



top agrar Mehr Landwirtschaft!



Landwirtschaftsverlag Münster

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

Alle Media-Informationen

www.top-mediacycenter.com

rund um top agrar

Media-Daten 2012

Anzeigenpreisliste Nr. 41
gültig ab Folge 1/2012

mehr Info unter
www.top-mediacenter.com

Das Wichtigste von top agrar

Das Wichtigste im Überblick

- **top agrar** ist die mit Abstand auflagenstärkste landwirtschaftliche Fachzeitschrift im deutschen Sprachraum.
- **top agrar** erzielt höchste Reichweiten in größeren Ackerbau- und viehhaltenden Betrieben, die sich durch ein hohes Investitionsniveau und umfangreichen Betriebsmitteleinsatz auszeichnen.
- **top agrar** bietet eine anerkannt gute redaktionelle Leistung, die sich konsequent am Informationsbedarf moderner und leistungsfähiger Betriebe orientiert.
- **top agrar** bietet viehhaltenden Betrieben **jeden Monat** zwei Spezialprogramme zur Auswahl: Schweinehaltung und/oder Rindviehhaltung.
- **top agrar** ist der Basis-Werbeträger für die Zielgruppe Agrar-Entscheider und -Meinungsführer.

Erscheinungsweise: monatlich

Erscheinungsort: 48165 Münster

Verlag/Herausgeber:

Landwirtschaftsverlag GmbH
Hülsebrockstraße 2-8, 48165 Münster
bzw. Postanschrift: 48084 Münster
Telefon: 0 25 01/8 01-0
Telefax: 0 25 01/8 01-2 28; -3 17
www.lv-h.de
E-✉: service@topagrar.com

Organ:

Unabhängiges Magazin für moderne Landwirtschaft

Redaktion:

Leitung
Heinz-Günter Topüth,
Dr. Ludger Schulze Pals, Berthold Achler
Telefon: 0 25 01/8 01 64-0
www.topagrar.com
E-✉: redaktion@topagrar.com

Jahrgang: 41. Jahrgang 2012

Verkaufte Auflage: 111.592 Expl.
(lt. IWW, 2. Quartal 2011)



Mitglied von Eurofarm Arbeitsgemeinschaft führender europäischer Agrarzeitschriften



Mitglied der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.

Redaktionskonzept:

top agrar ist mit dem Basisteil und den beiden monatlich erscheinenden Spezialprogrammen Rinder- und Schweinehaltung die ideale Kombination aus Fach- und Spezialzeitschrift.



Das **Basisheft** bietet jeden Monat aktuelle Fachinformation und praxisgerechte Entscheidungshilfen zu den Hauptthemen:

- Betriebsleitung/Geld, Steuern und Versicherungen
- Produktion auf Acker- und Grünland

- Technik und Bauen, Neue Energie
- Markt und Preise
- Haushalt und Familie

Jeden Monat erscheinen

• **die beiden Spezialprogramme Rinderhaltung** mit den Themen:

Kälberaufzucht und -mast/Milchviehhaltung/Fleischrassen/Bullenmast/Hygiene/Stallbau/Melktechnik/Fütterung

• **Schweinehaltung** mit den Themen:

Ferkelproduktion/Schweinemast/Management/Hygiene/Fütterung/Stallbau und -einrichtung/Technik

- für Abonnenten in Österreich: **top agrar mit Österreich Journal**
- für Abonnenten in der Schweiz: **top agrar mit Landfreund**



- zahlreiche Themen- und EventSpecials von **top agrar** bieten zusätzliche, besonders attraktive Spot-Werbemöglichkeiten. Bitte beachten Sie unsere separaten Ankündigungen, die regelmäßigen Themenvorschauen und alle wichtigen Media-Infos unter

www.top-mediacenter.com!

Direktwahlen:

Anzeigenmarketing/-beratung/Preisankünfte:

E-Mail: marketing@topagrar.com

Fax: 0 25 01/8 01-2 28

Basisprogr., Sonderveröffentlichungen, -drucke:

Jens Winkelkötter

Tel. 0 25 01/8 01-1 85 · E-Mail: jens.winkelkoetter@lv.de

Spezialprogramme Rind und Schwein:

Ludger Burholt

Tel. 0 25 01/8 01-1 83 · E-Mail: ludger.burholt@lv.de

Online, Sonderveröffentlichungen:

Sibylle Sander

Tel. 0 25 01/8 01-2 06 · E-Mail: sibylle.sander@lv.de

Anzeigendispos./Auftragsannahme/-bearbeitung:

E-Mail: anzeigen@topagrar.com

Fax: 0 25 01/8 01-3 17

Basisprogramm:

Wolfgang Weicker

Tel. 0 25 01/8 01-1 74 · E-Mail: wolfgang.weicker@lv.de

Spezialprogramme Rind und Schwein:

Wolfgang Weicker

Tel. 0 25 01/8 01-1 74 · E-Mail: wolfgang.weicker@lv.de

Rubrikanzeigen:

Jutta Watermann

Tel. 0 25 01/8 01-3 19 · E-Mail: jutta.watermann@lv.de

Objektleitung:

Dr. Peter Wiggers

Tel. 0 25 01/8 01-1 80 · E-Mail: dr.peter.wiggers@lv.de

Anzeigenverkaufsführung:

Gabriele Wittkowski

Tel. 0 25 01/8 01-1 70 · E-Mail: gabriele.wittkowski@lv.de

Terminplan 2012

Ausgabe	Erscheinungstermin (Postauflieferung)	Anzeigenschluss- termin	Druckunterlagen- schlussstermin*
1/2012	20. 12. 11	29. 11. 11	06. 12. 11
2/2012	24. 01. 12	22. 12. 11	10. 01. 12
3/2012	21. 02. 12	31. 01. 12	07. 02. 12
4/2012	20. 03. 12	28. 02. 12	06. 03. 12
5/2012	18. 04. 12	26. 03. 12	02. 04. 12
6/2012	22. 05. 12	27. 04. 12	07. 05. 12
7/2012	20. 06. 12	29. 05. 12	05. 06. 12
8/2012	18. 07. 12	27. 06. 12	04. 07. 12
9/2012	15. 08. 12	25. 07. 12	01. 08. 12
10/2012	13. 09. 12	23. 08. 12	30. 08. 12
11/2012 <i>Ausgabe zur EuroTier</i>	24. 10. 12	02. 10. 12	10. 10. 12
12/2012	21. 11. 12	29. 10. 12	07. 11. 12

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

*Anlieferung digitalisierter Druckunterlagen.
Reklamationen daraus sind ausgeschlossen.



Anzeigenformate und Preise

Anzeigenplatzierung in:

Format	Spalten	Breite x Höhe in mm	Basisprogramm			Spezialprogramm Rinder- oder Schweinehaltung		
			Grundpreis s/w in €	2c/3c in €	4c in €	Grundpreis s/w in €	2c/3c in €	4c in €
1/1 Seite	4	190 x 270	9.768,-	12.220,-	15.291,-	7.052,-	8.791,-	10.989,-
2/3 Seite	4	190 x 178	6.910,-	8.594,-	10.758,-	4.702,-	5.861,-	7.326,-
2/3 Seite Textteil*	3 2	190 x 178 125 x 270	8.292,-	10.312,-	12.910,-	5.643,-	7.033,-	8.791,-
1/2 Seite	4	190 x 133	5.182,-	6.445,-	8.069,-	3.526,-	4.395,-	5.495,-
	2	94 x 270						
1/2 Seite Textteil*	4	190 x 133 94 x 270**	6.478,-	8.057,-	10.086,-	4.408,-	5.494,-	6.868,-
1/3 Seite	4	190 x 88	3.455,-	4.297,-	5.379,-	2.351,-	2.930,-	3.663,-
1/3 Seite Textteil*	1	61 x 270	4.491,-	5.586,-	6.993,-	3.056,-	3.810,-	4.762,-
1/4 Seite	4	190 x 66	2.591,-	3.223,-	4.034,-	1.764,-	2.198,-	2.747,-
	2	94 x 133						
	1	46 x 270						
1/6 Seite	4	190 x 43 94 x 88	1.727,-	2.148,-	2.690,-	1.175,-	1.465,-	1.832,-
1/8 Seite	4	190 x 32	1.296,-	1.611,-	2.017,-	881,-	1.099,-	1.374,-
	2	94 x 66						
	1	46 x 133						
1/16 Seite	2	94 x 32	648,-	806,-	1.009,-	441,-	550,-	686,-
	1	46 x 66						
1/32 Seite	1	46 x 32	324,-	403,-	504,-	220,-	274,-	344,-

Minimalformat 46 mm breit, 20 mm hoch

* Alleinplatzierung auf einer Seite unter oder neben Text; Spaltenzahlen: Textteil 3

** nicht überall möglich

alle Preise zzgl. ges. MwSt.

Zeitschriftenformat:

212 mm breit/297 mm hoch

Satzspiegel:

190 mm breit/270 mm hoch

Spaltenbreite und -zahl:

- a) Anzeigenteil: 46 mm/4 Spalten
 b) Textteil: 61 mm/3 Spalten

Anzeigenstrecken auf Anfrage. Auf Anzeigenstrecken mit textanschließenden Anzeigenformaten erheben wir einen Streckenzuschlag.

Anzeigen der Formate 2/1-Seite und 1/1-Seite werden im Textteil platziert.

Nachlässe

bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten:

Malstaffel

3 Anzeigen	3 %
6 Anzeigen	5 %
9 Anzeigen	7 %
12 Anzeigen	10 %
18 Anzeigen	15 %

Mengenstaffel

1/2 Seite	3 %
1/1 Seite	5 %
3 Seiten	10 %
6 Seiten	15 %
9 Seiten	17 %
12 Seiten	20 %
18 Seiten	22 %
24 Seiten	23 %

Last-Minute-Anzeigen:

In sehr eng begrenztem Umfang bestehen fallweise Möglichkeiten, nach Anzeigenschluss aufschlagpflichtige Anzeigen (nur 1/1 Seiten) zu disponieren. Nur digitale Druckunterlagen möglich. Reklamationsansprüche sind hierbei grundsätzlich ausgeschlossen. Auskunft: Jens Winkelkötter, Tel. 02501/801-185

Zeitschriftenformat:

212 x 297 mm (B x H)

Druckverfahren:

Bogenoffset, Innenteil Offset-Rotation (70er Raster)

Verarbeitung:

Klebebindung (bitte bei Produktion über Bund beachten!)

Datenübermittlung:

Per CD-ROM, per E-Mail: weicker@lv-h.de (≤3 MB),

auf Anfrage auch per FTP:

Beschriftung des Versandkoffers: Kundenname/Objekt/
Ausgabe (z.B.: BASF/top agrar 02/12).Bitte unbedingt gleichzeitige telefonische Nachricht
an Herrn Weicker: 025 01/8 01-174 und Fax mit
Anzeigenmotiv an: 025 01/8 01-3 17.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.

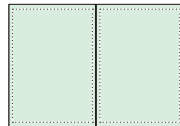
Ohne Druckunterlagen wird keine Garantie für**Druckqualität und Richtigkeit des Anzeigenmoti-****ves übernommen.** Sie müssen vor Druckbeginn mit
Angabe des Ansprechpartners dem Verlag vorliegen.
Reklamationsansprüche sind bei fehlenden Unterlagen
ausgeschlossen. Zusätzliche Layout- und Bildbearbei-
tungskosten 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 umge-
wandelt. Hierbei kann es zu geringen Farbabweichun-
gen kommen. Reklamationsansprüche sind hierbei
ausgeschlossen. Gedruckt wird nach dem Fogra-
Medienstandard. Farbabweichungen im Toleranzbe-
reich sind technisch bedingt und liegen innerhalb des
Fogra-ISO-Standards.**Ermäßigte Prei-
se im Basispro-
gramm**Millimeter-Preis
(46 mm Spalten-
breite)**Immobilien-/Stellenanzeigen* (gewerbl.)**s/w € 5,602c Euroskala € 6,754c Euroskala € 8,40

*Stellenmarkt nicht rabattfähig

Chiffregebühr

(zzgl. ges. MwSt.)

€ 8,50

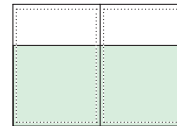
Anzeigenformate mit Anschnitt und BunddurchdruckBeschnittzugabe bei angeschnittenen Formaten an allen Seiten je 3 mm;
je nach Motiv 4–8 mm Überlappung in das Motiv einarbeiten (Klebebindung).**2/1 Seiten; pro Seite:**

sichtbare Druckfläche: 297 mm (H)

und 212 mm (B) Anlieferformat inkl.

Anschnitt: 303 mm (H) und 215 mm (B);

Seiten einzeln anlegen!

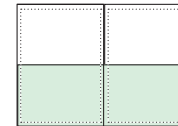
**2 x 2/3 Seiten (q) pro Seite:**

sichtbare Druckfläche: 193 mm (H) und

212 mm (B) Anlieferformat inkl.

Anschnitt: 196 mm (H) und 215 mm (B);

Seiten einzeln anlegen!

**2 x 1/2 Seiten (q) pro Seite:**

sichtbare Druckfläche: 148 mm (H)

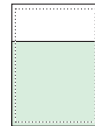
und 212 mm (B) Anlieferformat inkl.

Anschnitt: 151 mm (H) und 215 mm (B);

Seiten einzeln anlegen!

Anzeigenformate Alleinplatzierung unter/neben Text

Beschnittzugabe bei angeschnittenen Formaten an allen Seiten je 3 mm

**2/3 Seite quer:**

sichtbare Druckfläche:

193 mm (H) und

212 mm (B)

Anlieferformat inkl.

Anschnitt: 196 mm (H)

und 215 mm (B)

**2/3 Seite hoch:**

sichtbare Druckfläche:

135 mm (H) und

155 mm (B)

Anlieferformat inkl.

Anschnitt: 303 mm (H)

und 138 mm (B)

**1/2 Seite quer:**

sichtbare Druckfläche:

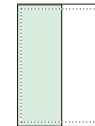
148 mm (H) und

212 mm (B)

Anlieferformat inkl.

Anschnitt: 151 mm (H)

und 215 mm (B)

**1/2 Seite hoch:**

sichtbare Druckfläche:

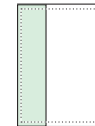
297 mm (H) und

104 mm (B)

Anlieferformat inkl.

Anschnitt: 303 mm (H)

und 107 mm (B)

**1/3 Seite hoch:**

sichtbare Druckfläche:

297 mm (H) und

71 mm (B)

Anlieferformat inkl.

Anschnitt: 303 mm (H)

und 74 mm (B)

Sonderinsertionen

Beilagen^{1) 2)}:

Format bis max. 200 x 280 mm.

Beilagekosten (bis 25 g) je % ab **€ 199,-** zzgl. Versand-/Handlingskosten (abhängig vom Heftgewicht). Bei höheren Gewichten oder abweichenden Formaten Preis auf Anfrage.

Belegungsmöglichkeiten:

- **Gesamtausgabe** oder
- **Ausgabe mit Spezialprogramm Rind od.**
- **Ausgabe mit Spezialprogramm Schwein**

Die Belegung der Spezialprogrammausgaben ist nur überregional möglich.

Regionale Belegungsmöglichkeiten im

Inland (gilt nur für Gesamtausgabe):

Nord: Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen, Niedersachsen

Mitte: Nordrhein-Westfalen, Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland

Süd: Baden-Württemberg, Bayern

Ost: Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt, Sachsen, Thüringen, Berlin

Kombinationen (z.B. Nord+Mitte+Ost) möglich. Die Verbreitung orientiert sich an den Postleitzonen.

Begelegte Gegenstände ab 2,5 mm Höhe verursachen zusätzliche Portokosten. Bei Beilagen Skonto nur vom reinen Beilagenpreis.

Einhefter^{1) 2)}:

Anlieferung in Druckauflagenhöhe plus 2 % Zuschuss 14 Tage vor Erscheinen. Technische Einzelheiten und Druckauflage auf Anfrage.

Preise für Einhefterproduktion bei Druckunterlagenanlieferung auf Anfrage.

Preise für Einhefter

Papiergewicht bis 115 g/m²

2-seitig	€ 17.607,-
4-seitig	€ 26.353,-
6-seitig	€ 35.157,-
8-seitig	€ 43.847,-

Papiergewicht 115 bis 150 g/m²

2-seitig	€ 18.192,-
4-seitig	€ 27.228,-

Beikleber^{1) 2)}:

Beikleber – auch CD-ROMs – nur auf ganzseitigen Anzeigen möglich.

Aufgeklebte Postkarte je % € 85,-, Briefumschläge mit Inhalt, CD-ROMs und Prospekte bis 25 g je % € 105,-, jeweils zzgl. Versand-/Handlingskosten. Beikleber sind nur an bestimmten Stellen im Heft möglich.

Alle Preise zzgl. ges. MwSt.

Weitere Informationen unter
www.top-mediacenter.com

Bitte unbedingt die technischen Daten für Beilagen, Einhefter, Beikleber und Bunddurchdruckanzeigen anfordern bei:

Wolfgang Weicker

Telefon: 02501/ 801-174, Fax: -317

E-Mail: weicker@lv-h.de

Versandanschrift für Beilagen, Einhefter und Beikleber:

Lieferung 14 Tage vor Erscheinen an

Pro Bind
Professional Binding GmbH
Warenannahme
Bielefelder Straße 61
33428 Marienfeld

Annahme Mo.–Fr. 6.00–17.00 Uhr

Zahlungsbedingungen:

3 % Skonto bei Vorauszahlung und Bankeinzug,
 2 % Skonto 14 Tage ab Rechnungsdatum,
 Netto 30 Tage ab Rechnungsdatum.
 Bei Beilagen Skonto nur vom reinen Beilagenpreis.

Bankverbindungen:

Volksbank Münster eG
 Kto.-Nr. 1 004 031 300
 (BLZ 401 600 50)

Postgiroamt Dortmund
 Kto.-Nr. 289 21-466
 (BLZ 440 100 46)

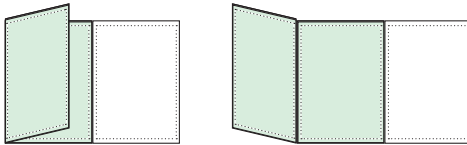
USt.-Ident-Nr. DE 126 042 224

1) Nicht rabattfähig; bei Beiklebern ist nur die Trägeranzeige rabattfähig.

2) Vor Auftragsannahme ist die Vorlage verbindlicher Muster beim Verlag erforderlich.

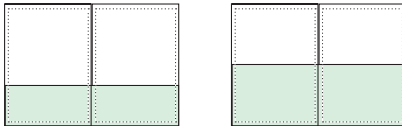
Gatefolder

Der Gatefolder ist eine ein- oder mehrmals nach links ausklappbare Anzeigenseite. Als Anzeigenplatz stehen dabei insgesamt drei Seiten zur Verfügung: Die 2. US und die beiden Seiten der ausklappbaren Lasche. Möglich ist auch, eine halbe Seite ein- bzw. auszuklappen. Verfügbarkeit: Auf Anfrage



Panoramaanzeige

Anzeige über den Bund von zwei Seiten in voller Breite.
 Formate: 2 x 1/3 Seite oder 2 x 1/2 Seite, jeweils Querformat.
 Preise: EUR 13.644,- / 2 x 1/3 Seite, 4-c
 EUR 19.680,- / 2 x 1/2 Seite, 4-c



Alle genannten Preise zzgl. ges. MwSt.

Kontakt:

Jens Winkelkötter
 Tel.: 0 25 01/8 01-1 85
 E-✉: jens.winkelkötter@lv.de

agribusiness@online

Neben der Bannerwerbung bietet **top agrар** Ihnen die Möglichkeit, zusätzlich in Printform auf Ihr Internetangebot hinzuweisen. Sie können diese Anzeige zielgruppengerecht im Basisprogramm oder den Spezialprogrammen Rind bzw. Schwein platzieren.



Preise & Formate agribusiness@online

Bereich	Format, Anzahl, Preis (zzgl. MwSt.)	
Spezialpr. Rind od. Schwein	46 mm x 20 mm (4c), 12 Anzeigen, € 1.750,-	Anzeigen nicht rabattbildend
Basisprogramm	46 mm x 20 mm (4c), 12 Anzeigen, € 2.250,-	

Kontakt:

Ludger Burholt
 Tel.: 0 25 01/8 01-1 83
 E-✉: ludger.burholt@lv.de

Seit 2010 erscheint das **ENERGIEmagazin** als Sonderbeilage von top agrar vier mal jährlich mit einer Auflage von 120.000 Exemplaren (Deutschland, Österreich, Schweiz).

Regelmäßige Themenschwerpunkte sind Solar/Photovoltaik, Biogas, Biomasse, Biokraftstoffe, Thermie/Wärme und Windenergie.

Anzeigenformate und Preise

Format	Spalten	Breite x Höhe in mm	Preise in €		
			Grundpreis s/w	2c/3c	4c
1/1 Seite	4	190 x 270	5.180,-	6.374,-	7.968,-
3/4 Seite	4	190 x 200	3.885,-	4.781,-	5.976,-
	3	142 x 270			
2/3 Seite	4	190 x 178	3.483,-	4.249,-	5.312,-
1/2 Seite	4	190 x 133	2.590,-	3.187,-	3.984,-
1/3 Seite	2	94 x 270	1.727,-	2.125,-	2.656,-
	4	190 x 88			
	1	61 x 270			
1/4 Seite	4	190 x 66	1.295,-	1.594,-	1.992,-
	2	94 x 133			
	1	46 x 270			
1/6 Seite	4	190 x 43 94 x 88	864,-	1.063,-	1.328,-
1/8 Seite	4	190 x 32	648,-	797,-	996,-
	2	94 x 66			
	1	46 x 133			
1/16 Seite	2	94 x 32	324,-	399,-	498,-
	1	46 x 66			
1/32 Seite	1	46 x 32	162,-	199,-	249,-

Alle Preise zzgl. ges. MwSt.

Termine und Schwerpunktthemen



Ausgabe	1/2012	2/2012	3/2012	4/2012
Schwerpunktthema	Biogas	Solar/ InterSolar 2012	Windenergie	BioEnergy 2012, Messe Hannover
Erscheinungstermin	22.02.2012	23.05.2012	16.08.2012	25.10.2012
Anzeigenanschluss	16.01.2012	16.04.2012	23.07.2012	24.09.2012
Druckunterlagenabschluss	23.01.2012	23.04.2012	30.07.2012	01.10.2012

Ansprechpartner:

Anzeigenmarketing:

Jens Winkelkötter
Tel. 0 25 01 / 8 0 1 - 1 8 5
E-Mail: jens.winkelkoetter@lv.de

Christian Westerschulte
Tel. 0 25 01 / 8 0 1 - 2 7 5
E-Mail: christian.westerschulte@lv.de

Redaktion:

Berthold Achler (Leitung)
Hinrich Neumann

Diethard Rolink
Tel. 0 25 01 / 8 0 1 - 8 8 0 9
E-Mail: rolink@topagrar.com

Zu den Werbemöglichkeiten im top agrar Hauptheft kommen jedes Jahr mehrere regional oder thematisch orientierte Supplements hinzu. Zielgenau an die passenden Adressen gerichtet.

Die Werbemöglichkeiten in unseren Supplements bieten Ihnen die Chance zu unmittelbarer Dauerpräsenz im perfekten Themenumfeld - und das zu ungemein attraktiven Preisen.



2012 erscheinen folgende top agrar Supplements zusätzlich zum top agrar Hauptheft:

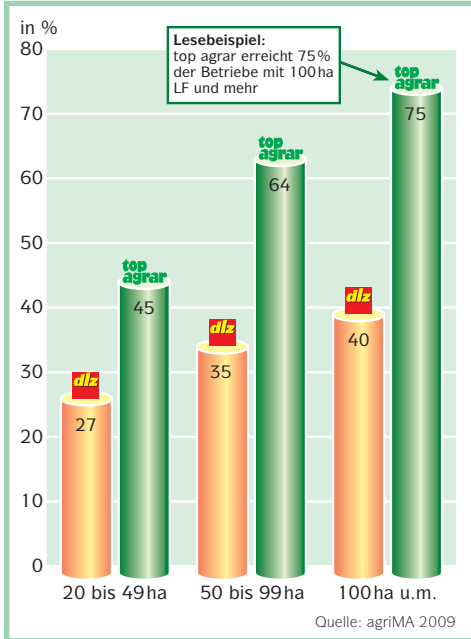
in top agrar-Ausgabe	Titel	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss	Druckunterlagen-schluss	Auflage	Zielgruppe/Verbreitung	Anzeigenpreis, 1/1 S., 4c
7/2012	Messe: Tarmstedter Ausstellung	21.06.2012	21.05.2012	28.05.2012	33.500 Expl.	Teilbeilage Nord	3.538,- €
9/2012	Messe: LandTage Nord	16.08.2012	23.07.2012	30.07.2012	33.500 Expl.	Teilbeilage Nord	3.538,- €
9/2012	Messe: Karpfhamer Fest	16.08.2012	23.07.2012	30.07.2012	33.500 Expl.	Teilbeilage Süd	3.538,- €
10/2012	Messe: ZLF München	14.09.2012	23.08.2012	30.08.2012	50.000 Expl.	Teilbeilage Mitte/Süd/Ost	6.259,- €
12/2012	Forstmagazin	22.11.2012	22.10.2012	29.10.2012	45.000 Expl.	selektiv Wald-/Forstbetriebe	6.259,- €

Alle genannten Preise zzgl. ges. MwSt. – weitere Formate und Preise unter [www.top-Mediacenter.com/top agrar Supplements](http://www.top-Mediacenter.com/top-agrar-Supplements)

Ansprechpartner:

Jens Winkelkötter · Tel. 0 2501 -801 -1 85 · E-Mail: jens.winkelkoetter@lv.de

Reichweiten nach Betriebsgrößenklassen in Prozent



Besonders hoch ist die Präsenz von **top agrar** bei größeren Betrieben. Mit **top agrar** erreichen Sie konzentriert Landwirte mit Betrieben über 50 ha, die permanent über ein besonders hohes Investitions- und Betriebsmittelvolumen entscheiden.



Auflagenanalyse IVW 2. Quartal 2011

Verbreitete Auflage: 115.645 Expl.

Abonnierte Auflage: 103.145 Expl.

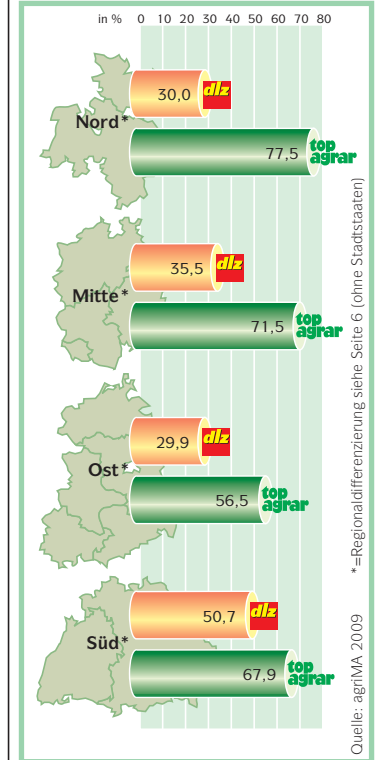
Sonstiger und Einzelverkauf: 8.447 Expl.

Verkaufte Auflage: 111.522 Expl.

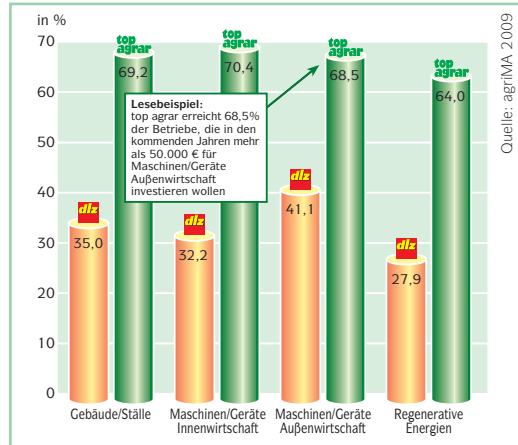
Alle Auflagen-Daten finden Sie hier:
(http://www.top-mediacycenter.com/top12_aufgabe.php)



Regionale Reichweiten nach Betriebsgrößenklassen



Reichweite bei Betrieben mit geplanten Investitionen über 50.000 €

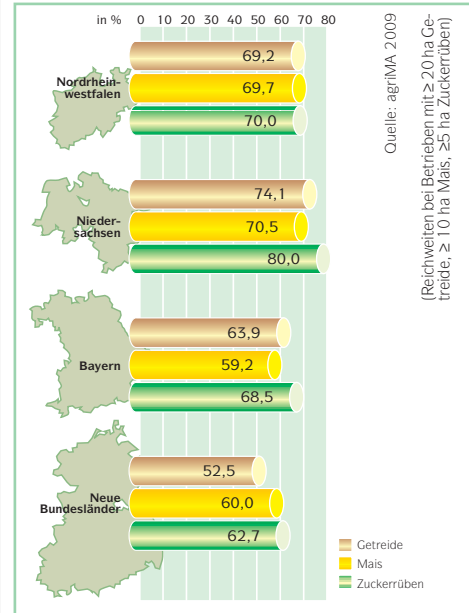


In den nächsten 2 Jahren werden die deutschen Landwirte rund 14,2 Mrd. € in ihre Betriebe investieren. Die **top agrar**-Leser haben daran einen Anteil von 9,8 Mrd. € (69 %, agrIMA 2009). Besonders bei den Betrieben, die größere Investitionsvorhaben realisieren werden, ist **top agrar** „gesetzt“: So erreicht **top agrar** ca. 70 % der Betriebe, die jeweils mehr als 50.000 € in die Bereiche Gebäude/Ställe, Maschinen und Geräte für die Innen- wie auch für die Außenwirtschaft investieren werden.

Mit 64 % ebenfalls hervorragend ist der Reichweiten-Anteil, den **top agrar** bei den Investoren in Techniken für Regenerative Energien aufweist.

Dies unterstreicht die Position von top agrar als „Basiswerbeträger Agrar“.

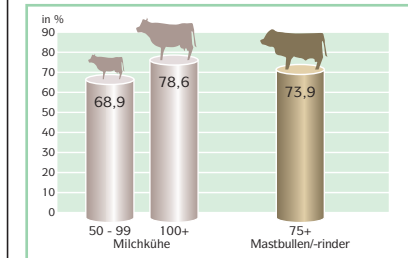
top agrar-Reichweiten nach Kulturen in den Hauptanbaugebieten



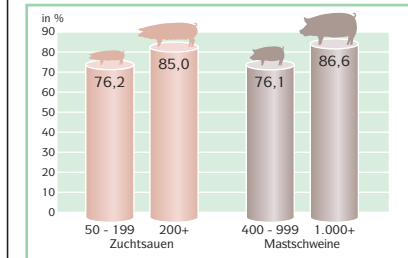
In diesen Regionen werden rund 80 % der Getreide-, Mais- und Zuckerrübenflächen bestellt. Die hohe Reichweite bei Betrieben mit entsprechenden Kulturen in diesen Gebieten unterstreicht die Bedeutung von **top agrar**. Mit seinen Reichweiten bei den Anbauflächen insgesamt deckt **top agrar** knapp zwei Drittel des Absatzpotenzials im Bereich Saatgut, Dünge- und Pflanzenschutzmittel ab.

Reichweitenanalyse – agrIMA

top agrar-Reichweiten bei Rinderhaltern nach Bestandsgrößen



top agrar-Reichweiten bei Schweinehaltern nach Bestandsgrößen



Quelle: agrIMA 2009
Basis: Landw. Betriebe West >5 ha, Ost >50 ha

Die Tierhalter setzen auf **top agrar**: Hohe Reichweiten sowohl bei den größeren Rinderbeständen als auch bei den leistungsfähigen Schweinehaltern sprechen für **top agrar** als Werbeträger ab.

top agrar online – aktuell - fachbezogen



(top-)Landwirte decken ihren aktuellen Informationsbedarf auf www.topagrar.com. Das Internetportal www.topagrar.com ergänzt die Berichterstattung im Heft um aktuelle Meldungen aus Politik und Wirtschaft.

Die Fachrubriken **Acker/Pflanze & Wetter**, **Rind**, **Schwein** und **Neue Energie** sind stark frequentiert. Neu seit November 2011 die Rubrik **Technik**. Hier finden landwirtschaftlichen Betriebsleiter exakt die Fachinformationen für Ihren Arbeitsbereich.

Die Rubrik **Markt** steht exklusiv für top agrar-Abonnenten zur Verfügung. Ob Börsennotierungen, Schweinepreise, Weizenkurse - die top agrar Redaktion sorgt hier für den aktuellen Stand und liefert darüber hinaus wertvolle Prognosen und Einschätzungen.

Nutzer von Smartphones und mobilen Endgeräten lesen top agrar ONLINE komfortabel über die Adresse m.topagrar.com -> mehr dazu auf S. 13.

[topagrar.com](http://www.topagrar.com) ist ivw-geprüft.

Bannerwerbung auf www.topagrar.com

www.topagrar.com bietet eine Vielzahl an Möglichkeiten zur Platzierung von Display-Formaten.

Imagekampagne, Produktwerbung oder Gewinnspiel. Platzieren Sie ihre Schaltung ganz nach Ihren Ansprüchen.

Wann Sie wollen

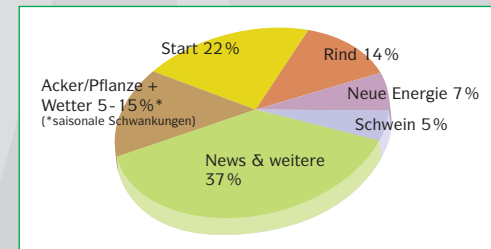
die Laufzeit ihrer Kampagne ist frei wählbar (min. eine Woche) bestimmen Sie die Zahl der AdImpressions

So oft Sie wollen

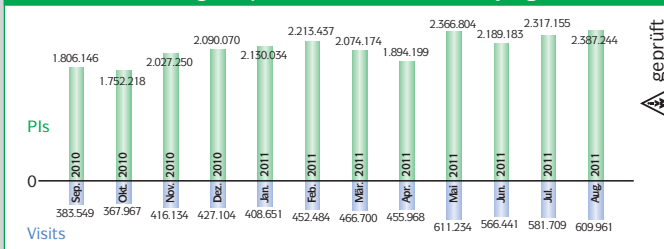
Legen Sie fest in welcher Rubrik Ihr Motiv erscheinen soll

Wo Sie wollen

- Ganz weit vorn: Die Startseite von top agrar.
- Breit und wirkungsvoll: News & weitere,
- Nah dran und zielgruppenaffin: Rind, Schwein, Neue Energie, Acker/Pflanze & Wetter, Technik



Visits und PageImpressions auf www.topagrar.com



Die jeweils aktuelle Auswertung finden Sie hier:
http://www.top-mediacenter.de/on_technische_daten.php



Werbung in den top agrar Newsletters

Regelmäßig informiert die Redaktion zu verschiedenen Schwerpunkten und Themen. Fünf Newsletter ergänzen mittlerweile das Online-Portfolio von top agrar. Platzieren Sie Ihr Motiv aufmerksamkeitsstark in einem passenden redaktionellen Umfeld.

Im freien Bezug erhalten die User das top agrar Telegramm und den neuen ENERGIEnewsletter.

Pflanzenschutztipps sowie die beiden Markt-Newsletter Vieh + Fleisch und Ackerbau/Getreide gehen an registrierte Abonnenten von top agrar.



Bannerwerbung auf topagrار.com TKP/€

	1	2	3	3 + 4	4	5	6
	Halfbanner	Fullbanner	Leaderboard	Wallpaper	Skyscraper	Rectangle	Medium Rectangle
	234 x 60	468 x 60	728 x 90	728 x 90 & 160 x 600	120 x 600 & 160 x 600	180 x 150	300 x 250
Startseite	234 x 60	468 x 60	25 €	50 €	35 €	25 €	45 €
News & weitere	10 €	15 €	20 €	40 €	30 €	20 €	40 €
Acker/Pflanze +Wetter	15 €	20 €	25 €	50 €	35 €	25 €	45 €
Neu: Technik	15 €	20 €	25 €	50 €	35 €	25 €	45 €
Neue Energie	15 €	20 €	25 €	50 €	35 €	25 €	45 €
Rind	15 €	20 €	25 €	50 €	35 €	25 €	45 €
Schwein	20 €	25 €	30 €	55 €	40 €	30 €	50 €

Rabatte und Kombinationen*

Kampagne		Volumen	Rabatt
Zwei Rubriken	TKP der günstigeren Rubrik, Mindestvolumen 200.000 AdImpressions	100.000 AdImpressions 300.000 AdImpressions	3 % 5 %
Drei Rubriken	TKP der günstigeren Rubrik, abzgl. 15 %, Mindestvolumen 500.000 AdImpressions	500.000 AdImpressions 700.000 AdImpressions 1.000.000 AdImpressions	7 % 10 % 15 %

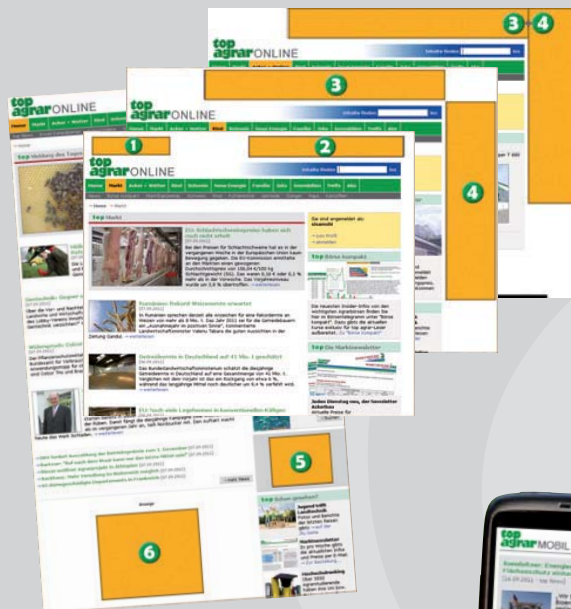
* (gültig innerhalb eines Insertionsjahres, höhere Print-Rabatte aus top agrar werden übernommen). Wir gewähren 15 % AE-Provision, Weitere Targetingoptionen auf Anfrage. Mindestauftragsvolumen: € 350,-

KombiRabatt: Rabatte nach Mal- und Mengenstaffel aus der top agrar Printausgabe werden für Ihre Online-Schaltungen in gleicher Höhe übernommen! (Online-Werbung ist für Printabschluss nicht rabattbildend)

Wenn Sie sich auf unseren Seiten umsehen oder die top agrar Newsletter testen möchten, richten wir gern einen Probezugang für Sie ein.

Bitte kontaktieren Sie uns:

Sibylle Sander · E-Mail: service@topagrار.com
Telefon: 02501/801-206 · Fax: 02501/801-228



NEU

Mobilwerbung auf
m.topagrار.com TKP/€

8
X-large
Image Banner
300 x 50
15 kb max.

alle Seiten

50 €

Newsletter & Rubrikanzeigen



Werbung in den top agrar E-Mail-Newslettern

(Festpreis je Aussendung)

Format	2 Fullbanner 468 x 60	6 Medium Rectangle 300 x 250	5 Rectangle 180 x 150	7 Textanzeige 300 Zeichen
Mo.: top agrar Telegramm	275 €	450 €	300 €	275 €
Di.: Markt-Hotline Getreide + Ackerb.	275 €			
Mi.: Markt-Hotline Vieh + Fleisch	275 €			
Mi.: Pflanzenschutztipps*	275 €	450 €		275 €
Do.: Energie-Newsletter	275 €	450 €		275 €

(* nur während der Vegetationsperiode)

top agrar E-Mail-Newsletter

Die top agrar Redaktion versendet wöchentlich bis zu 5 Newslettern an registrierte Abonnenten und Interessenten.

montags:

top agrar Telegramm – der aktuelle Nachrichtenüberblick

freier Bezug
(Verteiler: ca. 52.000 Mailadressen, Öffnungsrate 27 %, Stand 09/2011)

dienstags:

Markt-Hotline Ackerbau / Getreide – aktuelle Preis-, Börsen und Marktinformationen zu Weizen-, Getreide-, Dünger-, Rapsmärkten

Nur für registrierte Abonnenten von top agrar
(Verteiler: ca. 44.000 Mailadressen, Öffnungsrate ca. 21 %, Stand 09/2011)

mittwochs:

Markt-Hotline Vieh + Fleisch – aktuelle Preis-, Börsen und Marktinformationen Schlachtrinder, Nutzkälber / Schlachtschweine / Ferkelmarkt / Futtermittel

Nur für registrierte Abonnenten von top agrar
(Verteiler: ca. 43.000 Mailadressen, Öffnungsrate ca. 18 %, Stand 09/2011)

mittwochs:

top agrar Pflanzenschutztipps – aktuelle Empfehlungen (nur während der Vegetationsperiode)

Nur für registrierte Abonnenten von top agrar
(Verteiler: ca. 50.000 Mailadressen, Öffnungsrate 17 %, Stand 09/2011)

donnerstags:

top agrar ENERGIENEWSLETTER – der aktuelle Nachrichtenüberblick (14täglich)

freier Bezug
(Verteiler: ca. 53.000 Mailadressen, Öffnungsrate 18 %, Stand 09/2011)

Preise & Formate Rubrikanzeigen (Laufzeit 4 Wochen, nicht rabattfähig)

Bereich **top-Jobs / Stellenangebote** Preis: pauschal € 395,-*

Bereich **top-Immobilien** Preis: gew. € 90,-*, priv. € 35,- (1 - 5 Angebote/Gesuche)

Preise zzgl. MwSt.; *30% Rabatt auf Online-Anzeigenpreis bei Buchung print + online

Buchungsschluss und Anlieferung:

Bitte senden Sie die fertigen Daten jeweils 3 Tage vor Erscheinen an: service@topagrar.com. Max. Dateigröße 50 kb. Bitte beachten Sie die technischen Spezifikationen unter: www.topmediacenter.de/on_technische_daten.php.



Es gelten unsere **allgemeinen Geschäftsbedingungen für Onlinewerbung:** www.topmediacenter.de/on_agb.php.

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 „Werbungtreibender“ 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 Geschäftswetz unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird.

3. Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses als unentgeltlich 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 Heftnummern, 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, es muss dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
6. Textil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten A und 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
 8. 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 Anmerkungen des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

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

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

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

Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/ Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei un wesentlichen 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 Unmöglichkeit 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 zurücksandten 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.
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 Auslieferung 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 Anzeigenschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsverzögerung von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlussstermin und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

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

16a: Aus einer Auftragsminderung 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 Inserationsjahres die Garantieauflage unterschritten wird. Eine Auftragsminderung ist nur dann ein auf Preiserminderung berechtigendes 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 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 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 Auflagenenden veröffentlichten) Abweichung von Nummer 16a berechtigt die Auftragsminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagenenden veröffentlichten, nur dann zu einer Preiserminderung, 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 Auftragsminderung 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 Preiserminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengenstaffel und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preiserminderung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abschreibung nach Marken, bei der Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde. Die mögliche Auftragsminderung errechnet sich als Saldo der Aufgabener- und -Aufgaben überschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Inserationsjahres. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennetzes und der Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalaufschrift oder wenn dies nicht mehr möglich ist als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2500 Euro beträgt.

17. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Expressbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen 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 unvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN 4 4 (Gewicht 1000 g) überschreiten, sowie Waren, Bücher, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

18. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverhältnis mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Bei Mahn- oder gewöhnliche Aulden des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klagenerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt nicht dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

19. Die Werbungsmitel und Werbeunterlagen 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 weitergeben werden.

20. Präsendierungen für erteilte Auftragsaufträge sind gegenüber Unternehmen wirksam, wenn sie im 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 ausgeübt werden.



















21. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten 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 Inseration zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugewiesenen 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, erforderlicher unerbrechlichen 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 nicht unbrenzt 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 für 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) Unentgeltlich bei der Wiederholung einer Anzeige, gleiche Fehler bei 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 Druckerunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden sie erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungtreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.
- d) Im Falle höherer Gewalt ergibt sich 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 Zahlungsverzögerung zu verkürzen.
- f) Der Verlag behält sich vor, beim Ausschließen im Rahmen der systemgesteuerten Bundverjüngung Anzeigen linear zu stauchen.

	Verlagsbüro Agrar	Mediaberater	Verlagsbüro Special Interest	Objektleitung
Nord	Ines Käufert im Landwirtschaftsverlag GmbH Hülsebrockstraße 2-8 48165 Münster Tel.: 025 01/8 01-2 78 Fax: 025 01/8 01-2 96 Mobil: 01 62/9 31 93 09 E-  : ines.kaeufer@lv.de	Henri Schwabe Windscheidstraße 26 a 04277 Leipzig Tel.: 03 41/3 38 33 16 Fax: 03 41/3 38 16 11 E-  : henri.schwabe@lv.de	Frank Gloystein im Landwirtschaftsverlag GmbH Hülsebrockstraße 2-8 48165 Münster Tel.: 025 01/8 01-4 176 Fax: 025 01/8 01-3 27 E-  : frank.gloystein@lv.de	Dr. Peter Wiggers Tel.: 025 01/8 01-1 80 E-  : dr.peter.wiggers@lv.de
Mitte	Ulrich Sprenger Laubornstraße 10 56357 Miehlen Tel.: 067 72/96 91 43 Fax: 067 72/96 91 45 Handy: 01 62/9 40 76 16 E-  : sprenger@vb-sprenger.de	Dave Ewert Fehrenbracht 7 57413 Finnenrop Tel.: 027 24/7 85 E-  : andea@t-online.de	Barbara Häder im Landwirtschaftsverlag GmbH Hülsebrockstraße 2-8 48165 Münster Tel.: 025 01/8 01-3 7 10 Fax: 025 01/8 01-3 7 19 E-  : barbara.haeder@lv.de	Jens Winkelkötter Tel.: 025 01/8 01-1 85 E-  : jens.winkelkötter@lv.de Ludger Burholt Tel.: 025 01/8 01-1 83 E-  : ludger.burholt@lv.de Sibylle Sander Tel.: 025 01/8 01-2 06 E-  : sibylle.sander@lv.de
Süd	Erwin Bücherl Erich-Stegmann-Weg 7 82041 Oberhaching Tel.: 089/32 42 27 58 Fax: 089/32 42 27 59 E-  : Erwin.Buecherl@gmx.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 E-  : eugen.bruder@t-online.de	Reiner Richter Schloßgasse 3 71272 Renningen Tel.: 071 59/4 05 97 65 Fax: 071 59/4 05 97 64 Handy: 01 51/12 52 41 46 E-  : reiner.richter@lv.de	Anne-Louise Röhrkohl Tel.: 025 01/8 01-1 82 E-  : anne-louise.roehrkoehl@lv.de Christian Westerschulte Tel.: 025 01/8 01-2 75 E-  : christian.westerschulte@lv.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, Österreich, Italien Erwin Bücherl/ Eugen Bruder		Anzeigendisposition Wolfgang Weicker Tel.: 025 01/8 01-1 74 E-  : wolfgang.weicker@lv.de Jutta Watermann Tel.: 025 01/8 01-3 19 E-  : jutta.watermann@lv.de