

Media-Daten 2010

Anzeigenpreisliste Nr. 20
gültig ab Folge 1/2010



Landwirtschaftsverlag GmbH
Münster-Hiltrup

Hülsebrockstraße 2-8
D-48165 Münster
www.frj.de

Kurzcharakteristik/Terminplan 2010/Verlagsangaben

Kurzcharakteristik:

Fleischrinder-Journal-Leser sind erfahrene Landwirte, die das natürliche Grünland ihrer Betriebe zur Haltung von Mutterkühen nutzen, sowie Mäster, die Qualitätsfleisch erzeugen.

Fleischrinder-Journal wird zudem von nebenberuflichen Rindviehhaltern, die sich der ökologischen bzw. extensiven Tierhaltung verschrieben haben oder in der Landschaftspflege aktiv sind, gelesen und genutzt. Das züchterische Geschehen in den Regionen und in den Bundesverbänden reflektiert **Fleischrinder-Journal**, es bietet allen Lesergruppen Informationsvielfalt und fachbezogene Beratungshilfen.

Terminplan 2010

Folge	Erscheinungstermin (Postauflieferung)	Anzeigenschlusstermin	Druckunterlagen- schlussstermin*
1	04.03.10	16.02.10	18.02.10
2	10.06.10	21.05.10	26.05.10
3	09.09.10	24.08.10	26.08.10
4	09.12.10	23.11.10	25.11.10

Erscheinungsort: 48165 Münster
Durchschnittlich verbreitete Auflage im 1. Halbjahr 2009: 11.000

*Anlieferung druckreifer Dateien

Verlag:

Landwirtschaftsverlag GmbH
Hülsebrockstr. 2–8, 48165 Münster
PF: 48084 Münster
Telefon: 0 25 01/8 01-0
Telefax: 0 25 01/8 01-3 59
E-✉: FRJservice@lv-h.de
www.frij.de

Hauptgeschäftsführer:

Karl-Heinz Bonny

Geschäftsführer:

Hermann Bimberg
Werner Gehring

Redaktion:

Friedrich Friedhoff
Telefon: 0 25 01/8 01-2 02
E-✉: friedhoff@lv-h.de

Objektleitung:

Reinhard Geissel
Telefon: 0 25 01/8 01-1 63
E-✉: geissel@lv-h.de

Verkaufsleitung Anzeigen:

Gabriele Wittkowski
Telefon: 0 25 01/8 01-1 70
E-✉: wittkowski@lv-h.de

Anzeigenmarketing:

Kirsten Uenning
Telefon: 0 25 01/8 01-1 87
E-✉: uenning@lv-h.de

Anzeigendisposition:

Rita Hardenberg
Telefon: 0 25 01/8 01-1 69
E-✉: hardenberg@lv-h.de

Digitale Datenübertragung per Datenträger/per ISDN:

ISDN-Nr.: 0 25 01/9 88 12 12
Software: Leonardo Pro
Beschriftung des Versandkoffers:
Kundenname/Objekt/Ausgabe

Für die Übermittlungsqualität der Daten wird keine Verantwortung übernommen.

Anzeigenformate und Preise

Zeitschriftenformat: 210 x 297 mm (B x H)

Satzspiegel: 190 x 270 mm (B x H) **Spaltenzahlen:** Anzeigenteil 4, Textteil 3

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	1.440,00	1.807,00	2.458,00
3/4 Seite	4	190 x 200	1.080,00	1.355,00	1.844,00
	3	142 x 270			
2/3 Seite	4	190 x 178	960,00	1.205,00	1.639,00
	2	125 x 270			
1/2 Seite	4	190 x 133	720,00	904,00	1.229,00
	2	94 x 270			
1/3 Seite	4	190 x 88	480,00	602,00	819,00
		61 x 270			
1/4 Seite	4	190 x 66	360,00	452,00	615,00
	2	94 x 133			
	1	46 x 270			
1/6 Seite	4	190 x 43	240,00	301,00	410,00
		94 x 88			
1/8 Seite	4	190 x 32	180,00	226,00	307,00
	2	94 x 66			
	1	46 x 133			
1/16 Seite	2	94 x 32	90,00	113,00	154,00
	1	46 x 66			
1/32 Seite	1	46 x 32	45,00	56,00	77,00

Berechnung kleinerer Anzeigen nach mm-Preis von € 1,40 möglich. Alle Preise in € zzgl. ges. MwSt.

Nachlässe

bei Abnahme innerhalb
von 12 Monaten:

Mengenstaffel

1/2 Seite	3 %
1/1 Seite	5 %
2 Seiten	10 %
4 Seiten	15 %

Malstaffel

3 Anzeigen	5 %
6 Anzeigen	10 %
9 Anzeigen	15 %

Preise für Rubrikanzeigen (pro Spalte und mm):

Private Rubrikanzeigen:
€ 1,40 inkl. MwSt.

Gewerbliche Rubrikanzeigen:
€ 1,40 zzgl. MwSt.

Kennziffergebühr und Porto:
€ 8,95 inkl. MwSt.
Rubrikanzeigen sind
nicht rabattfähig.

Technische Daten, Bankverbindungen, Verbreitungsanalyse

Druckverfahren: Bogenoffset 70er Raster

Verarbeitung: Rückendrahtheftung

Datenübermittlung:

per CD-ROM,
 ISDN (02501/9881230, Leonardo Pro),
 Mail: hardenberg@lv-h.de,
 FTP-Übermittlung auf Anfrage

Dateiformate:

Druckoptimiertes PDF nach PDF/X-1a.
 Bei EPS bitte Schriften in Zeichenwege umwandeln. Offene Dateien nur auf Anfrage möglich in den Programmen InDesign, QuarkXPress, FreeHand, Illustrator, Photoshop. 4-Farbbilder mit 300 dpi im Composite-Modus (CMYK).

Druckunterlagen:

Proofs nach ISO coated_v2 unbedingt erforderlich. Ohne Druckunterlagen wird keine Garantie für Druckqualität und Richtigkeit des Anzeigenmotivs übernommen. Sie müssen vor Druckbeginn mit Angabe des Ansprechpartners dem Verlag vorliegen. Reklamationsansprüche sind bei fehlenden Unterlagen ausgeschlossen. Zusätzliche Layout- und Bildbearbeitungskosten werden in Rechnung gestellt.

Anschnitt/Bunddurchdruck:

Heftformat plus 3 mm Beschnittzugabe je Anschnittkante.

Farbanzeigenproduktion:

Alle Farben werden aus der Euroscala erzielt. Keine Sonderfarben wie HKS oder Pantone möglich. Farben, die nicht im CMYK-Modus aufgebaut sind, werden automatisierend nach ISOcoated_v2 in CMYK umgewandelt. Hierbei kann es zu kleinen Farbabweichungen kommen. Reklamationsansprüche sind hierbei ausgeschlossen. Gedruckt wird nach dem Fogra-

Medienstandard. Farbabweichungen im Toleranzbereich sind technisch bedingt und liegen innerhalb des Fogra-ISO-Standards.

Einhefter:

Einhefter sind in der Heftmitte möglich. Vor Auftragsannahme ist ein verbindliches Muster vorzulegen.

Rohformat gefalzt auf 213/222x306 mm
 (6 mm Kopfbeschnitt sind inkl.)

Zeitschriftenauflage plus 2 % Zuschuss.

Anlieferung 8 Tage vor Erscheinen.

4-seitiger Einhefter: € 4.440,00

6-seitiger Einhefter: € 5.920,00

Beilagen:

Vor Auftragsannahme ist uns als Verlag ein verbindliches Muster vorzulegen. Format höchstens 205 mm breit und 295 mm hoch.

Preis bis 25 g je Tsd. € 193,00 inkl. Versandkosten zzgl. MwSt. Bei höheren Gewichten und über 3 mm Stärke Preis auf Anfrage.

Versandanschrift für Einhefter und Beilagen:

LV Druck GmbH & Co. KG – Warenzentrale
 Hülsebrockstr. 2, 48165 Münster-Hiltrup

Zahlungsbedingungen:

Bei Vorauszahlung und Bankeinzug 3 % Skonto, 14 Tage ab Rechnungsdatum 2 % Skonto, 30 Tage ab Rechnungsdatum netto.

USt.-Ident-Nr.: DE 126042224

Bankverbindungen:

Postgiroamt Dortmund
 Kto.28921-466
 (BLZ 440 100 46)

Volksbank Münster eG
 Kto. 1 004 031 300
 (BLZ 401 600 50)

Umfangsanalyse 2009

Gesamt:	296 Seiten = 100 %
Redaktion:	220 Seiten = 74 %
Anzeigen:	76 Seiten = 26 %

Auflagen- und Verbreitungsanalyse

Auflagenanalyse:	1. Quart. 2009
Druckauflage:	11.200
Verbreitete Auflage:	10.815
davon Mitgliederstücke:	5.854
Verlagsabos:	3.729
Freistücke:	1.232
Rest/Archiv und Belege:	385

Aufschlüsselung der verbreiteten Inlandsauflage

Nielsen 1		Nielsen 4	
Schlesw.-Holst. } 5,1 %		Bayern	10,3 %
Hamburg		Nielsen 5	
Niedersachsen } 19,5 %		Berlin	0,2 %
Bremen		Nielsen 6	
Nielsen 2		Brandenburg	2,5 %
Nordrh.-Westf.	20,8 %	Mecklenb.-Vorp.	2,6 %
Nielsen 3 a		Sachsen-Anhalt	3,8 %
Hessen	12,4 %	Nielsen 7	
Rheinland-Pfalz	6,3 %	Sachsen	2,9 %
Saarland	0,6 %	Thüringen	2,0 %
Nielsen 3 b			
Baden-Württ.	11,0 %		

Quelle: Vertriebsdatei

	Verlagsbüro Agrar	Mediaberater	Verlagsbüro Special Interest
Nord	Ines Käufert im Landwirtschaftsverlag GmbH Hülsebrockstraße 2–8 48165 Münster Tel.: 025 01/8 01-2 78 Fax: 025 01/8 01-3 27 E-✉: kaeufert@lv-h.de	Henri Schwabe Windscheidstraße 26 a 04277 Leipzig Tel.: 03 41/3 38 33 16 Fax: 03 41/3 38 16 11 E-✉: Henri.Schwabe@t-online.de	Frank Gloystein im Landwirtschaftsverlag GmbH Hülsebrockstraße 2–8 48165 Münster Telefon: 025 01/8 01-4 1 76 Fax: 025 01/8 01-3 27 E-✉: gloystein@lv-h.de
Mitte	Ulrich Sprenger Laubornstraße 10 56357 Miehlen Tel.: 0 67 72/96 91 43 Fax: 0 67 72/96 91 45 Handy: 01 62/9 40 76 16 E-✉: sprenger@vb-sprenger.de	Dave Ewert Fehrenbracht 7 57413 Finnentrop Tel.: 027 24/7 85 Fax: 027 24/7 84 E-✉: andea@t-online.de	Barbara Häder im Landwirtschaftsverlag GmbH Hülsebrockstraße 2–8 48165 Münster Tel.: 025 01/8 01-3 7 10 Fax: 025 01/8 01-3 7 19 E-✉: haeder@lv-h.de
Süd	Erwin Bücherl Erich-Stegmann-Weg 7 82041 Oberhaching Tel.: 089/32 42 27 58 Fax: 089/32 42 27 59 E-✉: Erwin.Buecherl@gmx.de	Eugen Bruder Am Ziegelacker 18 74199 Untergruppenbach Tel.: 071 30/86 18 Handy: 01 71/7 17 70 89 Fax: 071 30/93 81 E-✉: eugen.bruder@t-online.de	Reiner Richter Schloßgasse 3 71272 Renningen Tel.: 071 59/4 05 97 65 Handy: 01 51/12 52 41 66 Fax: 071 59/4 05 97 64 E-✉: reiner.richter@lv-h.de
Ausland	Niederlande Jan Dekker Koopmanslaan 12 NL 7005 BK Doetinchem Tel.: 00 31 (0) 3 14/34 50 47 Fax: 00 31 (0) 3 14/34 41 68 E-✉: info@dekkermedia.nl	Skandinavien Ines Käufert Frankreich, Spanien Eugen Bruder Schweiz, Österreich, Italien Erwin Bücherl/ Eugen Bruder	

Objektleitung

Reinhard Geissel
 Tel.: 025 01/8 01-1 63
 E-✉: geissel@lv-h.de

Anzeigenmarketing Internet

Kirsten Uenning
 Tel.: 025 01/8 01-1 87
 E-✉: uenning@lv-h.de

Anzeigendisposition

Rita Hardenberg
 Tel.: 025 01/8 01-1 69
 E-✉: hardenberg@lv-h.de

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 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 beschaffen. 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. 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 nur vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rübbierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

6. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die am mindestens drei Seiten an Text und nicht an anderen 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 von 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 (Verbandaufträge), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmehemmung des Verlages. Diese bezeugt den Verlag zur Erhebung eines Verbundauftrages. 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 oder 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 Druckunterlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für den delegierten 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 in der 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 großen 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 unessenlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrages ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlich Mängeln müssen binnen einem Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden.

Der Verlag trägt 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 vorhersehbarer 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 vorhersehbarer 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 offensichtlich 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 Probeanzeige. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeanzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

12. Sind keine besonderen Größenschriften 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. Ewige 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 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 Anzeigenschlussstermin und von dem Ausgleich offenhänder Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Rechnungsbelege, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschaffen 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 in einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisreimderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit dem ersten Anzeige beginnenden Intersentionsjahres die Garantieaufgabe unterschritten wird. Eine Auftragsminderung ist nur dann ein zu Preisreimderung 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 Preisreimderungsansprüche 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.

16b. (Sondervorschrift bei Auftragsminderungen für Titel, die heftbezogene Auftragsdaten veröffentlichen)

Abweichend von Nummer 16a berechtigt eine Auftragsminderung bei Titeln, die heftbezogene Auftragsdaten veröffentlichen, nur dann zu einer Preisreimderung, 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 Intersentionsjahr aus dem Auftragsdurchschnitt der vier Quartale vor dem Intersentionsjahr, soweit nicht vom Verlag eine absolute Auflagezahl als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisreimderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengensteilhaftigkeit für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisreimderung ist der Auftrag vor 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 Auftragsgeber- und Auftragsunternehmens der belegten Ausgaben innerhalb des Intersentionsjahres. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennetzes unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agentenvergütung als Materialzuschuss oder wenn dies nicht mehr möglich ist als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2 500 Euro beträgt.

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 einvernehmlich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 100 g) 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. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.

Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sonderverträgen 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 Werbungsmitrler und Werbegenstände 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. Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind gegenüber Unternehmen wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preisreimderung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preisreimderung ausübt werden.

21. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beabsichtigt, 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 Intersentionsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernabteile bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag. Konzernabteile werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernabteilung.

22. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Gestaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gehaltenen 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 entstehen können. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Text und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Anzeige in Print- und Online-Medien oder 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 Abrufen, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen rückföhrig 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 Fremdbetrieben, deren der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlosgebiet mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugewiesenen Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlosauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt; in dem die garantierte verkaufte oder zugewiesene 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) Unterläuft 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 erlischt 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.