

07/2020
OKTOBER/
NOVEMBER

48386 6,65 €

PROFESSIONAL system

Magazin für AV-Systemintegration

Nachhaltige Bauweise, flexibler Klang
Tauberphilharmonie



MEDIA DATEN 2021

Medienmarke für
AV Systemintegration
und Digital Signage

↗ www.professional-system.de
Anzeigenpreisliste Nr. 23, gültig ab 01.01.2021

Professional System erscheint in der Ebner Media Group

Zielgruppeneinheit

Professional Technology & Live Communication

In Deutschland ist der Gesamtumsatz in der Kultur und Kreativwirtschaft mit mehr als 1,2 Millionen (Kern)erwerbstätigen bis 2019 auf insgesamt 174,1 Mrd. Euro gewachsen. Dies entspricht einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 2,6 Prozent.

(Quelle: BMWI 2020)

Mit einer Bruttoreichweite von über 190.000 Kontakten pro Monat adressieren unsere Medien die technischen Dienstleister, Kreativen und Designer, Planer und Investoren in der Veranstaltungsindustrie, dem MICE Markt, der Live Kommunikation und der A/V/IT Systemintegration.

Verstärkt durch die Corona Krise erfahren neue Technologien und Konzepte mehr Aufmerksamkeit. Unsere Medien informieren über Trends wie Virtualisierung, Hybrid Events, Streaming, VR/AR, KI, Cloud Lösungen, Collaboration, Remote Produktionen als auch Veränderungen in der Kommunikation am POI und POS, vermitteln das notwendige Know How und machen unsere Community fit für die PostCorona Zeit.



Ihr Marktzugang in die professionelle AV und Licht Branche!

Wir informieren die ProAV-Community bei ihrer täglichen Arbeit und ermöglichen unseren Werbepartnern den zielgenauen Zugang zum Markt. In den verschmelzenden Märkten AV & IT sind wir das führende Medium und schlagen Brücken zwischen den Gewerken.

Planer, Integratoren, Investoren und Betreiber informieren sich über intelligente Arbeits- und Lebenswelten, die mit zukunftsweisenden AV-Technologien geschaffen werden.

Zur Integration professioneller Systeme gehören vor allem Audio, Video, Beleuchtung, Steuerung und IT-Lösungen.

Die Themenfelder sind ebenso vielfältig, wie die Anwendungsbereiche:

Corporate / Finance / Retail, POS / öffentliche Einrichtungen, wie Bahnhöfe und Flughäfen, Schulen, Hochschulen und privaten Bildungseinrichtungen, Ministerien, Kongresszentren, Museen / Themenparks, Hotels / Gastronomie uvm.

Multiplattform Publishing und die digitale Transformation

Unsere digitale Strategie dient dazu, in den jeweiligen Nischenmärkten unter Nutzung aller verfügbaren Kanäle die maximale Reichweite zu generieren.

Reichweite bedeutet: Es geht darum, möglichst jeden potentiellen Interessenten aus dem jeweiligen Themengebiet als Nutzer/Leser für den Content von PROFESSIONAL SYSTEM zu gewinnen.

Die redaktionelle Mischung aus Case Studies, Features, Interviews, Umfragen, Übersichten und Tests reflektiert zukunftsweisend die Marktentwicklung.

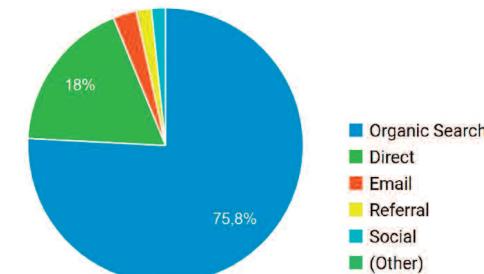
Zielgruppe

- AV-Fachplaner, Designer
- AV-Systemintegratoren
- Betreiber, Entscheider
- AV-Distributoren und Hersteller
- Nachwuchs

Lernen Sie unsere Leser doch persönlich kennen!

Auf unserer Mediadaten Website finden Sie detaillierte Informationen über uns!

www.media.professional-system.de



Eckdaten*

 1.318 Facebook Fans	 780 Twitter Follower	 5.347 Xing Follower	 762 LinkedIn Follower	 32.483 Unique Users	 45.956 Page Impressions	 1.867 Newsletter Abonnenten	 6.480 Printauflage (TvA)
Ausgabe	Erscheinungs-termin	Anzeigen-schluss	Druck-unterlagen				
1 2021	12.02.21	15.01.21	22.01.21				
2 2021	01.04.21	04.03.21	11.03.21				
3 2021	28.05.21	28.04.21	05.05.21				
4 2021	09.07.21	11.06.21	18.06.21				
5 2021	20.08.21	23.07.21	30.07.21.				
6 2021	24.09.21	27.08.21	03.09.21				
7 2021	05.11.21	08.10.21	15.10.21				
8 2021	15.12.21	17.11.21	24.11.21				

* Stand 11.2020

Anschnitt: plus 5 mm Beschnittzugabe rundherum bei angeschnittenen Anzeigen.

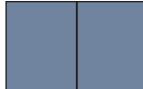
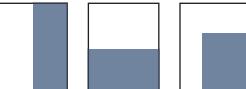
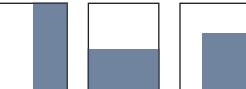
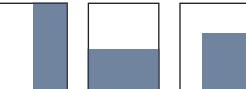
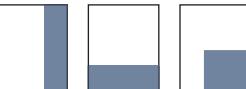
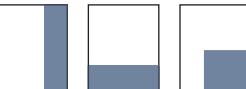
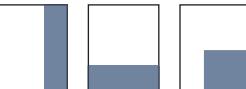
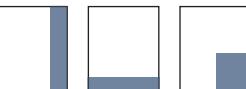
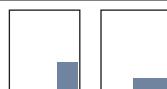
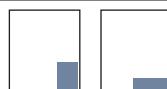
Formatanzeigen
Anschnittformate

(Breite x Höhe)

Satzspiegelformat

(Breite x Höhe)

Anzeigenpreise 4C

2/1		426 x 280	390 x 254	9.440 Euro
1/1		213 x 280 Umschlagseiten	185 x 254 4. Umschlagseite 3. Umschlagseite 2. Umschlagseite	4.770 Euro 4.900 Euro 4.750 Euro 4.800 Euro
2/3 hoch		137 x 280	122 x 254	4.150 Euro
2/3 quer		213 x 184	185 x 169	
1/2 hoch		105 x 280	90 x 254	3.120 Euro
1/2 quer		213 x 142	185 x 127	
1/2 2-spaltig		137 x 184	122 x 169	
1/3 hoch		74 x 280	59 x 254	2.290 Euro
1/3 quer		213 x 99	185 x 84	
1/3 2-spaltig		137 x 139	122 x 127	
1/4 hoch		58 x 280	43 x 254	1.730 Euro
1/4 quer		213 x 78	185 x 63	
1/4 2-spaltig		105 x 139	90 x 127	
1/6 hoch			59 x 127	1.130 Euro
1/6 quer			122 x 63	

Branchen-Guide Print + Online

Im Branchen-Guide finden Auftraggeber, Entscheider und Planer kompetente Partner für die anstehenden Projekte.

Kosten / Eintrag

275 Euro / je Ausgabe und Rubrik

Technische Daten:

Textformat: Max. 500 Zeichen (mit Leerzeichen)
Logo Min. 300 dpi



Featured Channel

Schaffen Sie für Ihre Marke eine gebrandete Themenseite, die exklusiv mit Ihren redaktuellen Inhalten verknüpft wird.
Als Basis dient Ihr Branchen-Guide Eintrag, der mit Ihrem Content veredelt wird.

12 Monate - 4.500 Euro inkl. Branchen-Guide Eintrag

Zahlungsbedingungen

Deutschland: 5 % Skonto bei Bankeinzug, 3 % innerhalb 14 Tagen, es sei denn, es bestehen noch ältere Verlagsforderungen. Netto Kasse innerhalb 30 Tagen. Verzugszinsen lt. Ziffer 14 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen werden in Höhe der banküblichen Zinsen für Disposition-Kredite berechnet. Alle übrigen Länder: Vorauszahlung (ILC) bis zum Anzeigenschlusstermin.
Vergessen Sie nicht uns Ihre Umsatz-Identifikationsnummer mitzuteilen. Abbuchung per Kreditkarte ist möglich (VISA, MASTERCARD, AMEX).
Abbuchung erfolgt nur in Euro.

Beilagen

Beilagen sind der Zeitschrift lose beigefügte Blätter, Karten oder Prospekte.

Preis	bis 25 g Einzelgewicht	400 Euro pro 1.000 Exemplare
	über 25 g Einzelgewicht	auf Anfrage
Teilbelegungen	bis 25g Einzelgewicht	450 Euro pro 1.000 Exemplare
Höchstformat	200 x 270 mm	

Beihefter

Beihefter sind Drucksachen, die fest mit dem Heft verbunden sind.

Es kann nur die Gesamtauflage belegt werden. Die Drucksachen müssen verarbeitungsfertig vom Auftraggeber zur Verfügung gestellt werden.

Preise	2-seitig	320 Euro pro 1.000 Exemplare
	4-seitig	360 Euro pro 1.000 Exemplare
	6-seitig	400 Euro pro 1.000 Exemplare
	8-seitig	450 Euro pro 1.000 Exemplare
Höchstformat	200 x 270 mm	

Beikleber

Postkarten, Warenproben, CDs etc.

Werden auf einer Trägeranzeige (mindestens 1/1 Seite) so aufgeklebt, dass sie mühelos abgelöst werden können. Sie müssen zum Bund hin geschlossen sein, um verarbeitet werden zu können. Beikleber sind nur am Bogenanfang möglich.

Preis	90 Euro	pro 1.000 Exemplare
		zzgl. Postgebühr

Bevor ein Auftrag bestätigt werden kann, müssen Musterexemplare der Beilagen, Beihefter und Beikleber vom Verlag geprüft werden sein. Bitte senden Sie uns bis zum Anzeigenschluss 5 Musterexemplare. Zuschuss für die Verarbeitung: 300 Exemplare

Sonderwerbeformen

- Banderole
- Postkarten auf 1. Seite eines Bogens aufspenden (Unterscheidung zwischen Klebebindung und Rückstichheftung)
- CD auf 1. Seite eines Bogens aufspenden
- CD in Vogeltasche einhängen (zwischen 2 Bögen möglich)
- Post-It aufspenden (Post-It geliefert)
- Lenticularfolie aufspenden auf Titel (geliefert)
- Booklets auf Titelseite aufspenden
- Heft im Heft (A5 bis A4) als Supplement zum Heraustrennen vor der U3/U4
- Mega-Insert (2-3 cm höher als das Heft)

Umschlag

- 6-seitigen Gate-Folder
- 6-seitigen Back-Folder
- Verkürzte Titel-Flappe mit 2. Titel möglich
- Lesezeichen anhängend an U3/U4 zum Einklappen (Größe richtet sich nach der Heftstärke)

Inhalt

- 6-seitiger Aufklapper (links wie rechts)
- 8-seitiger Altarfalz (nur bei Klebebindung zwischen 2 Bogenteilen)
- Poster in Heftmitte zum Heraustrennen
- Veredelung auf dem Titel (Preis richtet sich nach Größe und Farbwahl):
- Blindprägung; Kaltfolie; Strukturlack; Metall-Farbe; Leucht-Farbe
- Stanzung; UV-Irodinlackierung

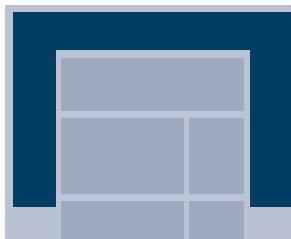
Display Banner

Garantierte Reichweite

Das Banner erscheint im entsprechenden Zeitraum genau so oft wie vereinbart und garantiert (Anzahl der Ad Impressions). Bei den darüber hinausgehenden Seitenaufrufen (Page Impressions) können auf der gebuchten Platzierung andere Banner ausgeliefert werden. Somit besteht die Möglichkeit, dass auf einer Position mehrere Motive wechselnd erscheinen.

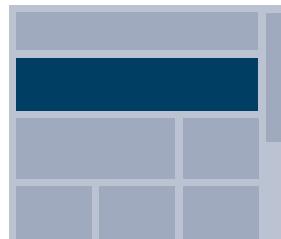
Datenanlieferung, Werbemittel

- Alle Bannerformate bis max. 100 KB
- Datenformate: JPEG, GIF, HTML 5, Flash (bei Flash bitte Ausfall-GIF mitliefern)
- Anlieferung bis spätestens 5 Tage vor Ersteinschaltung der Kampagne



Fireplace

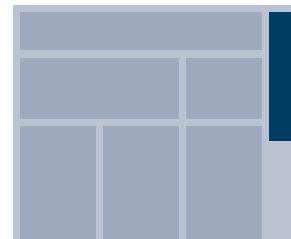
Desktop links/rechts 290 x 1080 Pixel
Breite 1600 x 1080 Pixel, Aussparung 1020 Pixel, Leaderboard 90 x 1020 Pixel
Mobile interstitial 320 x 480 Pixel
TKP *: 219 Euro



Billboard

Desktop 980 x 250 Pixel
Mobile 320 x 100 Pixel

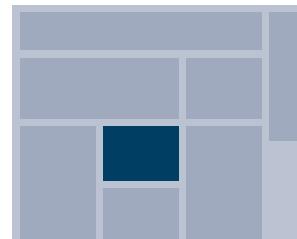
TKP *: 169 Euro



Wide-, Skyscraper

Desktop 160 x 600 Pixel oder 300 x 600 Pixel
Mobile 320 x 100 Pixel

TKP *: 129 Euro



Rectangle

300 x 250 Pixel

**T
KP *: 119 Euro**

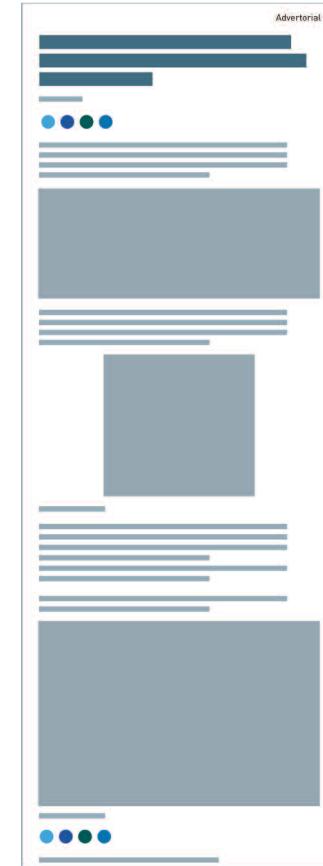
* Tausender-Kontakt-Preis (TKP) für 1.000 Auslieferungen (Ad Impressions)

Online Advertorial

Wir gestalten Ihre Inhalte im look&feel des redaktionellen Umfeldes, optimieren sie in Bezug auf SEO und Verbreitung über mobile Endgeräte und platzieren Sie auf unserer Website. Online Advertorials werden gekennzeichnet. Ihr Online Advertorial wird als Post im Newsletter und in den Social Media Kanälen veröffentlicht.

Formate

Basic	1.000 Zeichen (mit Leerzeichen), 3 Bilder, Video, Link	950 Euro
Best	2.500 Zeichen (mit Leerzeichen), bis max. 10 Bilder, Video, Link,	1.250 Euro



Newsletter Banner, Sponsored Posts

Aussendungen an 6 Tagen in der Woche.

Daily Newsletter - jeweils Montag, Mittwoch, Donnerstag, Freitag und Samstag

Weekly Newsletter - jeweils Dienstag

Werdeformate

Billboard

Formate

580 x 250 Pixel, Link

Bild-/Text Anzeige:

Headline: max. 50 Zeichen inkl. Leerzeichen

Content: max. 350 Zeichen inkl. Leerzeichen

Bild: 300 x 250 Pixel, JPEG, PNG oder nicht animiertes

GIF (in den meisten Mail Clients wird nur der erste Frame angezeigt), max. 50 kB

Ziel URL

Preise pro Woche

1. Position

375 Euro / Woche

2. Position

345 Euro / Woche

3. Position

315 Euro / Woche

4. Position

295 Euro / Woche

Dateiformat

Dateigrösse

JPEG oder GIF-Banner (keine animierten GIF-Dateien)

max. 50KB



Lead Generation Kampagne

Erstellung eines eDossier, begleitende Werbekampagne über alle relevanten Medien, Newsletter, SEO, Hosting, Lieferung der Leads. Gerne erläutern wir Ihnen diese Kampagne im Detail.



Native Advertisement

Native Advertising ist Storytelling. Ihre Werbe-/Markenbotschaft wird mithilfe einer redaktionellen Handlung (Story) im redaktionellen Umfeld unserer Plattformen veröffentlicht. Oder Ihr Unternehmen (Angebot) ist integrierter Teil eines redaktionellen Themas, ohne direkte Produktwerbung zu betreiben, denn Native Advertising unterstützt Sie nachhaltig dabei, die Deutungshoheit Ihres Unternehmens und Ihrer Angebote in der für Sie relevanten Zielgruppe auf und auszubauen.



Preis auf Anfrage

The screenshot shows the ProMediaNews.de homepage with a search bar and navigation menu. A specific job listing for a W2-Professor in Film and Television at Hochschule Hannover is highlighted. The listing includes a brief description and a link to the full article.

Stellenmarkt

Über den ProMediaNews.de-Stellenmarkt erreichen Sie die passenden Bewerber für jedes Anforderungsprofil. Zielsicher und schnell vom Einsteiger bis hin zum Spezialisten. Profitieren Sie von der enormen Reichweite die der ProMediaNews.de-Stellenmarkt über unsere Printmagazine, Messen, Events und Partnerschaft mit Universitäten, Ausbildungsstätten und Verbänden erreicht.

Online Preise

Stellenmarkt	Datengröße	Kosten / Monat
Stellenangebote	PDF max. 1 MB	490 Euro

Einblendung
Stellenmarkt
inkl. Teaser im
Newsletter

Print inklusive Online

Auf Ihre Stellenanzeige gewähren wir 35% Stellenanzeigenrabatt auf den Listenpreis der Formatanzeige inklusive Schaltung für 3 Monate auf ProMediaNews.de und ein Teaser im Newsletter.

Eckdaten*

	349 Facebook Fans
	101 Twitter Follower
	12.542 Unique Users
	19.127 Page Impressions
	11.526 Newsletter-Abonnenten

* Stand 11.2020

Verlag

Postanschrift

EBNER MEDIA GROUP GmbH & Co.KG
Office Köln
Helmholtzstr. 29 31
50825 Köln

Redaktion

Chefredakteur

Marcel Courth

Stellv. Chefredakteurin

Helga Rouyer-Lüdecke

Senior Editor

Detlef Hoepfner

Redaktion

Sven Schuhu

E-Mail

redaktion@professional-system.de

Media Sales + Services

Media-Sales

Heike Pietsch

Telefon

+49 (731) 880052 - 072

E-Mail

h.pietsch@musikmedia.de

Anzeigendisposition &

Ad Processing

Marina Dedy

Telefon

+49 (731) 880052 - 078

E-Mail

m.dedy@musikmedia.de

ständige

redaktionelle

Mitarbeiter:

Dr. Anselm Goertz, Jörg Küster, Helmut Burmeier, Achim Hannemann, Richard Meusers, Dr. Swen Müller, Detlef Hartmann, Dr. Alfred Schmitz, Herbert Bernstädt, Dominique Roenneke, Andrea Mende, Alexander Schwarz, Denis Metz, Daniela Baumann

Jahrgang:

23. Jahrgang

Web-Adresse:

www.professional-system.de
www.promedianews.de
www.ebnermedia.de

Vertrieb

Telefon

Thomas Heydn
+49 (0)89 74117 111
thomas.heydn@ebnermedia.de

E-Mail

Druckerei

Postanschrift

F&W Mediencenter
Holzhauser Feld 2
D-83361 Kienberg

Buchhaltung

Postanschrift

EBNER MEDIA GROUP GmbH & Co. KG
Karlstr. 3
D-89073 Ulm
Renate Schleifer
+49 (0)731 156 962
+49 (0)731 1520 179

Kontakt

Telefon

Telefax

Bankverbindung

Ulmer Volksbank

IBAN: DE24 63090100 0003 626000
BIC ULMVDE66

Verlag:

EBNER MEDIA GROUP GmbH & Co.KG

Bezugspreis:

Jahresabonnement
Inland: € 33,70 / Jahr inkl. Porto
Ausland € 43,40 / Jahr

Erscheinungsweise: 8 Ausgaben / Jahr

E-mail: redaktion@professional-system.de

Informationen zum Druck

Heftformat:	213 x 280
Druckform:	digital
Druckverfahren:	Offset

Information zu Mehrfarbanzeigen

Der eventuelle Verzicht auf die Grundfarbe Schwarz bei der Anlage von Mehrfarbanzeigen ist ohne Einfluss auf die Berechnung der Anzeigen. Werden bei Formaten mit Bunddurchdruck die Zusatzfarben auf beiden Heftseiten unterschiedlich genutzt, so erfolgt die Berechnung für jede Heftseite getrennt zu den für die Teilformate geltenden Tarifpreisen. Sonderfarben der Farbtöne, die durch den Zusammendruck von Farben der verwendeten Euroskala nicht erreicht werden können, bedürfen besonderer Vereinbarung. Einzelheiten auf Anfrage. Geringe Tonwertabweichungen sind im Toleranzbereich des Offset Verfahrens begründet.

Anzeigenplatzierungen

Zugesagte Platzierungswünsche verlieren dann ihre Gültigkeit, wenn die erforderlichen Druckunterlagen nicht zum Druckunterlagenschluss im Verlag eintreffen.

Checkliste Dateittransfer

Die Checkliste Dateittransfer muss zwingend vor jeder digitalen Übertragung oder auch mit einer CD-ROM verschickt werden. Normalerweise bekommen Sie eine Checkliste mit Ihrer Auftragsbestätigung. Sie können aber auch telefonisch +49 (731) 880052 - 078 eine Checkliste anfordern oder sie direkt vom Netz unter www.musikmedia.de unter dem Stichpunkt „Druckunterlagen/Checkliste“ als PDF runterladen.

Gewährleistungsansprüche

Für die einwandfreie Bearbeitung und Veröffentlichung von digital übermittelten Anzeigenvorlagen übernehmen wir nur dann die Verantwortung, wenn unsere genannten Richtlinien eingehalten werden. Daten, die nicht den Richtlinien entsprechen, kann der Verlag ablehnen.

Unerwünschte Druckresultate, die sich auf eine Abweichung des Kunden von den Richtlinien zurückführen lassen, führen zu keinem Preisminderungsanspruch.

Übermittelte Daten werden nach einer Frist von 3 Monaten nach Erscheinen der Anzeige gelöscht. Bei Übermittlung von Daten, die von oben genannten technischen Angaben abweichen und zu Zusatzarbeiten führen, kann der Verlag diese mit einem Stundensatz von Euro 100,- weiterberechnen. Gewährleistungsansprüche wegen offensichtlicher Mängel einer Anzeige sind ausgeschlossen, wenn sie vom Anzeigenkunden nicht innerhalb von vier Wochen ab dem Erstverkaufstag der Veröffentlichung schriftlich gegenüber EBNER MEDIA GROUP GmbH & Co.KG

Richtlinien zur digitalen Übermittlung von Druckunterlagen

Keyboards, Gitarre & Bass, Sound & Recording, Sticks (MI), Production Partner, Event Partner und Professional System (PRO) werden ausschließlich digital produziert. Aus diesem Grund können nur digitale Druckunterlagen verwendet werden.

Bitte beachten Sie folgende Richtlinien, damit eine fehlerfreie Datenübertragung und somit ein optimales Druckergebnis gewährleistet werden kann.

Betriebssysteme

- Macintosh, PC

Programme

- Quark Xpress
- Adobe InDesign
- Adobe Photoshop
- Adobe Illustrator

Die von uns eingesetzte Version des jeweiligen Programms erfragen Sie bitte unter der Telefonnummer +49 (731) 880052 – 078

Datenformate/Bilddaten/Komprimierung

- Bilddaten: TIFF, EPS, JPEG, PDF (hoch aufgelöst, druckfähig)
- Farben: cyan, magenta, yellow, schwarz (EUROSKALA)
- Für eine einwandfreie Druckqualität sollten Ihre Halbtontbilder mit mind. 300 dpi gescannt werden.
- Für Strich-Abbildungen sind 1200 dpi (mind. 600 dpi) ideal.
- Alle verwendeten Bildelemente dürfen nicht komprimiert (JPEG-/LZW-Komprimierung) werden.
- Die Gesamtdatei (bzw. die gesammelten Elemente) kann jedoch als SEA, SIT, ZIP oder EXE (SEA)-Datei gepackt werden.

Schriften

Fügen Sie alle Zeichensätze, auch Logo- und Zeichen-Fonts, bei. Zusammengehörige Dateien (Layout-, Bild-, Schrift-Dateien) müssen sich immer innerhalb eines Verzeichnisses/Ordners befinden. Eine Überprüfung eingehender Daten wird von uns binnen eines Arbeitstages gewährleistet. Bei nicht korrekten Daten/Dateien werden Sie bzw. der uns genannte Ansprechpartner umgehend unter der uns übermittelten Telefonnummer benachrichtigt.

Vor der Übertragung

AUFTAG: Stellen Sie sicher, dass dem Verlag ein entsprechender Anzeigenauftrag vorliegt!

FAX: Schicken Sie uns unbedingt die CHECKLISTE DATEITRANSFER und einen verbindlichen Ausdruck.

Für die Objekte Keyboards, Gitarre & Bass, Sound & Recording, Sticks, Production Partner, Event Partner und Professional System an +49 (0)731 880055 203

PROOF: Bei Farbanzeigen bitte zusätzlich einen farbverbindlichen Proof/Andruck an:

EBNER MEDIA GROUP GmbH & Co.KG

z. Hd. Marina Dedy (PRO) oder

z. Hd. Vivien Hauser (MI)

Office Köln Helmholzstr. 29-31 50825 Köln

CD-ROM: CD-ROMS bitte auch direkt an oben genannte Adresse zum Druckunterlagenschluss an den Verlag schicken.

E-MAIL: m.dedy@musikmedia.de (maximal 20 MB)

INTERNET: Dateitransfer via Browser: Unter der Adresse <http://anzeigen.musikmedia.de> haben Sie die Möglichkeit, Ihre Anzeigen auf unserem Server zu positionieren.

Bitte folgen Sie der Anleitung unseres Anzeigen-Systems und haben Sie Geduld! Greifen Sie während der Übertragung nicht auf den Browser zu, sonst kommt es zum Abbruch. Warten Sie bis sich das Browserfenster wieder neu aufgebaut hat und die Übertragung komplett ist.

Weitere Möglichkeiten der Übermittlung (FTP-Upload) sowie Rückfragen oder detaillierte technische Auskünfte erhalten Sie unter der Telefonnummer +49 (0)731 880052 078.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluß abzurufen. 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 der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeila-

gen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

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

8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem

Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigenwertes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

Der Verlag haftet im Rahmen dieses Vertrags dem Grunde nach für Schäden des Kunden, die (1) der Verlag oder seine gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen vorsätzlich oder grob fahrlässig herbeigeführt haben, die (2) durch die Verletzung einer Pflicht durch den Verlag, die für die Erreichung des Vertragszwecks von wesentlicher Bedeutung ist (Kardinalpflicht), entstanden sind, wenn (3) wenn diese Ansprüche aus dem Produkthaftungsgesetz resultieren,

wenn (4) bei Kauf- oder Werkverträgen von dem Verlag eine Garantie für die Beschaffenheit der Sache übernommen wurde oder arglistig getäuscht wurde oder aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit, die auf einer Pflichtverletzung des Verlags oder eines seiner gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen beruhen. Der Verlag haftet in voller Höhe bei Schäden, die vorsätzlich oder grob fahrlässig verursacht wurden oder bei der Verletzung des Körpers, des Lebens oder der Gesundheit. Im Übrigen wird der Schadensersatzanspruch auf den vorhersehbaren, vertragstypischen Schaden begrenzt, im Falle des Verzugs auf 5% des Auftragswerts. Die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt hierdurch unberührt.

In anderen als den in dieser Ziffer 10 genannten Fällen ist die Haftung des Verlags unabhängig vom Rechtsgrund ausgeschlossen.

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 innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist in

nerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden die Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Zahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

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

16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstücke, Matern und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

17. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. „Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 (Gewicht 250 g) überschreiten, sowie Waren, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.“

18. Matern werden nur auf besonderer Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

19. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach

deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

- a) Der Auftraggeber verpflichtet sich, die Kosten der Veröffentlichung einer Gendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs. Dies gilt nur für den Fall, dass der Verlag verpflichtet ist, die Gendarstellung abzudrucken.
- b) Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrags gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag überprüft Aufträge und Anzeigen lediglich im Hinblick auf offenkundige Rechtsverstöße, nicht aber daraufhin, ob durch sie sonst Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Der Auftraggeber hält den Verlag auch von allen Ansprüchen aus Verstößen gegen das Urheberrecht frei.
- c) Abbestellungen müssen schriftlich erfolgen. Bei Abbestellung einer Anzeige kann der Verlag die entstandenen Satzkosten berechnen.
- d) Bei ferner mündlich erteilten Anzeigenaufträgen, Termin- und Ausgabeänderungen, Textkorrekturen und Abbestellungen übernimmt der Verlag für Übermittlungsfehler keine Haftung.
- e) Ansprüche bei fehlerhaften Wiederholungsanzeigen sind dann ausgeschlossen, wenn der Auftraggeber die Möglichkeit hatte, vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinzuweisen. Der Vergütungsanspruch des Verlages bleibt unberührt.
- f) Hat der Auftraggeber innerhalb Jahresfrist weniger Anzeigen abgerufen als ihm nach seiner Vorauszahlung zuständen, so hat er Anspruch auf eine Reduzierung des Entgeltes in dem Maße, der dem Wert der nicht abgerufenen Anzeigen entspricht, wenn dies zuvor vereinbart war. Der Anspruch auf Reduzierung des Entgeltes erlischt, wenn er nicht innerhalb eines Monats nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.
- g) Ein Kollegenrabatt von zehn Prozent auf den Grundpreis wird nur bei Direkt-Anzeigenaufträgen gewährt.
- h) Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen in Verlagsbeilagen, Sonderveröffentlichungen und Specials/Sonderheften Sonderpreise festzulegen.
- i) Die Werbungsmittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Auftraggeber an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

Stand: März 2006