



top Österreich
agrar



Landwirtschaftsverlag Münster

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

Media-Daten 2012

Anzeigenpreisliste Nr. 18
gültig ab Folge 1/2012

Kurzcharakteristik/Terminplan 2012/Verlagsangaben

Weitere Medieninformationen unter www.topagrар.at**top agrар und
top agrар Österreich
– zu Hause bei top-Betrieben**

top agrар Österreich erscheint monatlich als Ergänzung zum top agrар-Hauptheft. Aktuell und praxisnah geht **top agrар 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 agrар Österreich** gerecht.

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

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

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

Erscheinungsweise und Auflage:
monatlich, 14.000 Exemplare

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

Terminplan 2012

Ausgabe	Erscheinungstermin (Postauflieferung)	Anzeigenschluss- termin	Druckunterlagen- schlussstermin*
1/2012	23. 12. 11	02. 12. 11	08. 12. 11
2/2012	27. 01. 12	06. 01. 12	12. 01. 12
3/2012	24. 02. 12	03. 02. 12	09. 02. 12
4/2012	23. 03. 12	02. 03. 12	08. 03. 12
5/2012	23. 04. 12	28. 03. 12	04. 04. 12
6/2012	25. 05. 12	03. 05. 12	09. 05. 12
7/2012	25. 06. 12	01. 06. 12	06. 06. 12
8/2012	23. 07. 12	02. 07. 12	06. 07. 12
9/2012	20. 08. 12	30. 07. 12	03. 08. 12
10/2012	18. 09. 12	28. 08. 12	03. 09. 12
11/2012	29. 10. 12	08. 10. 12	12. 10. 12
12/2012	26. 11. 12	05. 11. 12	09. 11. 12

*Anlieferung digitalisierter Druckunterlagen.

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

Redaktionsbüro

top agrар Österreich:
Südstadtzentrum 4
A-2344 Maria Enzersdorf
Telefon: 0 22 36/ 28 700-0
Fax: 0 22 36/ 28 700-10
E-[mail](mailto:verlag@lv-topagrар.at): verlag@lv-topagrар.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-
-317 Telefax
-180 Objektleitung:
Dr. Peter Wiggers · E-[mail](mailto:dr.peter.wiggers@lv.de): dr.peter.wiggers@lv.de

-335 Anzeigenverkauf/Disposition:

Andre Schürmann · E-[mail](mailto:andre.schuermann@lv.de): andre.schuermann@lv.de
-170 Anzeigenverkaufsleitung:
Gabriele Wittkowski · E-[mail](mailto:gabriele.wittkowski@lv.de): gabriele.wittkowski@lv.de

in Österreich:

+43(0)2236/28 700-
-17 Telefon
-10 Telefax

Anzeigenpreise/Anzeigenformate
Preise
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	1.374,00	1.714,00	2.241,00
3/4 Seite	4	190 x 200	1.038,00	1.285,00	1.681,00
	3	142 x 270			
2/3 Seite	4	190 x 178	923,00	1.143,00	1.494,00
	2	125 x 270			
1/2 Seite	4	190 x 133	692,00	857,00	1.121,00
	2	94 x 270			
1/2 Seite Textteil*	4	190 x 133	865,00	1.071,00	1.401,00
	2	94 x 270			
1/3 Seite	4	190 x 88	461,00	572,00	747,00
	1	61 x 270			
1/3 Seite Textteil*	4	190 x 88	599,00	743,00	971,00
	1	61 x 270			
1/4 Seite	4	190 x 66	346,00	428,00	560,00
	2	94 x 133			
	1	46 x 270			
1/6 Seite	4	190 x 43	231,00	285,00	374,00
	2	94x 88			
1/8 Seite	4	190 x 32	173,00	214,00	280,00
	2	94 x 66			
	1	46 x 133			
1/16 Seite	2	94 x 32	87,00	107,00	140,00
	1	46 x 66			
1/32 Seite	1	46 x 32	43,00	54,00	70,00

**Ermäßigte Preise
für Rubrikanzeigen**

Spaltenbreite 46 mm

 Millimeter-Preis: **€ 1,10**
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 Anzei-
genabgabe 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 € 1.999,00 (zzgl. Versand-/Handlingskosten). Bei höheren Gewichten Preis auf Anfrage. Vor Auftragsannahme Vorlage verbindlicher Muster beim Verlag. Anlieferung spätestens 10 Tage vor Erscheinen (nicht rabattfähig).

Versandadresse f. Beilagen, Einhefter und Beikleber

Bitte unbedingt im Verlag erfragen:

Tel. ++49(0)2501 / 8 01 - 3 35

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.

Zeitschriftenformat: 210 x 297 mm (B x H)

Druckverfahren: Bogenoffset (70er Raster)

Verarbeitung:

Rückendrahtheftung

Datenübermittlung:

Per CD-ROM, per E-mail: andre.schuermann@lv.de

(≤3 MB), per ISDN: ++49/(0) 2501/988 12 03,

auf Anfrage auch per FTP.

Beschriftung des Versandkoffers: Kundenname/Objekt/Ausgabe (z.B.: SaatbauLinz/topÖ 02/12).

Bitte unbedingt gleichzeitige telefonische Nachricht an Herrn Schürmann: ++49/(0) 2501/8 01-3 35 und Fax mit Anzeigenmotiv an: ++49/(0) 2501/8 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 Eurokala 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.topagrар.at

topagrар.at ist der eigenständige Webauftritt von top agrар Österreich.

Preise

Display Ads Werbeform	Format (Pixel)	Dateigröße	TKP
Half Banner	234 x 60	25 kb	€ 20,-
Fullbanner	468 x 60	50 kb	€ 25,-
Leaderboard	728 x 90	50 kb	€ 30,-
Wallpaper	728 x 90 & 160 x 600	100 kb	€ 50,-
Skyscraper	120 x 600 & 160 x 600	50 kb	€ 40,-
Medium Rectangle	300 x 250	50 kb	€ 40,-
Rectangle	180 x 150	50 kb	€ 25,-

Rabatte*

Volumen	Rabatt
15.000 Adlmp.	3 %
25.000 Adlmp.	5 %
35.000 Adlmp.	7 %
55.000 Adlmp.	10 %
80.000 Adlmp.	15 %

* (gültig innerhalb eines Insertionsjahres, höhere Print-Rabatte aus top agrар Österreich werden übernommen). Wir gewähren 15 % AE-Provision. Mindestauftragsvolumen: € 180,-



Buchungsschluss und Anlieferung

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

sibylle.sander@lv.de

Bitte beachten Sie auch die technischen Spezifikationen sowie unsere allgemeinen Geschäftsbedingungen für Online-Werbung: www.topagrар.at/medadaten

Informationen zur werblichen Belegung von topagrар.at bei

Sibylle Sander · Tel. ++49(0)2501/801-206 · Fax -228

E-mail: service@topagrар.com



	<i>Verlagsbüro Agrar</i>	<i>Mediaberater</i>
Österreich + Deutschland Süd	Erwin Bücherl Erich-Stegmann-Weg 7 82041 Oberhaching Tel.: +49 (0)89/32 42 27 58 Fax: +49 (0)89/32 42 27 59 E-☒: Erwin.Buecherl@gmx.de	Eugen Bruder Am Ziegelacker 18 74199 Untergruppenbach Tel.: +49 (0)71 30/86 18 Fax: +49 (0)71 30/93 81 Mobil: 01 71/7 17 70 89 E-☒: eugen.bruder@t-online.de
Deutschland Mitte	Ulrich Sprenger Laubornstraße 10 56357 Miehlen Tel.: +49 (0)67 72/96 91 43 Fax: +49 (0)67 72/96 91 45 Handy: 01 62/9 40 76 16 E-☒: sprenger@vb-sprenger.de	Dave Ewert Fehrenbracht 7 57413 Finnentrop Tel.: +49 (0)27 24/7 85 E-☒: andea@t-online.de
Deutschland Nord	Ines Käufert im Landwirtschaftsverlag GmbH Hülsebrockstraße 2-8 48165 Münster Tel.: +49 (0)25 01/8 01- 2 78 Fax: +49 (0)25 01/8 01- 2 96 Mobil: +49 (0)1 62/9 31 93 09 E-☒: ines.kaeufer@lv.de	Henri Schwabe Windscheidstraße 26 a 04277 Leipzig Tel.: +49 (0)3 41/3 38 33 16 Fax: +49 (0)3 41/3 38 16 11 E-☒: henri.schwabe@lv.de
Ausland	Niederlande Jan Dekker Koopmanslaan 12 NL 7005 BK Doetinchem Tel.: +31 (0) 3 14/34 50 47 Fax: +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.: +49 (0)25 01/8 01-1 80
E-☒: dr.peter.wiggers@lv.de

Anzeigenmarketing

Christian Westerschulte
Tel.: +49 (0)25 01/8 01- 2 75
E-☒: christian.westerschulte@lv.de

Anzeigendisposition

Andre Schürmann
Tel.: +49 (0)25 01/8 01- 3 35
E-☒: andre.schuermann@lv.de

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und andere Werbemittel 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 (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 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 Vertragschluss 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 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, die nur in bestimmten Hefenummern, 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. Rubrierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, es sei denn die ausdrückliche Vereinbarung bedarf.

6. Textil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Sätzen an Text und nicht an anderen Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

7. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen, wenn

- deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
- deren Inhalt 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 (Verbandwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Anmerkungen des Verlages. Diese bezeichnen 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, ordnungsgemäß, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Können dies Verlage für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen des Vortrages bei der Auftragserteilung zu tragen. Vereinbart ist für den nächsten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschränkungen 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 ab 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,
- 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 einem Monat nach 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 vorhersehbarer Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbarer Schaden beschränkt. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen 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 zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt 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 Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt. Die Rechnung ist innerhalb der auf 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.

13. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausage des laufenden Auftrags aussetzen und die weiteren Aufträge aussetzen und die restschuldigen Aufträge zurückzahlen verlangen. Bei Verlangen bezugnehmend Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen die Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offener Rechnungenbeträge abhängig zu machen.

14. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenschlusszeiten, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bezeichnung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

15. Aus einer Auflagenminderung kann – vorbehaltlich der Regelung der Ziffer 16b – nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantieaufgabe unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein auf Preisminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie

bei einer Garantieaufgabe bis zu 50 000 Exemplaren mindestens 20 v. H., bei einer Garantieaufgabe bis zu 100 000 Exemplaren mindestens 15 v. H., bei einer Garantieaufgabe bis zu 500 000 Exemplaren mindestens 10 v. H., bei einer Garantieaufgabe über 500 000 Exemplaren mindestens 5 v. H. beträgt. Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt.

Als Garantieaufgabe gilt die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder, wenn eine Auflage nicht genannt ist, die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verteilte) Auflage des vorausgesehenen 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 Auflagenminderungen für Titel, die hebftbezogene Auflagendaten veröffentlichten) Abweichend von Nummer 16a berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die hebftbezogene Auflagendaten veröffentlichten, nur dann zu einer Preisminderung, 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 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 Insertionsjahr aus dem Aufdruckdurchschnitt 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 Preisminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengentafel und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisminderung ist der Auftrag pro Insertionsjahr, soweit nicht bei Aufträgen eine Abschreibung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde. Die mögliche Auflagenminderung errechnet sich als Saldo der Auflageüber- und -Auflagenüberschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Insertionsjahres. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennetto unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalzuschuss 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. Einschreibefreie und Expressbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postwege 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 ein eventuelverträglich 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 eingekassiert. 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 Auftraggebers. Soweit Ansprüche aus Kaufverträgen nicht in Mahrverträgen fallen geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Bei Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

19. Die Werbungsmitteil und Werbeangeboten sind verpflichtet, sich in ihren Angaben, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittelprovision darf an die Auftraggeber weiter ganz noch teilweise weitergegeben werden.

20. Präsidierungen für erteilte Anzeigenaufträge sind gegenüber Unternehmern wirksam, wenn sie im vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preisreihung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preisreihung ausgestellt 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 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. Konzernabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag. Konzernabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernabattierung.

22. Der Auftraggeber verpflichtet sich, sich für die Schaltung der Anzeige erforderliche Rechte bestellt. 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 Anzeigenauftrages 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, erforderliche Urheberrechte, Nutzungs-, 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 Auftrags 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 Energieknappung 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 Auslieferungserfolgen wird der Rechnungsbetrag 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 Anzeigenauftrages erkennt der Auftraggeber die Allgemeinen und die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Verlages an.
 - b) Unlängert bei der Wiederholung einer Anzeige der gleiche Fehler wie in der ersten Veröffentlichung, so sind Ansprüche auf Zahlungsminderung oder Ersatz ausgeschlossen, wenn der Auftraggeber nach der ersten Veröffentlichung nicht sofort reklamiert hat.
 - c) Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden sie erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungtreibende bei ungenügender Abdruck keine Ansprüche.
 - d) Im Falle höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz. Insbesondere wird auch kein Schadenersatz für nicht oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen geleistet.
 - e) Der Verlag ist berechtigt, im Einzelfall das allgemeine Zahlungsziel zu verkürzen.
 - f) Der Verlag behält sich vor, beim Ausschließen im Rahmen der systemgesteuerten Bundveräußerung Anzeigen linear zu stauen.