

# Media-Daten 2019

Anzeigenpreisliste | Nr. 2 | gültig ab Folge 1/2019



**Aus der  
Region, für  
die Region!**

## Inhalt

Kurzwissen – Südplus	02
Terminplan 2019	03
Anzeigenformate und -preise	04
Technische Daten/Bankverbindung	05
Online/Newsletter	06
Ihre Mediaberater	07
Allgemeine Geschäftsbedingungen	08

[www.topagrar.com/suedplus](http://www.topagrar.com/suedplus)  
[www.top-mediacyenter.de](http://www.top-mediacyenter.de)



## Südplus: Noch näher dran!

Seit September 2014 bewährte **Südplus** sich zunächst als top agrar-Supplement für den süddeutschen Raum.

Wegen des großen Erfolges und der hohen Nachfrage erscheint **top agrar Südplus seit 2018 monatlich als eigenständiges Magazin**. Das Heft wird im Versatz von zwei Wochen zum top agrar-Hauptheft an die Leser versandt.

**Südplus** bietet den Betriebsleitern das volle Themenspektrum, zugeschnitten auf ihre regionalen Bedingungen: Betriebsleitung, Land- und Forsttechnik, Ackerbau/Pflanzenschutz, Grünland, Rinder- und Schweinehaltung und die wichtigsten Marktdaten – fundiert und präzise recherchiert.

**Südplus** nutzt die gesamte Fachkompetenz der top agrar-Redaktion und informiert die anspruchsvolle Zielgruppe der Betriebsleiter in Bayern und Baden-Württemberg. Deshalb erreichen Sie diese investitionsstarken Betriebe kostengünstig und ohne Streuverluste.

### Erscheinungsweise und Auflage:

monatlich, 30.000 Exemplare

### Verbreitung:

Bayern und Baden-Württemberg

### Jahrgang:

2. Jahrgang 2019

### Verlag:

Landwirtschaftsverlag GmbH  
Hülsebrockstr. 2–8, 48165 Münster  
Postanschrift: 48084 Münster  
Tel.: 02501/801-0

### Verlagsbüro München:

Kesselschmiedstraße 2, 85354 Freising  
Tel.: 08161/8852950  
E-Mail: hartmut.wendt@lv.de

### Geschäftsführung:

Hermann Bimberg (Sprecher), Werner Gehring,  
Malte Schwerdtfeger

### Publisher / Leiter überregionale Agrarmedien:

Reinhard Geissel  
Tel.: 02501/8011630  
E-Mail: reinhard.geissel@lv.de

### Anzeigenmarketing:

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

### Silvia Langer

Tel.: 02501/801-2390  
E-Mail: silvia.langer@lv.de

### Bereichsleitung LV-Media Sales:

Dr. Peter Wiggers  
(verantwortlich für den Anzeigenteil)  
Tel.: 02501/8011800  
E-Mail: peter.wiggers@lv.de

### Anzeigendisposition:

Andre Schürmann  
Tel.: 02501/8013350  
E-Mail: andre.schuermann@lv.de

## Südplus: Aus der Region, für die Region!

Auch online



## Terminplan 2019

Monat	Ausgabe	Erscheinungstermin (Postauflieferung)	Anzeigenschlusstermin	Druckunterlagenchluss*	Messeschwerpunkt
Januar	1/2019	28.12.18	05.12.18	12.12.18	
Februar	2/2019	05.02.19	15.01.19	22.01.19	RegioAgrar Augsburg
März	3/2019	05.03.19	12.02.19	19.02.19	ForstLive Offenburg
April	4/2019	02.04.19	12.03.19	19.03.19	Agrarschau Allgäu
Mai	5/2019	08.05.19	12.04.19	23.04.19	
Juni/Juli	6/7/2019	05.06.19	14.05.19	21.05.19	Johannitag Triesdorf
August	8/2019	06.08.19	16.07.19	23.07.19	Karpfamer Fest / Rottal Schau
September	9/2019	03.09.19	13.08.19	20.08.19	
Oktober	10/2019	09.10.19	17.09.19	24.09.19	Muswiese Musdorf
November	11/2019	13.11.19	22.10.19	29.10.19	
Dezember	12/2019	06.12.19	15.11.19	22.11.19	

\*Anlieferung digitalisierter Druckunterlagen

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

## Anzeigenformate und -preise

Format	Spalten	Breite x Höhe in mm	Grundpreis s/w	2c/3c	4c
1/1 Seite	4	190 x 270	2.464 €	3.080 €	3.850 €
3/4 Seite	4	190 x 178	1.848 €	2.310 €	2.888 €
	3	142 x 270			
2/3 Seite	4	190 x 178	1.643 €	2.054 €	2.567 €
	2	125 x 270			
1/2 Seite Textteil*	4	190 x 133	1.626 €	1.848 €	2.310 €
	2	94 x 270			
1/2 Seite	4	190 x 155	1.232 €	1.540 €	1.925 €
	2	94 x 270			
1/3 Seite Textteil*	4	190 x 88	985 €	1.231 €	1.540 €
	1	61 x 270			
1/3 Seite	4	190 x 88	821 €	1.026 €	1.283 €
1/4 Seite Textteil-Eckfeld*	2	94 x 133	801 €	1.001 €	1.252 €
1/4 Seite	4	190 x 66	616 €	770 €	960 €
	2	94 x 133			
	1	46 x 270			
1/6 Seite	4	190 x 43	411 €	514 €	642 €
	2	94 x 88			
1/8 Seite	4	190 x 32	308 €	385 €	481 €
	2	94 x 66			
1/16 Seite	1	46 x 133	154 €	192 €	240 €
	2	94 x 32			
1/32 Seite	1	46 x 66	77 €	96 €	120 €
	2	46 x 32			
1/64 Seite	1	46 x 16	38 €	48 €	60 €

Zeitschriftenformat: 210 x 297 mm (B x H), Satzspiegel: 190 x 270 mm (B x H)

\*Alleinplatzierung auf einer Seite unter oder neben Text; Spaltenzahlen: Textteil 3/4

### 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 %

**Alle Preise zzgl. ges. MwSt.**

### Beilagen:

Format bis höchstens 205 x 290 mm. Beilagekosten bis 25 g je %, **239 €** (inkl. Versand- und Handlingskosten). Bei höheren Gewichten, Preis auf Anfrage. Vor Auftragsannahme ist dem Verlag ein verbindliches Muster vorzulegen. Anlieferung spätestens 14 Tage vor Erscheinen (nicht rabattfähig).

### Einhefter:

Nur in der Heftmitte möglich. Technische Vorgaben auf Anfrage. Anlieferung in Druckauflagenhöhe plus 2 % Zuschuss, gefalzt, 14 Tage vor Erscheinen (nicht rabattfähig).

### Preise:

4-seitiger Einhefter **3.650 €**

8-seitiger Einhefter **4.875 €**

Preise für Einhefterproduktion bei Filmanlieferung auf Anfrage.

**Zeitschriftenformat:** 210 x 297 mm (B x H)

**Druckverfahren:** Bogenoffset (70er-Raster)

**Verarbeitung:** Rückendrahtheftung

### Datenübermittlung:

Per E-Mail: [andre.schuermann@lv.de](mailto:andre.schuermann@lv.de) (≤3MB), auf Anfrage auch per FTP.

Beschriftung des Versandkoffers: Kundenname/Objekt/Ausgabe (z. B.: Südplus/Claas 02/19).

### Dateiformate:

Druckoptimiertes PDF nach PDF/X-4:2010\_CMYK. Bei EPS bitte Schriften in Zeichenwege umwandeln! Offene Dateien nur auf Anfrage möglich in den Programmen InDesign, Illustrator, Photoshop.  
4-Farb-Bilder 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 Anzeigenmotivs übernommen. Sie müssen vor Druckbeginn mit Angabe des Ansprechpartners dem Verlag vorliegen. Reklamationsansprüche sind bei fehlenden Unterlagen ausgeschlossen. Zusätzliche Layout- und Bildbearbeitungskosten werden in Rechnung gestellt.

### 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.

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

**Andre Schürmann**

**Telefon: 025 01/ 8 01- 3350, Fax: - 53 17**

**E-Mail: [andre.schuermann@lv.de](mailto:andre.schuermann@lv.de)**

Versandanschrift für Beilagen, Einhefter und Beikleber erhalten Sie gerne auf Anfrage.  
Lieferung 14 Tage vor Erscheinen

### 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

IBAN DE16 4016 0050 1004 0313 00, BIC GENODEM1MSC

USt.-Ident.-Nr. DE 126 042 224

### Bunddurchdruck/Anschnitt:

Heftformat plus 3 mm Beschnittzugabe je Anschnittkante.



## Displaywerbung in der Rubrik Südplus auf [topagrar.com](http://topagrar.com)

Unter der Rubrik Südplus auf [www.topagrar.com](http://www.topagrar.com) finden Sie aktuelle Nachrichten aus Bayern und Baden-Württemberg.

Nr.	Display ADs	Breite x Höhe (Pixel)	TKP/ €
1	Leaderboard	728 x 90	25
2	Billboard	970 x 250	70
3	Skyscraper	160 x 600 max.	35
3 + 4	Halfpage-Ad	300 x 600	45
5	Hockey-Stick	728 x 90 und 160 x 600 max.	50
5 + 6	Wallpaper	970 x 90 + 300 x 600 + Hintergrundfarbe	85
7	Medium Rectangle	300 x 250	40
8	Maxi Rectangle	640 x 360	47
8	Video 16:9	640 x 360 max. 5 Min./ 20 MB	47
1, 3, 7	AdBundle (Leaderboard/ Skyscraper/ Medium Rectangle)		30
	Native-Ad	Online Advertorial	100



Weitere Sonderformate und Targeting-Optionen auf Anfrage. Alle Preise zzgl. MwSt.

### Buchungsschluss und Anlieferung:

Bitte senden Sie die fertigen Daten jeweils 3 Tage vor Erscheinen an: [onlinevermarktung@lv.de](mailto:onlinevermarktung@lv.de)

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



## Werbung im Newsletter top agrar Südplus

Die Südplus-Redaktion versendet wöchentlich freitags einen News-Überblick für den Süden Deutschlands mit einem Verteiler von ca. 15.000 Adressen (Öffnungsrate ca. 28 %) an registrierte Abonnenten und Interessenten.

- 1 Medium Rectangle**  
300 x 250 Pixel **200 €**
- 2 Text**  
300 Zeichen **225 €**
- 3 Bild & Text**  
140 x 120 Pixel  
300 Zeichen **300 €**
- Pole-Position**  
Platzierung als 1. Anzeige in der jeweiligen Aussendung **+ 100 €**

### Beratung und Kontakt

Sibylle Sander  
Tel.: 025 01/8 01- 2060  
E-Mail: [sibylle.sander@lv.de](mailto:sibylle.sander@lv.de)  
  
Stefan Ettmann  
Tel.: 025 01/8 01- 1770  
E-Mail: [stefan.ettmann@lv.de](mailto:stefan.ettmann@lv.de)



	Verlagsbüro Agrar	Mediaberater		
Nord	<b>Matthias Woort</b> im Landwirtschaftsverlag GmbH Hülsebrockstraße 2–8 48165 Münster Tel.: 02501/801-3709 Fax: 02501/801-3719 matthias.woort@lv.de	<b>Henri Schwabe</b> Windscheidstraße 26a 04277 Leipzig Tel.: 0341/3383316 Fax: 0341/3381611 henri.schwabe@lv.de	<b>Telesales</b>	
			<b>Bettina Benstein-Thesing</b> Tel.: 02501/801- 1720 bbt@lv.de	
Mitte	<b>Ulrich Sprenger</b> Westendstr. 5 65391 Lorch-Ransel Tel.: 06726/839077 Fax: 06726/839078 Mobil: 0162/9407616 sprenger@vb-sprenger.de	<b>Yvonne Stein</b> im Landwirtschaftsverlag GmbH Hülsebrockstraße 2–8 48165 Münster Tel.: 02501/801-3712 Fax: 02501/801-3719 yvonne.stein@lv.de	<b>Irene Laschke</b> Tel.: 02501/801- 8041 irene.laschke@lv.de	
Süd	<b>Erwin Bücherl</b> Erich-Stegmann-Weg 7 82041 Oberhaching Tel.: 089/32422758 Fax: 089/32422759 erwin.buecherl@gmx.de	<b>Thorsten Meyer (BW)</b> Oberboihinger Str. 17/2 73230 Kirchheim (unter Teck) Tel.: 07021/9568738 Fax: 07021/9568739 Mobil: 0160/94808812 thorsten.meyer@lv.de	<b>Hartmut Wendt</b> Niederlassungsleiter Landwirtschaftsverlag GmbH Niederlassung Bayern Kesselschmiedstr. 2 85354 Freising Tel.: 08161/8852950 Fax: 08161/8852959 hartmut.wendt@lv.de	<b>Lena Bredtmann (Bayern)</b> Im Landwirtschaftsverlag GmbH Hülsebrockstr. 2–8 48165 Münster Tel.: 02501/801-2780 Fax: 02501/801-3719 lena.bredtmann@lv.de

**Publisher / Leiter überregionale Agrarmedien**  
 Reinhard Geissel  
 Tel.: 02501/801-1630  
 E-Mail: reinhard.geissel@lv.de

**Anzeigenmarketing**  
 Ludger Burholt  
 Tel.: 02501/801-1830  
 E-Mail: ludger.burholt@lv.de  
 Silvia Langer  
 Tel.: 02501/801-2390  
 E-Mail: silvia.langer@lv.de

**Anzeigenservice**  
 Andre Schürmann  
 Tel.: 02501/801-3350  
 E-Mail: andre.schuermann@lv.de

**Leitung Media Sales**  
 Gabriele Wittkowski  
 Tel.: 02501/801-1700  
 E-Mail: gabriele.wittkowski@lv.de

**Onlinevermarktung:**  
 Stefan Ettmann  
 Tel.: 02501/801-1770  
 E-Mail: stefan.ettmann@lv.de  
 Sibylle Sander  
 Tel.: 02501/801-2060  
 E-Mail: sibylle.sander@lv.de

Österreich	Niederlande	Frankreich, Spanien	Andere
<b>Ing. René Nöhrer</b> Verkaufsleiter Österreich Tel.: +43(0)2236/2870012 Mobil: +43(0)664/4302669 noehrer@lv-topagrar.at <b>Christian Tassler</b> Tel.: +43(0)2236/2870021 Mobil: +43(0)676/7620727 christian.tassler@lv-topagrar.at Im Landwirtschaftsverlag GmbH Niederlassung Österreich Südstadtzentrum 4/10G/10 A 2344 Maria Enzersdorf	<b>Carsten Moß</b> Altendorfer Str. 7 48529 Nordhorn Tel.: 05921/19797501 carsten.moss@lv.de	<b>Eugen Bruder</b> Am Ziegelacker 18 74199 Untergruppenbach Tel.: 07130/8618 Fax: 07130/9381 Mobil: 0171/7177089 eugen.bruder@t-online.de	<b>Skandinavien</b> Matthias Woort Yvonne Stein <b>Schweiz, Italien</b> Erwin Bücherl/ Eugen Bruder

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

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftragnehber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Zeitung oder Zeitschrift zum Zweck der Verbreitung.

2. Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäfts-zweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingekauft, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuzugeln, sofern die erste Anzeige innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird.

3. Werden einzelne oder mehrere Abzüge eines Abschlusses aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftragnehber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtsfindungen, den Unterschied zwischen dem gewählten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Der Auftragnehber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.

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

5. Aufträge für Anzeigen oder andere Werbemittel, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftragnehber noch zur Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf alle diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

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

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

- deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
- deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
- deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form nicht zumutbar ist
- Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten

Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Musters und dessen Billigung bindend. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels mit dem Auftragnehber mitgeteilt.

8. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckerunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftragnehber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckerunterlagen ist der Auftragnehber verpflichtet, ordnungsgemäß, insbesondere dem Format und den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltbeginn anzuliefern. Kosten des Verlages für vom Auftragnehber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftragnehber zu tragen. Vereinbarung ist die für den beliebigen Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderer Werbemittel im Rahmen der durch die Druckerunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftragnehber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckerunterlagen einhält.

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

10. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht dem vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftragnehber Anspruch auf Zahlungsminderungen oder eine einwandfreie Ersatzanzeige. Ersatzverpflichtung des anderen Werbemittels, aber nicht in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder anderer Werbemittel beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzverpflichtung zu verweigern, wenn

- diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftragnehbers steht, oder
- diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre.

Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/ Ersatzverpflichtung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftragnehber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei wesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrages ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden.

Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch geschädigte Vertreter oder leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach dem gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Betrag geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie sich nicht auf vorsätzlich herbeigeführten Schaden beruhen.

1. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftragnehber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berechnigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.
2. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach der Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
3. 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.
4. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftragnehbers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlussstermin und von dem Ausgehend ersichtlicher Rechnungsabgabe abhängig zu machen.

15. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je Art und Umfang des Auftrages werden Anzeigenausschnitte, 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 Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantiefaulage unterschritten wird. Eine Auftragsminderung ist nur dann ein Preisminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie

- bei einer Garantiefaulage bis zu 500 000 Exemplaren mindestens 20 v. H.,
- bei einer Garantiefaulage bis zu 100 000 Exemplaren mindestens 15 v. H.,
- bei einer Garantiefaulage bis zu 500 000 Exemplaren mindestens 10 v. H.,
- bei einer Garantiefaulage über 500 000 Exemplaren mindestens 5 v. H. beträgt.

Eine Auftragsminderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt.

Als Garantiefaulage gilt die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Faulage oder, wenn eine Faulage nicht genannt ist, die durchschnittlich verkaufte Fachzeitung. Geht es sich um die durchschnittlich tatsächlich veröffentlichte Faulage des vorausgehenden Kalenderjahres. Darüber hinaus sind bei Ab schlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftragnehber von dem Absinken der Faulage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

16b. (Sondervorschrift bei Auftragsminderungen für Titel, die heftbezogene Auflagenarten veröffentlichen)

Abweichend von Nummer 16a berechtigt die Auftragsminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagenarten veröffentlichen, nur dann zu einer Preisreduzierung, wenn und soweit sie bei einer Faulage (Garantieaufgabe) von bis zu 500 000 Exemplaren 10 v. H. und bei einer Faulage (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 Insertionsjahr aus dem Auflagendurchschnitt der vier Quartale vor dem Insertionsjahr, soweit nicht vom Verlag eine absolute Auflagenzahl als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisreduzierung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengenaufzahl und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisreduzierung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde. Die mögliche Auftragsminderung errechnet sich als Saldo der Auftragnehber- und Auflagenunter-schreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Insertionsjahres. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennetto unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agentenvergütung als Naturzugschrit oder wenn dies nicht mehr möglich ist als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungs-somme mindestens 2500 Euro beträgt.

17. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwertung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Expressbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Verleiher das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftragnehbers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 (Gewicht 1000 g) überschreiten, sowie Waren, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegenkommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftragnehber 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 der Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder der gewöhnliche Aufenthalt des Auftragnehbers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klagenerhebung unbekannt oder hat der Auftragnehber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

19. Die Werbemittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittelprovision darf an die Auftragnehber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

20. Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge 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 Auftragnehber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preisänderung ausgeübt werden.

21. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsjahres, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss spätestens bis zum Abschluss des Insertionsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

22. Der Auftragnehber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftragnehber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelieferten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Auftragsauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftragnehber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverfolgung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftragnehber überträgt dem Verlag sämtliche Rechte für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internets, erforderlicher urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstiger Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abzur, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen ertlich unbegrenzt übertragen.

23. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, deren sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der 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 Auftrages erkennt der Auftragnehber die Allgemeinen und die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Verlages an.
- b) Unterrät bei der Wiederholung einer Anzeige der gleiche Fehler wie in der ersten Veröffentlichung, so sind Ansprüche auf Zahlungsminderung oder Ersatz ausgeschlossen, wenn der Auftragnehber nach der ersten Veröffentlichung nicht sofort reklamiert hat.
- c) Sind etwaige Mängel bei den Druckerunterlagen nicht sofort erkannt, sondern werden sie erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungtreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.
- d) Im Falle höherer Gewalt erlischt die Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Ansprüche 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 Bundeswerbung Anzeigen linear zu stauchen.