

Media-Daten 2019

Anzeigenpreisliste | Nr. 28 | gültig ab Folge 1/2019



Inhalt

Kurzwissen/Terminplan 2019	02
Anzeigenpreise	03
Technische Daten	04
Werbeformen	05
Bannerpreise	06
Ansprechpartner	07
AGB	08

www.milchrind.de

milchrind ist die führende Fachzeitschrift für Züchter und spezialisierte Milchproduzenten mit bundesweiter Verbreitung.

milchrind erreicht die leistungsfähigen und zukunftsorientierten Zucht- und Milchproduktionsbetriebe mit hohem Bedarf an Betriebsmitteln und Investitionsgütern. Mit keinem anderen Werbeträger ist diese entscheidende Zielgruppe so geschlossen zu erreichen.

milchrind liefert fundierte und gut aufbereitete Fach- und Hintergrundinformationen aus den Bereichen Zucht und Management.

milchrind recherchiert gründlich und informiert praxisgerecht.

Erscheinungsweise:

4-mal jährlich

Jahrgang:

28. Jahrgang 2019

Verkaufte Auflage:

22.328 Expl. (lt. IVW, 2. Quartal 2018)

Erscheinungsort:

48165 Münster

Verlag/Herausgeber:

Landwirtschaftsverlag GmbH | Hülsebrockstraße 2–8, 48165 Münster
 Postanschrift: 48084 Münster | Tel.: 0 25 01/80 10 | www.lv.de · E-Mail: service@lv.de

Geschäftsführung:

Hermann Bimberg (Sprecher), Werner Gehring, Malte Schwerdtfeger

Leiter überregionale Agrarmedien:

Reinhard Geissel | Tel.: 0 25 01/8 01 16 30 E-Mail: reinhard.geissel@lv.de

Publisher:

Ludger Burholt, Tel.: 02501/801-1830, E-Mail ludger.burholt@lv.de

Chefredaktion:

Dr. Christine Topf | Tel.: 0 25 01/8 01 21 10 | E-Mail: christine.topf@lv.de

Bereichsleitung LV-Media Sales:

Dr. Peter Wiggers (verantwortlich für den Anzeigenteil)
 Tel.: 0 25 01/8 01 18 00 | E-Mail: peter.wiggers@lv.de

milchrind informiert umfassend über die deutsche und internationale Holsteinzucht. Die Zeitschrift ist aber nicht nur ein wertvoller Ratgeber in allen Zuchtfragen, sondern berichtet auch über Entwicklungen im Bereich Milchviehmanagement. Dabei bilden Gesundheitsthemen einen regelmäßigen Schwerpunkt. In aktuellen Reportagen stellen erfolgreiche Betriebsleiter ihre Strategien in Zucht und Management vor.

Folge	Erscheinungstermin (Postauflieferung)	Anzeigenschlusstermin	Druckunterlagen-schlussstermin*
1	16.01.19	20.12.18	31.12.18
2	15.05.19	25.04.19	29.04.19
3	06.09.19	20.08.19	22.08.19
4	13.11.19	24.10.19	28.10.19



Erscheinungsort: 48165 Münster
 Durchschnittlich verbreitete Auflage im
 2. Quartal 2018: 22.635 Expl.

*Anlieferung druckreifer Dateien

Format	Spalten	Breite x Höhe in mm	Grundpreis s/w Brutto	2c/3c Euroskala	4c Euroskala
1/1 Seite	4	190 x 270	3.882 €	4.852 €	6.482 €
3/4 Seite	4 3	190 x 200 142 x 270	2.952 €	3.696 €	4.920 €
2/3 Seite	4 2	190 x 178 125 x 270	2.624 €	3.285 €	4.373 €
1/2 Seite	4 2	190 x 133 94 x 270	1.968 €	2.464 €	3.280 €
1/3 Seite	4 1	190 x 88 61 x 270	1.312 €	1.643 €	2.187 €
1/4 Seite	4 2	190 x 66 94 x 133 46 x 270	984 €	1.232 €	1.640 €
1/6 Seite	4	190 x 43 94 x 88	656 €	821 €	1.093 €
1/8 Seite	4 2 1	190 x 32 94 x 66 46 x 133	492 €	616 €	820 €
1/16 Seite	2 1	94 x 32 46 x 66	246 €	308 €	410 €
1/32 Seite	1	46 x 32	123 €	154 €	205 €

Alle Preise in € zzgl. ges. MwSt.

Zeitschriftenformat:

210 mm breit/297 mm hoch

Satzspiegel:

190 mm breit/270 mm hoch

Spaltenbreite und -zahl:

Anzeigenteil: 46 mm/4 Spalten

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 Einhefter

4-seitiger Einhefter
7.445 €

6-seitiger Einhefter
11.189 €

8-seitiger Einhefter
14.920 €

Druckverfahren:

Offset-Rotationsdruck (70er-Raster)

Verarbeitung: Rückendrahtheftung

Datenübermittlung:

Mail: barbara.haeder@lv.de,
FTP-Übermittlung auf Anfrage

Dateiformate: Druckoptimiertes PDF nach PDF/X-4:2010_CMYK. 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 nach ISO coated_v2 unbedingt erforderlich. Ohne Proof 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.

Farbanzeigen:

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.

Bunddurchdruck/Anschnitt:

Heftformat plus 3 mm Beschnittzugabe je Anschnittkante.

Beilagen:

Vor Auftragsannahme ist uns als Verlag ein verbindliches Muster vorzulegen. Format bis höchstens 205 x 290 mm. Beilagen kosten bis 25 g je % 155 € inkl. Versandkosten, zzgl. MwSt. Bei höheren Gewichten und ab 3 mm Stärke Preis auf Anfrage.

Einhefter:

Einhefter sind in der Heftmitte möglich. Vor Auftragsannahme ist ein verbindliches Muster vorzulegen. Rohformat gefalzt auf 213 / 222 x 306 mm (6 mm Kopfbeschnitt sind inkl.) Zeitschriftenauflage plus 2 % Zuschuss.

Beikleber:

Beikleber – auch CD-ROMs – auf Anzeigen möglich. Aufgeklebte Postkarte je % 130 €. Briefumschläge mit Inhalt und Prospekte bis 25 g je % 150 € inkl. Versandkosten. Alle Preise zzgl. ges. MwSt.

Preise für Rubrikanzeigen:

Gewerbliche Rubrikanzeigen pro mm und Spalte 3,15 € + MwSt., private Rubrikanzeigen pro mm und Spalte 3,15 € inkl. MwSt. Kennziffergebühr und Porto 9 € inkl. MwSt. Rubrikanzeigen sind nicht rabattfähig.

Versand für Beilagen, Einhefter und Beikleber:

Bitte die Versandadresse beim Verlag unter Tel. 0 25 01/801 33 60 erfragen.

Bankverbindungen:

Volksbank Münster eG
IBAN DE16 4016 0050 1004 0313 00
BIC GENODEM1M5C

Zahlungsbedingungen:

Bei Vorauszahlung und Bankeinzug 3 % Skonto, 14 Tage ab Rechnungsdatum 2 % Skonto, 30 Tage ab Rechnungsdatum netto. Bei Beilagen Skonto nur vom reinen Beilagenpreis. USt.-Ident-Nr. DE 126 042 224

Beispiele für Ihre Werbung in milchrind:

- Anzeigen
- Einkleber
- Beilagen
- Banner
- Beihefter
- Sonderdrucke

Bannerwerbung



Anzeigen



Anzeige im Textteil
ohne Aufpreis

gebauete Anzeigenseite

Sonderdrucke



www.milchrind.de

milchrind.de bietet aktuelle Informationen auch zwischen den Erscheinungsterminen des Heftes.

Wir bieten Ihnen folgende Werbeformate zu Monatsfestpreisen:

	Größe (Breite x Höhe in Pixel)	Preise	
Half-Banner	234 x 60	160 €	①
Full-Banner	468 x 60	450 €	②
Wallpaper	970 x 90 & 300 x 600	825 €	③
Leaderboard	728 x 90	500 €	④
Video	300 x 250	660 €	⑥
Online Advertorial	Teaserbild 190 breit & 216 Zeichen & Beitragsseite	985 €	
Skyscraper	160 x 600 max.	395 €	⑤
Medium Rectangle	300 x 250	325 €	⑥ oder ⑦
Halfpage Ad	300 x 600	450 €	⑤+⑧

Weitere Formate auf Anfrage.

Rabatte bei Bannerschaltungen innerhalb von 12 Monaten:

3 Monate	3 %
6 Monate	5 %
9 Monate	7 %
12 Monate	10 %



Bitte senden Sie die fertigen Dateien 3 Tage vor Erscheinen an:

onlinevermarktung@lv.de

Beachten Sie bitte die technischen Spezifikationen und AGBs unter:
<https://www.lv.de/technische-spezifikationen>



	Verlagsbüro Agrar	Mediaberater		
Nord	Matthias Woort im Landwirtschaftsverlag GmbH Hülsebrockstraße 2–8 48165 Münster Tel.: 02501/801 37 09 Fax: 02501/801 37 19 matthias.woort@lv.de	Henri Schwabe Windscheidstraße 26a 04277 Leipzig Tel.: 0341/33833 16 Fax: 0341/338 16 11 henri.schwabe@lv.de	Telesales Bettina Benstein-Thesing Tel.: 025 01/8 01 17 20 bbt@lv.de	
			Ulrich Sprenger Westendstr. 5 65391 Lorch-Ransel Tel.: 067 26/839077 Fax: 067 26/8390 78 Mobil: 01 62/9 40 76 16 sprenger@vb-sprenger.de	Yvonne Stein im Landwirtschaftsverlag GmbH Hülsebrockstraße 2–8 48165 Münster Tel.: 02501/801 37 12 Fax: 02501/801 37 19 yvonne.stein@lv.de
Stid	Erwin Bücherl Erich-Stegmann-Weg 7 82041 Oberhaching Tel.: 089/32 42 27 58 Fax: 089/32 42 27 59 erwin.buecherl@gmx.de	Thorsten Meyer (BW) Oberboihinger Str. 17/2 73230 Kirchheim (unter Teck) Tel.: 07021/95687 38 Fax: 07021/95687 39 Mobil: 01 60/948088 12 thorsten.meyer@lv.de		

Auflagen- und Verbreitungsanalyse

Auflagenkontrolle:	IWW
Auflagenanalyse:	2. Quart. 2018
Druckauflage:	23.300
Verbreitete Auflage:	22.635
Verkaufte Auflage:	22.328

Leiter überregionale Agrarmedien

Reinhard Geissel, Tel.: 02501/801 16 30
 E-Mail: reinhard.geissel@lv.de

Publisher

Ludger Burholt, Tel.: 02501/801 18 30
 E-Mail ludger.burholt@lv.de

Anzeigenmarketing

Caroline Dinkels, Tel.: 02501/801 18 10
 E-Mail: caroline.dinkels@lv.de

Luisa Drees-Pieper, Tel.: 02501/801 18 31
 luisa.drees-pieper@lv.de

Anzeigenservice

Barbara Häder, Tel.: 02501/801 33 60
 E-Mail: barbara.haeder@lv.de

Bannerwerbung

Sibylle Sander, Tel.: 02501/801 20 60
 E-Mail: sibylle.sander@lv.de
 Stefan Ettmann, Tel.: 02501/801 17 70
 E-Mail: stefan.ettmann@lv.de

Leitung Media Sales:

Gabriele Wittkowski, Tel.: 02501/801 17 00
 E-Mail: gabriele.wittkowski@lv.de

Österreich	Niederlande	Frankreich, Spanien	Andere
Ing. René Nöhrer Verkaufsleiter Österreich Tel.: +43 (0) 22 36/2 87 00 12 Mobil: +43 (0) 664/4 30 26 69 noehrer@lv-topagrar.at Christian Tassler Tel.: +43 (0) 22 36/2 87 00 21 Mobil: +43 (0) 6 76/7 62 07 27 christian.tassler@lv-topagrar.at Im Landwirtschaftsverlag GmbH Niederlassung Österreich Südstadtzentrum 4/10G/10 A 2344 Maria Enzersdorf	Carsten Moß Altendorfer Str. 7 48529 Nordhorn Tel.: 05921/17 97 50 1 carsten.moss@lv.de	Eugen Bruder Am Ziegelacker 18 74199 Untergruppenbach Tel.: 071 30/86 18 Fax: 071 30/93 81 Mobil: 01 71/7 17 70 89 eugen.bruder@t-online.de	Skandinavien Matthias Woort Yvonne Stein Schweiz, Italien Erwin Bücherl/ Eugen Bruder

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und andere Werbemittel in Zeitungen und anderen Werbemitteln in Zeitungen und Zeitschriften

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 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 oder anderer Werbemittel 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 Geschäfts-zweck 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 eingetragt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuzugeln, sofern die erste Anzeige innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird.

3. Werden einzelne oder mehrere Abzüge aus dem Abschluss aus Umständen 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. Aufträge für Anzeigen oder andere Werbemittel, 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 zur Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf alle diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

6. Textil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Selen 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 Werberrat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
- deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form nicht zumutbar 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. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels mit dem Auftraggeber 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 hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbarung 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 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 dem vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige. Ersatzverpflichtung des anderen Werbemittels, aber nicht in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder der anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzverpflichtung 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/ Ersatzverpflichtung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei wesentlichen 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 vorhersehenden Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch geschädigte 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 vorhersehenden Schaden beschränkt. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach dem gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Betrag geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung werden in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie sich 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 berechnigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach der Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
13. Die Rechnung ist innerhalb der auf der Preisliste erteilten 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 Aus-führung 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 Ausgehend anschließender Rechnungsabgabe abhängig zu machen.

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

- bei einer Garantieaufgabe bis zu 500 000 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 Aufgabeminderung 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 Fachzeitschrift. Soweit ebenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete Auflage des vorausgehenden Kalenderjahres. Darüber hinaus sind bei Abschließen Preisreduzierungsansprüche 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 Aufgabeminderungen für Titel, die heftbezogene Auflagenarten veröffentlichen)

Abweichend von Nummer 16a berechtigt die Aufgabeminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagenarten veröffentlichen, nur dann zu einer Preisreduzierung, 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 Aufgabeminderung 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 Preisreduzierung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengenaufzahl und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisreduzierung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Aufgabenteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde. Die mögliche Aufgabeminderung errechnet sich als Saldo der Aufgabener- und Auflagenunterschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Inserationsjahres. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennetto unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agentenvergütung als Naturatugschritt oder wenn dies nicht mehr möglich ist als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungs-summe mindestens 2500 Euro beträgt.

17. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwertung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Expressbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeliefert. 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 Verleiher 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, Katalogendungen 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 Geschäftskverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist der 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 Klagenerhebung 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 Werbungsmitler und Werbeagenturen 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 Auftragsaufträge sind gegenüber Unternehmen wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preisänderung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preisänderung ausgeübt werden.

21. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beantragt, 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 Auftragsauftrags 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 Rechtsverfolgung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche Rechte für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Interner, erforderlicher Urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstiger Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abzur-, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags 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 Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbeitrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage für tatsächlich ausgelieferte Auflage steht.

Zusätzliche Bedingungen des Verlages

- a) Mit der Erteilung eines Auftrages erkennt der Auftraggeber die Allgemeinen und die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Verlages an.
- b) Unterrät 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 erkannt, sondern werden sie erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungtreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.
- d) Im Falle höherer Gewalt erlischt die Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistungen 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.
- f) Der Verlag behält sich vor, beim Ausschließen im Rahmen der systemgesteuerten Bundverjüngung Anzeigen linear zu stauchen.