 1000 g) überschreiten, sowie News, Bücher, Katalogendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegenkommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

18. 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 Werbungsmitrilm und Werbegegenstände sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittelprovision darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

20. Präsenditionen für erteilte Auftragsbestätigung sind gegenüber Unternehmern wirksam, wenn sie sich vom Verlag mindestens 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. 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 Inserationsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag. Konzernabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernabattierung.

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 Inseration zur Verfügung gestellten Texte- und Bildunterlagen sowie der zugelieferten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrages von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen 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 überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien oder Art, einschließlich Internet, erforderlicher urheberrechtlicher Nutzungs-, Leistungszustand- 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 ertlich 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, deren sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Zahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlosbarkeitsmaß mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlosbarkeitsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

Zusätzliche Bedingungen des Verlages

- a) Mit der Erteilung eines Anzeigenauftrages erkennt der Auftraggeber die Allgemeinen und die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Verlages an.
- b) Unterlief bei der Wiederholung einer Anzeige der gleiche Fehler wie in der ersten Veröffentlichung, so sind Ansprüche auf Zahlungsminderung oder Ersatz ausgeschlossen, wenn der Auftraggeber nach der ersten Veröffentlichung nicht sofort reklamiert hat.
- c) Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden sie erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungtreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.
- d) Im Falle höherer Gewalt erfolgt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz. Insbesondere wird auch kein Schadenersatz für nicht oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen geleistet.
- e) Der Verlag ist berechtigt, im Einzelfall das allgemeine Zahlungsziel zu verkürzen.