

pbs / **AKTUELL**

Magazin für den Schreibwaren-Fachhandel • www.pbs-aktuell.de



Mediadaten 2019

bit-Verlag 

Weinbrenner GmbH & Co. KG

Fasanenweg 18
70771 Leinfelden-Echterdingen
Tel.: 0711/75 91-312
Fax: 0711/75 91-348
www.pbs-aktuell.de

Kurzcharakteristik/Zielgruppe:

Seit 1968 ist pbs AKTUELL zuverlässiger Partner der Industrie und des Handels. pbs AKTUELL erscheint acht Mal jährlich mit einer Auflage von 10.000 Exemplaren. Mit dieser Auflage ist pbs AKTUELL mit Abstand das Medium mit der größten Verbreitung in der PBS-Branche.

Der besondere USP der pbs AKTUELL ist die exakte Ansprache der Zielgruppe: Sie setzt sich zusammen aus Einzelhändlern, die vom PBS-Großhandel in Deutschland beliefert werden. Dies sind in der Mehrzahl kleinere und mittlere PBS-Fachgeschäfte und Schreibwarenläden, die oft einen sehr breiten Sortimentsmix aus PBS, Büchern, Spielwaren, Kreativ-Sortimenten und Zeitschriften führen. Für den Versand erhält pbs AKTUELL exklusiv aktuelle Kundendateien aus dem deutschen PBS-Großhandel. Daher ist pbs AKTUELL in der genannten Zielgruppe die einzige Fachzeitschrift, die regelmäßig und kontinuierlich eine Leserschaft von rund 9.500 Händlern erreicht.

Das Heftkonzept: pbs AKTUELL gliedert sich in die Rubriken Branche, Tipp und Produkte. Der Branchen-Teil umfasst Berichte über Unternehmen, aktuelle Themen im Segment PBS sowie Entwicklungen des Marktes.

In der Rubrik Tipp geht es darum, den Händlern praktische Unterstützung für ihr Tagesgeschäft zu geben. Dazu zählen Beiträge über den Umgang mit Kunden, zum Thema Warenpräsentation, betriebswirtschaftliche sowie rechtliche Fragen. In der Rubrik Produkte schließlich dreht sich alles um Neuheiten, Trends und Aktionen der Hersteller.

Sortimente: Schreib- und Papeteriewaren, Schul- und Bürobedarf, Geschenkartikel, Organisationsmittel, Hobby-/Bastelbedarf, Party- und Festartikel sowie Bücher, Spielwaren und EDV-Zubehör.



Herausgeber: InterES
Handels- und Dienstleistungs GmbH & Co. KG
Edisonstraße 15, 90431 Nürnberg

Verlagsleitung: Siegfried Elsaß
Telefon: 0711/75 91-355
Telefax: 0711/75 91-348

**Redaktionsleitung
und Mediaberatung:** Birgit Hlawatsch
Telefon: 0711/75 91-340
E-Mail: bhlawatsch@bitverlag.de
Redaktion Christine Schott, Telefon: 0711/75 91-337
E-Mail: cschott@bitverlag.de

Anzeigenleitung: Joachim Ahnfeldt
Telefon: 0711/75 91-312
E-Mail: jahnfeldt@bitverlag.de
Telefax: 0711/75 91-348

Verlag: bit-Verlag Weinbrenner GmbH & Co. KG
Fasanenweg 18
70771 Leinfelden-Echterdingen
Telefon: 0711/75 91-355
Telefax: 0711/75 91-348

Postanschrift: Postfach 100116
70745 Leinfelden-Echterdingen

Internet: www.pbs-aktuell.de

Jahrgang: 52. Jahrgang 2019

Erscheinungsweise: 8-mal jährlich; Januar, März, April, Juni, Juli,
September, Oktober und Dezember

Auflage 1. Juli 2017 – 30. Juni 2018 (pro Ausgabe im Durchschnitt)
Druckauflage: 10.000 Exemplare
Verbreitete Auflage: 9.843 Exemplare

Erscheinungsort: 70771 Leinfelden-Echterdingen

Auflagenkontrolle:



Erscheinungs-/Redaktionsplan: siehe unter Termine und Themen

Bezugspreise:	Jahresabonnement	30,- EUR
(einschl. Porto und MwSt.)	Einzelverkaufspreis	3,- EUR

Bei Auslandssendungen wird das Porto gesondert berechnet.

Umfangs-Analyse:	2017	=	8 Ausgaben
Gesamtumfang:	264 Seiten	=	100,0 %
Redaktionsteil:	215 Seiten	=	81,4 %
Anzeigenteil:	49 Seiten	=	18,6 %
Beilagen:	6 Stück		

Anzeigenformate (Breite x Höhe in mm) und Preise (Euro)

Format	Satzspiegel	Heft-Format*	Grundpreis s/w	4-farbig	4-farbig incl. Anschnitt
1/1 Seite	205 x 255	230 x 300	5.030,-	6.950,-	7.453,-
2/3 Seite	205 x 170 135 x 255	230 x 200 153 x 300	3.355,-	4.645,-	4.980,-
1/2 Seite	205 x 127 100 x 255	230 x 150 115 x 300	2.515,-	3.475,-	3.727,-
1/3 Seite	205 x 85 65 x 255	230 x 100 76 x 300	1.677,-	2.322,-	2.490,-
1/4 Seite	205 x 64 50 x 255 100 x 127	230 x 75 57 x 300 115 x 150	1.258,-	1.738,-	1.864,-
1/6 Seite	205 x 43 65 x 127	230 x 50 76 x 150	838,-	1.168,-	1.252,-
1/8 Seite	205 x 32 100 x 63 50 x 127	230 x 38 115 x 75 57 x 150	629,-	869,-	932,-
1/16 Seite	100 x 32 50 x 64		315,-	435,-	

* Jeweils zzgl. 3 mm Beschnitt an allen Seiten.
Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird zusätzlich berechnet.

Titelseite	auf Anfrage
Sonderwerbformen	wie Ausklapp, Aufkleber, Booklet, Inselanzeige, Lesezeichen, Produktmuster, Druckveredelung etc. auf Anfrage
Farbzuschlag	je Zusatzfarbe (Euroskala) EUR 640,- für 1/1 Seite, kleinere Formate anteilig, Sonderfarben auf Anfrage
Formatzuschlag	10 % vom sw-Preis
Platzierung	Für verbindliche Platzierungs-Vorschriften Zuschlag 20 % vom sw-Preis (Mindestgröße: 1/2 Seite)
AE-Provision	15 %
Nachlässe	Bei Abnahme innerhalb eines Jahres Malstaffel ab 3-mal 3 % ab 5-mal 5 % ab 8-mal 10 % Mengenstaffel 3 Seiten 5 % 5 Seiten 10 % 8 Seiten 15 %
Kombinations-Rabatt	Jeweils 3 % zur Malstaffel pro zusätzlich gebuchtem Magazin aus dem bit-Verlag.

Beilagen	Höchstformat 230 mm breit × 300 mm hoch bis zum Gewicht von 20 g EUR 310,- per ‰ bis zum Gewicht von 30 g EUR 395,- per ‰ bis zum Gewicht von 50 g EUR 435,- per ‰ Jedes weitere Gramm EUR 2,55 per ‰ Zusätzliche Postgebühren fallen nicht an
Teilbelegung	Belegung von Teilauflagen ist möglich (nur komplette Postleitzonen), Aufpreis hierfür 30 ‰ (Mindestauflage: 3.000 Stück).
Liefermenge	Benötigte Anzahl Beilagen/Einhefter: 10.200 Exemplare
Versandanschrift für Beilagen	Druckerei Silber Druck oHG Otto-Hahn-Straße 25 34253 Lohfelden
Gestaltung und Druck Ihrer Werbemittel	Wir erleichtern Ihnen gerne die Abwicklung bei Einhefter- und Beilagen-Dispositionen: Auf Wunsch gestalten wir Ihre Prospekte und vermitteln leistungsfähige Druck-Dienstleister zu günstigen Konditionen und in bester Qualität. So sparen Sie Lieferzeit und Kosten und erhalten „alles aus einer Hand“.

Druck- und Bindeverfahren	Offset, Rückstichheftung
Druckunterlagen	Per E-Mail (jahnfeldt@bitverlag.de) oder auf CD-ROM an die Verlagsanschrift.
Anschrift für Druckunterlagen	bit-Verlag, Fasanenweg 18, 70771 Leinfelden-Echterdingen
Zahlungen	Bitte beachten Sie, dass die Rechnungsstellung zu pbs AKTUELL durch den Herausgeber, die InterES GmbH & Co. KG in Nürnberg, erfolgt. Bitte bezahlen Sie ausschließlich an die InterES GmbH & Co. KG.
USt-Id-Nr.	DE 147646018

pbs AKTUELL 1-2019 paperworld

Erscheinungstermin	02.01.2019
Anzeigen- und Druckunterlagenschluss	30.11.2018
Redaktionsschluss	22.11.2018

- Themen**
- Neuheiten 2019
 - Paperworld und Frühjahrmessen: Ideen für die kommende Saison

Messen Paperworld, Creativeworld, Christmasworld, Ambiente, Spielwarenmesse, Didacta, Trendset, Nordstil, ILM

pbs AKTUELL 5-2019 Juli/August

Erscheinungstermin	15.07.2019
Anzeigen- und Druckunterlagenschluss	19.06.2019
Redaktionsschluss	11.06.2019

- Themen**
- Made in Europe / Marke am PoS
 - Ideen für mehr Umsatz: Ware gekonnt präsentieren
 - Grüne Produkte: Nachhaltigkeit und Umweltschutz

Messen Nordstil

pbs AKTUELL 2-2019 März/April

Erscheinungstermin	01.03.2019
Anzeigen- und Druckunterlagenschluss	07.02.2019
Redaktionsschluss	01.02.2019

- Themen**
- Back to School: Alles zum Schulanfang
 - Messe-Nachlese
 - Innovativ & funktional: Ausgezeichnete Produkte

Messen Cadeaux

pbs AKTUELL 6-2019



Erscheinungstermin	02.09.2019
Anzeigen- und Druckunterlagenschluss	08.08.2019
Redaktionsschluss	01.08.2019

- Themen**
- Schreiben und Lernen
 - Feiern, Schenken, Grüßen: Alles für ein schönes Fest
 - Messe-Herbst: Neuheiten

Messen Insights-X, Buchmesse, Cadeaux

pbs AKTUELL 3-2019 April/Mai

Erscheinungstermin	15.04.2019
Anzeigen- und Druckunterlagenschluss	22.03.2019
Redaktionsschluss	15.03.2019

Themen

- Back to School: Alles zum Schulanfang
- Feiern, Schenken, Grüßen: Alles für ein schönes Fest
- Modernes Büro: Handling, Ergonomie, Trends

pbs AKTUELL 7-2019 Oktober/November

Erscheinungstermin	15.10.2019
Anzeigen- und Druckunterlagenschluss	19.09.2019
Redaktionsschluss	12.09.2019

Themen

- Arbeiten im Büro und im Home Office
- Organisieren & Ordnen:
von A wie Ablegen bis S wie Stempeln
- Messe-Nachlese

pbs AKTUELL 4-2019 Juni

Erscheinungstermin	01.06.2019
Anzeigen- und Druckunterlagenschluss	06.05.2019
Redaktionsschluss	26.04.2019

Themen

- Sommerzeit: Hits für Kids
- Planen und Organisieren: Kalender & Co.
- Schreibgeräte und Papiere

Messen

Tendence, Trendset

pbs AKTUELL 8-2019 Dezember

Erscheinungstermin	02.12.2019
Anzeigen- und Druckunterlagenschluss	25.10.2019
Redaktionsschluss	18.10.2019

Themen

- Messe-Vorschau – Neuheiten
- Bestseller – Rückblick 2019
- Home Decoration

Messen

Trendset, Nordstil







Seit dem Relaunch unseres Internetauftritts www.pbsaktuell.de hat sich nicht nur die Zahl der Zugriffe auf diese Website monatlich deutlich erhöht, wir bieten seither auch über den regelmäßigen Newsletter eine deutlich erweiterte Empfänger-Zielgruppe sowie eine Fülle neuer, digitaler Werbeformate:

- ✓ Banner
- ✓ Videos
- ✓ Newsletter-Werbung
- ✓ PR-News
- ✓ Online-Advertorials
- ✓ Whitepapers
- ✓ Online-Stellenanzeigen

Im Fokus steht die **CROSSMEDIALE VERKNÜPFUNG** zwischen dem Printmagazin pbs AKTUELL und dem neuen Web-Portal www.pbsaktuell.de

Das schafft für Sie als Werbekunden mehr Kontakte, mehr Reichweite und mehr Möglichkeiten zum Erreichen Ihrer Zielgruppe – kurzum **Mehr-Wert mit Crossmedia.**

* Einzelpreis – für reine Online-Buchungen
 ** Paketpreis – für Print-Anzeigenkunden
 *** PR-News sind ausschließlich Crossmedia-Paketkunden vorbehalten

Anzeigenform	Einzelpreis*	Paketpreis**	Laufzeit	Pixel
 Kategorie A: Half Banner	850,-	600,-	4 Wochen	234 x 60
 Kategorie B: Full Banner, Rectangle	950,-	650,-	4 Wochen	468 x 60 180 x 150
 Kategorie C: Super Banner, Medium Rectangle, Skyscraper	1.250,-	850,-	4 Wochen	728 x 90 300 x 250 120 x 600
 Kategorie D: Wall Paper, Expandable, Layer	1.700,-	1.000,-	4 Wochen	728 x 90 + 120 x 800 420 x 600 400 x 400
Video (Bannerplatz der Kat. C)	1.200,-	850,-	4 Wochen	—
Newsletter-Werbung (Full Banner oder Textanzeige)	900,-	600,-	4 Ausgaben	468 x 60
Online-Advertorial	1.700,-	1.000,-	4 Wochen	—
PR-News (online + Newsletter)	—	550,-***	2 Tage	—
Stellenanzeige	550,-	—	4 Wochen inkl. NL-Versand	—
Whitepaper	1.700,-	—	4 Wochen	—

Informationen

Dateiformate:

GIF, JPEG, PNG, SWF, HTML, Text

Bannergewicht:

max. 100 Kb

Flashbanner können sowohl mit eingebauten Links und dem Ziel `_blank`, oder mit `clickTag` und `targetTag` geliefert werden. Fallbackdateien sollten das Format `png`, `jpg` oder `gif` haben.

Newsletter:

Textanzeigen: max. 300 Zeichen inkl. Link und GIF-Logo.
Banner: kein Flash.

Bedingungen für Bannerschaltung:

Mindestlaufzeit: 4 Wochen
Rabatt: 10 % Rabatt ab 3 Monate
15 % Rabatt ab 6 Monate

Stellenanzeigen:

Word-Dokument inkl. Firmenlogo oder eine PDF-Datei.

Bannerservice:

Gern erstellen wir Ihren Banner für Sie, Preis auf Anfrage.

Datenanlieferung:

Zwei Werktage vor Schaltbeginn per E-Mail: info@bitverlag.de

PR-News sind nicht einzeln buchbar; diese können ausschließlich von Crossmedia-Paketkunden für jeweils 550,- Euro hinzugebucht werden.

Alle Preise sind Nettopreise, die jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuer wird zusätzlich berechnet.

Ansprechpartner



Birgit Hlawatsch (Redaktionsleitung)

Redaktion/Mediaberatung

Tel.: 0711/75 91-340

E-Mail: bhlawatsch@bitverlag.de



Christine Schott

Redaktion

Tel.: 0711/75 91-337

E-Mail: cschott@bitverlag.de



Joachim Ahnfeldt

Anzeigenleitung

Tel.: 0711/75 91-312

E-Mail: jahnfeldt@bitverlag.de



Peter Kreuzer

Internet

Tel.: 0711/75 91-378

E-Mail: pkreuzer@bitverlag.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 Aufträge 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 Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.

4 Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

5 Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Hefnummern, 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 Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

7 Der Verlag behält sich vor, Anzeigen auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses 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 Annahmeerklärung 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 Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern.

Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen.

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 Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantieauflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung 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.

Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt.

Als Garantieauflage gilt die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder, wenn eine Auflage nicht genannt ist, die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vorausgegangenen Kalenderjahres.

Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber vom 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 Auflagenangaben veröffentlichen) Abweichend von Nummer 16a berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagenangaben veröffentlichen, nur dann zu einer Preiserminderung, wenn und soweit sie bei 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 zugrundeliegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IWW. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr aus dem Auflagendurchschnitt der vier Quartale vor dem Insertionsjahr, soweit nicht vom Verlag eine absolute Auflagenzahl als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde.

Voraussetzung für einen Anspruch auf Preiserminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengentafel und für mindestens drei Ausgaben.

Grundlage für die Berechnung der Preiserminderung 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 Auflagenüber- und Auflagenunterschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Insertionsjahres.

Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalgutschrift 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 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 ... 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.

Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.

9 Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Verbreitung der Anzeige.

10 Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn - diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre.

Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrags 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 Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

12 Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

13 Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

14 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen.

Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15 Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Auftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden,

18 Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.

Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlichrechtlichen 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 Werbemittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten.

20 Preisänderungen für erteilte Auftragsaufträge sind gegenüber Unternehmern wirksam, wenn sie 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. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss spätestens bis zum Abschluss des Insertionsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden.

Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag.

Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

22 Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt.

Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugefertigten 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 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, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungsschutz, 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 örtlich unbegrenzt übertragen.

23 Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff oder Energieverknappung und dergleichen sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, 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 zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.



**Wir sind Mitglied der Fachgruppe Fachzeitschriften
im Verband Deutscher Zeitschriftenverleger e.V.**

