

Anzeigenpreisliste Nr. 28
gültig ab Folge 1/2012

Media-Daten 2012



Landwirtschaftsverlag Münster

Hülsebrockstraße 2-8
D-48165 Münster
www.lv.de/imgarten

Kurzcharakteristik / Terminplan / Themenvorschau

Kurzcharakteristik

IM GARTEN, das Raiffeisen-Kundenmagazin, bietet mit einer Auflage von über 95 000 Exemplaren einen Mix aus praxisbezogenen saisonalen Empfehlungen, der Vorstellung neuer Produkte und persönlicher Beratung bei Gartenproblemen. Als „Präsent“ am Point-of-Sale unterstützt **IM GARTEN** effektiv die Verkaufsförderung der Raiffeisen-Märkte.

Verlag

Landwirtschaftsverlag GmbH
Hülsebrockstr. 2–8, 48165 Münster, Postfach: 48084 Münster
Tel.: 0 25 01/8 01-0, Fax: 0 25 01/8 01-3 21, E-Mail: zentrale@lv.de

Hauptgeschäftsführer: Karl-Heinz Bonny

Geschäftsführer: Hermann Bimberg, Werner Gehring

Terminplan und Themenvorschau 2012

Nr.	Monat	Erscheinungs- termin (Postauflieferung)	Anzeigen- schluss- termin	Druckunter- lagen- schluss- termin	Themenvorschau
1	Febr./März	26.01.12	04.01.12	05.01.12	Garten: Planungen im Frühjahr, Bodenvorbereitung, Aussaat Gartenteich: erste Arbeiten nach dem Winter Zimmerpflanzen: Pflanzenschutz, Düngung und umtopfen Blumenzwiebeln: Dekorationsideen mit Frühjahrsblüchern Gartenmöbel: Holzschutz
2	April/Mai	29.03.12	07.03.12	08.03.12	Rasen: Rasen neu einsäen Gartenteich: Bepflanzung und Frühjahrspflege Garten: vorbeugender Pflanzenschutz Balkon- und Kübelpflanzen: pflanzen, düngen, umtopfen Rasenmäher: das richtige Gerät für Ihren Garten Tierseite: Ernährung
3	Juni/Juli	31.05.12	07.05.12	08.05.12	Garten/Rosen: Pflanzenschutz, Düngung und Pflege Gartenteich: Teichtechnik und Gestaltung Balkon- und Kübelpflanzen: Pflege während der Urlaubszeit, Hinweise zum Pflanzenschutz und Düngung Tierseite: Urlaubsvorbereitungen
4	Aug./Sept.	26.07.12	04.07.12	05.07.12	Rasen: Neueinsaat und Pflege im Herbst Pflanzenschutz: für Nutz- und Ziergarten Balkon- und Kübelpflanzen: Herbstbepflanzungen Blumenzwiebeln: neu einpflanzen Ernten: einmachen und einfrieren Tierseite: Hygiene für Haustiere
5	Okt./Nov.	27.09.12	05.09.12	06.09.12	Garten: Vorbereitungen für das nächste Jahr Gartengeräte: richtige Einlagerung der Gartengeräte Grabpflege: Grabschmuck und Grabpflege Kompost: Anlage im Garten Balkon- und Kübelpflanzen: Tipps für das Überwintern Tierseite: Ernährung
6	Dez./Jan.	29.11.12	07.11.12	08.11.12	Gartenteich: Winterschutz, Frostschutzmaßnahmen Zimmerpflanzen: Ratschläge zur richtigen Pflege Weihnachten: Dekoration, Geschenkideen, Rezepte Bekleidung: Schutz bei der Gartenarbeit Tierseite: Gesundheitstipps für Haustiere



Anzeigenformate und Preise

Zeitschriftenformat: 210 x 297 mm (B x H)

Satzspiegel: 190 x 270 mm (B x H)

Spaltenanzahl: 4/46 mm breit

Druckauflage: 100 000 Exemplare

ø verbreitete Auflage (6x jährlich):

95.000 Exemplare

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	2.912	3.624	4.784
3/4 Seite	4	190 x 200	2.184	2.718	3.588
	3	142 x 270			
2/3 Seite	4	190 x 178	1.942	2.416	3.189
	3	125 x 270			
1/2 Seite	4	190 x 133	1.456	1.812	2.392
	2	94 x 270			
1/3 Seite	4	190 x 88	970	1.208	1.595
	1	61 x 270			
1/4 Seite	4	190 x 66	728	906	1.196
	2	94 x 133			
	1	46 x 270			
1/8 Seite	4	190 x 32	364	453	598
	2	94 x 66			
	1	46 x 133			
1/16 Seite	2	94 x 32	182	226	299
	1	46 x 66			
1/32 Seite	1	46 x 32	91	113	149

Mehrfaches dieser Seitenteile möglich. Alle Preise in € zzgl. ges. MwSt.

Redaktion:

Edith Budde, An Menses Mühle 4,
59387 Ascheberg
Telefon: 0 25 99/17 15

Objektleiter:

Reinhard Geissel, Tel.: 0 25 01/801-257
E-[✉](mailto:reinhard.geissel@lv.de): reinhard.geissel@lv.de

Verkaufsleitung Anzeigen:

Gabriele Wittkowski, Tel.: 0 25 01/801-170
E-[✉](mailto:gabriele.wittkowski@lv.de): gabriele.wittkowski@lv.de

Anzeigenmarketing:

Kirsten Uenning, Tel.: 0 25 01/801-187
E-[✉](mailto:kirsten.uenning@lv.de): kirsten.uenning@lv.de

Anzeigendisposition:

Birgit Hüsing
Tel.: 0 25 01/801-69 61
E-[✉](mailto:birgit.huesing@lv.de): birgit.huesing@lv.de

Nachlässe

bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten

Mengenstaffel

1/2 Seite	3 %
1/1 Seite	5 %
3 Seiten	10 %
6 Seiten	15 %
9 Seiten	20 %

Malstaffel

3 Anzeigen	3 %
6 Anzeigen	5 %
9 Anzeigen	7 %

Druckverfahren: Rollenoffset 70er Raster

Verarbeitung: Rückendrahtheftung

Sonderwerbformen: Sonderwerbformen wie Anzeigenstrecken, Einhefter mit oder ohne Postkarten sind möglich. Preise auf Anfrage.

Beilagen: Mindestformat 100 x 280 mm, Höchstformat 205 x 285 mm, Höchstgewicht bis 25 g. Preis auf Anfrage. Einhefter und Beilagen sind nicht rabattfähig, aber provisionsfähig. Nur Gesamtbelegung möglich. Versandanschrift für Einhefter und Beilagen auf Anfrage.

Datenübermittlung: per CD-ROM, per ISDN (**ISDN-Nr. 02501/9881 232**, Leonardo Pro), per E-Mail: birgit.huesing@lv.de

Dateiformate: Druckoptimiertes PDF nach PDF/X-1a. Bei EPS bitte Schriften vektorisieren. 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: 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.

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.

Anschnitt/Bunddurchdruck: Heftformat plus 3 mm Beschnittzugabe je Anschnittkante.

Einhefter:

Rohformat gefalzt auf 213 / 222 x 306 mm (6 mm Kopfbeschnitt sind inkl.)

Zahlungsbedingungen: Bei Vorauszahlung und Bankeinzug. 3 % Skonto, 14 Tage ab Rechnungsdatum. 2 % Skonto, 30 Tage ab Rechnungsdatum netto. USt.-Ident-Nr.: DE 126 042 224

Bankverbindungen:

Postgiroamt Dortmund:
Kto.-Nr. 289 21-466 (BLZ 440 100 46)
Volksbank Münster eG:
Kto.-Nr. 1 004 031 300 (BLZ 401 600 50)



	<i>Verlagsbüro Special Interest</i>	<i>Mediaberater Special Interest</i>	<i>Verlagsbüro Agrar</i>
Nord	Frank Gloystein im Landwirtschaftsverlag GmbH Hülsebrockstraße 2–8 48165 Münster Tel.: 0 25 01/8 01-41 76 Fax: 0 25 01/8 01-3 27 E-✉: frank.gloystein@lv.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@lv.de	Ines Käufert im Landwirtschaftsverlag GmbH Hülsebrockstraße 2–8 48165 Münster Tel.: 025 01/8 01- 2 78 Fax: 025 01/8 01- 2 96 Mobil: 01 62 / 9 31 93 09 E-✉: ines.kaeufert@lv.de
Mitte	Barbara Häder im Landwirtschaftsverlag GmbH Hülsebrockstraße 2–8 48165 Münster Tel.: 0 25 01/8 01-37 10 Fax: 0 25 01/8 01-37 19 E-✉: barbara.haeder@lv.de	Dave Ewert Fehrenbracht 7 57413 Finnentrop Tel.: 0 27 24/7 85 E-✉: andea@t-online.de	Ulrich Sprenger Laubornstraße 10 56357 Miehlen Tel.: 0 67 72/96 91 43 Fax: 0 67 72/96 91 45 Mobil: 01 62/9 40 76 16 E-✉: sprenger@vb-sprenger.de
Süd	Reiner Richter Schloßgasse 3 71272 Renningen Tel.: 0 71 59/4 05 97 65 Fax: 0 71 59/4 05 97 64 Mobil: 01 51/12 52 41 46 E-✉: reiner.richter@lv.de	Eugen Bruder Am Ziegelacker 18 74199 Untergruppenbach Tel.: 0 71 30/86 18 Fax: 0 71 30/93 81 Mobil: 01 71/7 17 70 89 E-✉: eugen.bruder@t-online.de	Erwin Bücherl Erich-Stegmann-Weg 7 82041 Oberhaching Tel.: 0 89/32 42 27 58 Fax: 0 89/32 42 27 59 E-✉: Erwin.Buecherl@gmx.de
Ausland	Skandinavien Ines Käufert Frankreich, Spanien Eugen Bruder Schweiz, Österreich, Italien Erwin Bücherl/ Eugen Bruder	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	

Objektleitung

Reinhard Geissel
 Tel.: 0 25 01/8 01-2 57
 E-✉:
 reinhard.geissel@lv.de

Anzeigenmarketing

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

Anzeigendisposition/ Vertriebsmarketing

Birgit Hüsing
 Tel.: 0 25 01/8 01-6 96 1
 E-✉:
 birgit.huesing@lv.de



Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und andere Werbemittel in Zeitungen und Zeitschriften

1. „Anzeigenvertrag“ 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 beruhen. 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. Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Umständlichkeit nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtschritte, den Unterschied zwischen dem gewählten 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. 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 der Auftraggeber nach 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. 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 den 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 Musters und dessen Billigung bindend. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Anmerkungkennung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

8. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckerunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckerunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schlussabgabe anzuliefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckerunterlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für den beliebigen Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderer Werbemittel im Rahmen der durch die Druckerunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur in dem Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckerunterlagen einhält.

9. Druckerunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckerunterlagen 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 Auftragnehmers 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 Rückangemachung des Auftrages. Bei un wesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückangemachung des Auftrags ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlich 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 dem 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 offensichtlich Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung werden 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 zurückgeschickten Probeabzüge. Der Verlag berechnigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.
12. Sind keine besonderen Rückforderungen gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
13. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtliche 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.

14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Auslieferung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die rechtlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftragnehmers 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 Ausstehenden Ausgleich der Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenschlusszeit, 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.
16a. Aus einer Auflagenminderung kann – vorbehaltlich der Regelung der Ziffer 16b – nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisreimderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Inserationsjahres die Garantieauflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein auf Preisreimderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie

bei einer Garantieauflage bis zu 50 000 Exemplaren mindestens 20 v. H., bei einer Garantieauflage bis zu 100 000 Exemplaren mindestens 15 v. H., bei einer Garantieauflage bis zu 500 000 Exemplaren mindestens 10 v. H., bei einer Garantieauflage über 500 000 Exemplaren mindestens 5 v. H. beträgt.
Zur Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 15 zählt unberücksichtigt:
Als Garantieauflage gilt 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 Auflagenminderungen für Titel, die heftbezogene Auflagen daten veröffentlichten) Abweichend von Nummer 16a berechtigt die Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagen daten veröffentlichten, nur dann zu einer Preisreimderung, wenn und soweit sie einer Auflage (Garantieauflage) von bis zu 500 000 Exemplaren 10 v. H. und bei einer Auflage (Garantieauflage) von über 500 000 Exemplaren 5 v. H. überschreitet. Eine Auflagenminderung 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 Auflagendurchschnitt der vier Quartale vor dem Inserationsjahr, 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 Mengensatzung und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisreimderung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde. Die mögliche Auflagenminderung errechnet sich als Saldo der Aufgabener- und Auflagenüberschreitungen der beteiligten Ausgaben innerhalb des Inserationsjahres. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundenmittels unter Berücksichtigung der bereits gegebenen Aggenverrechnung als Nettobuchschrift oder wenn dies nicht mehr möglich ist als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2500 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 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 (Gewicht 1000 g) überschreiten, sowie Waren, Bücher, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegenommen. 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 Wohnort. Die Wohnort oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftragnehmers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnort bzw. gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart. Ist die Wohnortveränderung und Wohnortkenntnis nicht veröffentlicht, sind in ihren Aufträgen, 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. Präsenzänderungen 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 Preisreimderung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preisreimderung 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 Geschäftsjahres, 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. 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 Anzeigenauftrages von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverfolgung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlicher unerbrechlichen Nutzungen-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen rüdt unbrenzt übertragen.

23. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsrückfragen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, deren sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage für tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

Zusätzliche Bedingungen des Verlages

- Unterschied bei der Wiederholung einer Anzeige der gleichen Farbe in der ersten Veröffentlichung, so sind Ansprüche auf Zahlungsminderung oder Ersatz ausgeschlossen, wenn der Auftraggeber nach der ersten Veröffentlichung nicht sofort reklamiert hat.
- Sind etwaige Mängel bei den Druckerunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden sie erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungtreibende bei unangemessenem Abdruck keine Ansprüche.
- 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.
- Der Verlag ist berechtigt, im Einzelfall das allgemeine Zahlungsziel zu verkürzen.
- Der Verlag behält sich vor, beim Ausschließen im Rahmen der systemgesteuerten Bundverঞ্জigung Aufträge linear zu stauchen.