



top agrar Österreich
Das Magazin für moderne Landwirtschaft



Landwirtschafsvetlag GmbH
Münster-Hiltrup

Hülsebrockstraße 2-8
D-48165 Münster
www.topagrar.at

Media-Daten 2010

Anzeigenpreisliste Nr. 16
gültig ab Folge 1/2010

top agrar und top agrar Österreich – zu Hause bei top-Betrieben

top agrar Österreich erscheint monatlich als Ergänzung zum top agrar-Hauptheft. Aktuell und praxisnah geht **top agrar Österreich** auf die speziellen Probleme und Fragen der österreichischen Landwirte ein. Gefragt sind praxisgerechte Empfehlungen und Anregungen für die erfolgreiche Betriebsführung. Diesem Bedarf wird **top agrar Österreich** gerecht.

top agrar Österreich informiert die anspruchsvolle Zielgruppe der zukunftsorientierten Betriebe in Österreich. Die Leser bewirtschaften überwiegend größere und leistungsfähigere Höfe.

top agrar Österreich erreicht regelmäßig 32.000 Leser pro Nummer (LpN; Quelle: Fessel-GfK 2006).

Nutzen Sie das Investitionspotenzial der top agrar-Landwirte. Mit top agrar Österreich erreichen Sie diese investitionsstarken und zukunftsorientierten Betriebe kostengünstig und ohne Streuverluste.

Erscheinungsweise und Auflage:
monatlich, 15.000 Exemplare

Verbreitung: ausschließlich Österreich
Niederösterreich/Wien: 38 %
Oberösterreich: 26 %
übrige österr. Bundesländer: 36 %


Terminplan 2010

Ausgabe	Erscheinungstermin (Postauflieferung)	Anzeigenschluss- termin	Druckunterlagen- schlussstermin*
1/2010	18. 12. 09	27. 11. 09	03. 12. 09
2/2010	15. 01. 10	21. 12. 09	23. 12. 09
3/2010	19. 02. 10	29. 01. 10	04. 02. 10
4/2010	19. 03. 10	26. 02. 10	04. 03. 10
5/2010	23. 04. 10	31. 03. 10	07. 04. 10
6/2010	21. 05. 10	29. 04. 10	05. 05. 10
7/2010	18. 06. 10	27. 05. 10	02. 06. 10
8/2010	23. 07. 10	02. 07. 10	08. 07. 10
9/2010	20. 08. 10	30. 07. 10	05. 08. 10
10/2010	17. 09. 10	27. 08. 10	02. 09. 10
11/2010	15. 10. 10	24. 09. 10	30. 09. 10
12/2010	10. 11. 10	19. 10. 10	25. 10. 10

*Anlieferung digitalisierter Druckunterlagen.

Bei nicht termingerechter Lieferung kann die Platzierung verändert bzw. die Qualität beeinträchtigt werden. Reklamationen daraus sind ausgeschlossen.

Redaktionsbüro

top agrar Österreich:
Südstadtzentrum 1/14/1
A-2344 Maria Enzersdorf
Telefon: 0 22 36/ 28 700-0
Fax: 0 22 36/ 28 700-10
E-: verlag@lv-topagrar.at

Verlag:

Landwirtschaftsverlag GmbH
Hülsebrockstraße 2-8
D-48165 Münster
Postanschrift: D-48084 Münster
Telefon: ++49 (0) 25 01/ 801-0

Anzeigen-Direktwahl:

in Deutschland:
++49 (0)2501/ 801- -228 Telefax
-180 Objektleitung:
Dr. Peter Wiggers
E-: wiggers@lv-h.de
-335 Anzeigenverkauf/Disposition:
Andre Schürmann
E-: schuermann@lv-h.de

-170 Anzeigenverkaufsleitung:
Gabriele Wittkowski
E-: wittkowski@lv-h.de

in Österreich:

++43(0)2236/28700- -17 Telephon
-10 Telefax

Anzeigenpreise/Anzeigenformate

Satzspiegel: 190 x 270 mm (B x H)

Spaltenzahlen: Anzeigenteil 4

Format	Spalten	Breite x Höhe in mm	Grundpreis s/w in Euro	2c/3c Euroskala in Euro	4c Euroskala in Euro
1/1 Seite	4	190 x 270	1.312,00	1.640,00	2.099,00
3/4 Seite	4	190 x 200	984,00	1.230,00	1.547,00
	3	142 x 270			
2/3 Seite	4	190 x 178	875,00	1.093,00	1.399,00
	2	125 x 270			
1/2 Seite	4	190 x 133	656,00	820,00	1.050,00
	2	94 x 270			
1/2 Seite Textteil*	4	190 x 133	820,00	1.025,00	1.312,00
	2	94 x 270			
1/3 Seite	4	190 x 88	437,00	547,00	700,00
	1	61 x 270			
1/3 Seite Textteil*	4	190 x 88	568,00	711,00	910,00
	1	61 x 270			
1/4 Seite	4	190 x 66	328,00	410,00	525,00
	2	94 x 133			
	1	46 x 270			
1/6 Seite	4	190 x 43	219,00	273,00	350,00
	2	94 x 88			
1/8 Seite	4	190 x 32	164,00	205,00	262,00
	2	94 x 66			
	1	46 x 133			
1/16 Seite	2	94 x 32	82,00	103,00	131,00
	1	46 x 66			
1/32 Seite	1	46 x 32	41,00	51,00	66,00

Ermäßigte Preise für Rubrikanzeigen

Spaltenbreite 46 mm

Millimeter-Preis: **€ 1,05**

Nachlässe

bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten:

Mengenstaffel

1/2 Seite	3 %
1/1 Seite	5 %
3 Seiten	10 %
6 Seiten	15 %
9 Seiten	17 %
12 Seiten	20 %

Malstaffel

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

Die österreichische Anzeigenabgabe entfällt.

In Deutschland:

Alle Preise zzgl. ges. MwSt.

*: Alleinplatzierung; auf einer Seite unter oder neben Text

Beilagen:

Format bis höchstens 200 x 280 mm. Beilagekosten bis 25 g je %o € **199,00** (zzgl. Versand-/Handlingskosten). Bei höheren Gewichten Preis auf Anfrage. Vor Auftragsannahme Vorlage verbindlicher Muster beim Verlag. Anlieferung spätestens 10 Tage vor Erscheinen (nicht rabattfähig).

Einhefter:

Nur an bestimmten Stellen im Heft möglich. Rohformat gefalzt auf 213 / 222 x 306 mm (6 mm Kopfbeschnitt sind incl.). Anlieferung in Druckauflagenhöhe plus 2 % Zuschuss, gefalzt, 14 Tage vor Erscheinen (nicht rabattfähig).

Preise:

4-seitiger Einhefter € **1.998,00**

8-seitiger Einhefter € **2.961,00**

Preise für Einhefterproduktion bei Filmanlieferung auf Anfrage.

Versandanschrift für Beilagen und Einhefter:

LV Druck GmbH & Co. KG, Warenzentrale
Hülsebrockstr. 2-8
48165 Münster, Deutschland

Zeitschriftenformat: 210 x 297 mm (B x H)

Druckverfahren: Bogenoffset (70er Raster)

Verarbeitung:

Rückendrahtheftung

Datenübermittlung:

Per CD-ROM, per E-mail: schuermann@lv-h.de (≤3 MB), per ISDN: ++49/(0)25 01/9 88 12 03, auf Anfrage auch per FTP.

Beschriftung des Versandkoffers: Kundenname/Objekt/Ausgabe (z. B.: Saatbau/Linz/topÖ 02/10).

Bitte unbedingt gleichzeitige telefonische Nachricht an Herrn Schürmann: ++49/(0)25 01/8 01-3 35 und Fax mit Anzeigenmotiv an: ++49/(0)25 01/8 01-2 28.

Für die Übermittlungsqualität der Daten wird keine Verantwortung übernommen.

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:

Proofs nach ISO Coated_v2 unbedingt erforderlich. Ohne Druckunterlagen wird keine Garantie für Druckqualität und Richtigkeit des Anzeigenmotives 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 Euroskala erzielt. Keine Sonderfarben wie HKS oder Pantone möglich. Farben, die nicht im CMYK-Modus aufgebaut sind, werden automatisierend nach ISO Coated_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.

Bankverbindung:

Österreichische Postsparkasse
Kto.-Nr. 90 016 451, BLZ: 60 000

Zahlungsbedingungen:

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

www.topagrar.at

topagrar.at ist der eigenständige Webauftritt von top agrar Österreich

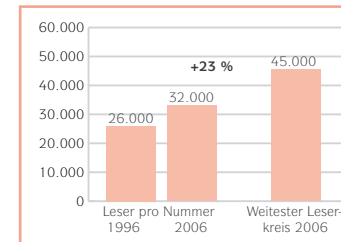
Fullbanner:

521 x 60 Pixel
€ 275,-

Seitenleiste:

120 x 200 Pixel
€ 225,-

Informationen zur werblichen Belegung von topagrar.at bei
Sibylle Sander
Tel. ++49/(0)25 01/8 01-2 06 · Fax -2 28
E-mail: service@topagrar.com

**top agrar Österreich
Gewinner beim Leserzuwachs**

Quelle: Fessel+Grfk-Analyse, 8/2006 (8/1996)

	<i>Verlagsbüro Agrar</i>	<i>Mediaberater</i>
Österreich + Deutschland Süd	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	Eugen Bruder Am Ziegelacker 18 74199 Untergruppenbach Tel.: 0 71 30/86 18 Handy: 0 1 71/7 17 70 89 Fax: 0 71 30/93 81 E-☒: eugen.bruder@t-online.de
Deutschland Mitte	Ulrich Sprenger Laubornstraße 10 56357 Miehlen Tel.: 0 67 72/96 91 43 Fax: 0 67 72/96 91 45 Handy: 0 1 62/9 40 76 16 E-☒: sprenger@vb-sprenger.de	Dave Ewert Fehrenbracht 7 57413 Finnentrop Tel.: 0 27 24/7 85 Fax: 0 27 24/7 84 E-☒: andea@t-online.de
Deutschland Nord	Ines Käufert im Landwirtschaftsverlag Hülsebrockstraße 2-8 48165 Münster Tel.: 0 25 01/8 01-2 78 Fax: 0 25 01/8 01-3 27 E-☒: kaeufert@lv-h.de	Henri Schwabe Windscheidstraße 26 a 04277 Leipzig Tel.: 0 3 4 1/3 38 33 16 Fax: 0 3 4 1/3 38 16 11 E-☒: Henri.Schwabe@t-online.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, Italien Erwin Bücherl/ Eugen Bruder

**Objektleitung
(Marketing und Anzeigen)**

Dr. Peter Wiggers
Tel.: 0 25 01/8 01-1 80
E-☒: wiggers@lv-h.de

**Anzeigenmarketing/
-disposition**

Andre Schürmann
Tel.: 0 25 01/8 01-3 35
E-☒: schuermann@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. 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 Rechtschritte, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem tatsächlich Abnahme entsprechenden Nachlass den Verlag zu erstatten. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlich Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.

4. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Willkürzeilen zum Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

5. Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschiff 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 kennlich 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 in der 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 (Verbindungsbeleg), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annehmklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbindungsbeleges. 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 den Format und den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schlagsbeginn anzuliefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder veretretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für den belegten 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 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 erteilen, wenn

- diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem Grade missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder
- diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßig 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 typischerweise vorhersehenden 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 vorhersehenden Schaden beschränkt. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

11. Probeanzeigen werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten 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 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. 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 realistischen 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 offenkundiger Rechnungsbeiträge abhängig zu machen.

15. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrags werden Anzeigenschmitteln, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtverbindliche 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 jedem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtrückchnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Inserationsjahres die Garantieauflage unterschritten wird. Eine Auftragsminderung 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 Auftragsminderung 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 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 Auftragsendungen veröffentlichen) Abweichend von Nummer 16a berechtigt eine Auftragsminderung bei Titeln, die heftbezogene Auftragsendungen 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 Auftragsminderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt. Die der Garantie zugrunde liegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IWW. Sie errechnet sich für das Inserationsjahr aus dem Auftragsdurchschnitt der vier Quartale vor dem Inserationsjahr, soweit nicht vom Verlag eine absolute Auflageauflage als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preiserminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengenangabe und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preiserminderung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht auf Auftragsstellung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde. Die mögliche Auftragsminderung errechnet sich als Saldo der Auftragsgeber- und Auftragsunternehmer der belegten Ausgaben innerhalb des Inserationsjahres. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agentenvergütung als Naturalgutschrift oder wenn dies nicht mehr möglich ist als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2500 Euro beträgt.

17. Bei Zielformanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Expressbriefe auf Zielformanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Zielformanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in diese Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann ein einzelntätig 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, 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 Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Anspruchs 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 Werbungsmitel und Werbegegenstände sind verpflichtet, sich in ihren Angaben, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Milliprovision darf an die Auftraggeber weiter gegeben werden, wenn sie 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 ausgedeutet werden.

21. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beantragt, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungsbelegten erforderlich. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss spätestens bis zum Abschluss des Inserationsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. 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 zugelassenen 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 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 interaktiver, elektronischer unberührender Nutzungen, Leistungsstütze- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Veräuflichung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen grüch unbegrenzt übertragen.

23. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidrigen 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 Verlosungsbild mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage zur Verfügung geliefert worden ist. Bei geringeren Verlosungsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

Zusätzliche Bedingungen des Verlages

- a) Mit der Erteilung eines Anzeigenauftrages erkennt der Auftraggeber die Allgemeinen und die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Verlages an.
- b) Unzulässig ist die 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 ewige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden sie erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungtreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.
- d) Im Falle höherer Gewalt erfolgt keine 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.