

Wäre ich in Düsseldorf -
Wäre es das Abendblatt



Verwendung mit freundlicher Genehmigung von le Parisien

DÜSSELDORFER ABENDBLATT

MEDIADATEN – ANZEIGENPREISE – TECHNISCHE ANGABEN

*„Acht von zehn Zeitungslesern wünschen sich ein handliches, kleineres Zeitungsformat. Diese Forderung erfüllen Din A3/quer Formate. Zuerst profitieren Gratiszeitungen vom kompakteren Format.“
(Prof. Dr. Günther Rager und Dipl. Journ. Jessica Piper - Friedrich Ebert Stiftung)*

DÜSSELDORFER ABENDBLATT

MEDIADATEN – ANZEIGENPREISE – TECHNISCHE ANGABEN

WERBETRÄGERQUALITÄT

Die Pendler in den Metropolen sind die Zielgruppe der Gratiszeitungen. Während sie sich am Morgen in öffentlichen Verkehrsmitteln auf dem Weg zur Arbeit befinden, nehmen sie gern das kostenlose Angebot eines Nachrichtenüberblicks an. Zudem ist das Konzept darauf ausgerichtet, dass sie die Zeitung innerhalb von ca. 20 Minuten lesen. Mehr Zeit hat der durchschnittliche Pendler auf seinem Arbeitsweg nicht zur Verfügung. In der Zeit von 8:00 bis 11:00 Uhr trifft man an den Haltestellen auf junge, mobile Menschen, die für die werbetreibende Wirtschaft sonst nur schwer über Printprodukte zu erreichen sind.

Diese Zielgruppe liest vorwiegend keine Tageszeitung, ist aber an einem schnellen Nachrichtenüberblick interessiert. Sie sind meist gut verdienend, zudem konsumfreudig und daher für die Verbraucherindustrie sehr interessant. Über Anzeigen kann man sie morgens und abends über aktuelle Angebote informieren und im besten Falle gehen sie schon in der Mittagspause einkaufen. Hierauf richtet sich das Produkt „NEWS2go PRO“, das einen ersten Nachrichtenüberblick bietet.

In der Zeit zwischen 16:00 bis 19:00 Uhr werden solche Pendler bedient, die sich nach getaner Arbeit über aktuelle Nachrichten des Tages informieren wollen. Hier greift dann das DÜSSELDORFER ABENDBLATT mit ausführlicher Berichterstattung, wie man sie auch aus der Tagespresse kennt.

Durch das Auslegen und das Verteilen vor Ort muss der Leser weder Zeit noch Geld aufbringen, um sich eine willkommene Lektüre für die Fahrt zu besorgen. Die Zeitung wird in Boxen an Bahnhöfen oder in Geschäften ausgelegt und zusätzlich durch Handverteiler direkt an die Leser übergeben. Durch die mobilen Verteiler ist es möglich, die gewünschte Zielgruppe individuell aufzusuchen und daher hohe Kontaktchancen zu erzielen.

Kostenlose Zeitungen bieten, durch ihre Verbreitung im öffentlichen Raum eine Werbeträgerqualität, die sich von den herkömmlichen Kaufzeitungen unterscheidet. Kaufzeitungen befriedigen die Interessen der Leser, Gratiszeitungen die der Anzeigenkunden. Eine vor allem junge und aktive Zielgruppe kann somit effizient und schnell erreicht werden.

QUALITÄTS JOURNALISMUS

MIT WISSENS- VORSPRUNG

Gerade die Kombination
der Anzeigen mit
Infotainment erhöht
die Aufmerksamkeit.

(Dipl. Kulturwissenschaftlerin

(Medien) Karina Preiß an der

Bauhaus-Universität Weimar)

Frische Nachrichten
über aktuelle Ereignisse,
die den Leser noch am
selben Tag erreichen.

GRATIS

AKTUELL

KOMPAKT

INFORMATIV

LESERFREUNDLICH

PROFESSIONALITÄT

Die Qualitätsansprüche, die mit Professionalität verknüpft werden, gründen im klassischen Gebot der Objektivität beim öffentlichen Rasonieren. In den Binnennormen des Journalismus wird die Professionalität der Berichterstattung entsprechend mit Ansprüchen auf Sachgerechtigkeit, Sachlichkeit, Neutralität, Faktentreue, Transparenz, Ausgewogenheit und thematische Kompetenz eingefordert.

QUALITÄTS JOURNALISMUS

„Gratiszeitungen sind eine publizistische Konkurrenz zur Tageszeitung. Aufgrund der komprimierten Darstellung können Themen nicht ausgiebig in die Tiefe behandelt werden, was die Funktion der Gratiszeitungen als „Appetitregler“ erklärt. Wer in der Gratiszeitung erste Informationen zu einem Thema findet, wird sich weiter und intensiver informieren wollen.“ (Univ.-Prof. Dr. Marcel Machill und Martin Zenker, M.A. – Internationale Mediensysteme an der Universität Leipzig)

DER UNTERSCHIED

Sowohl das DÜSSELDORFER ABENDBLATT als auch das NEWS2go PRO unterscheidet sich von anderen Gratiszeitungen in der Qualität der Nachrichtentexte und Inhalte. Pendler und Reisende die öffentliche Verkehrsmittel wie Bus, Bahn oder auch das Flugzeug nutzen, werden mit frischen und aktuellen Informationen des Tagesgeschehens aus den fünf wichtigsten und klassischen Ressorts versorgt.

Studien (Schramm und Hasenbrink; 2004) zeigen, dass starke Bedürfnis der Leserschaft, an öffentlichen Themen zu partizipieren. Aus dieser Erkenntnis heraus werden zu jedem Nachrichtentext auch ein bis zwei Kommentare abgedruckt, die während der redaktionellen Bearbeitung von Themen entsprechend in Blogforen zu finden waren. Der Leser erhält die Quellenangaben und kann ggf. darauf reagieren.

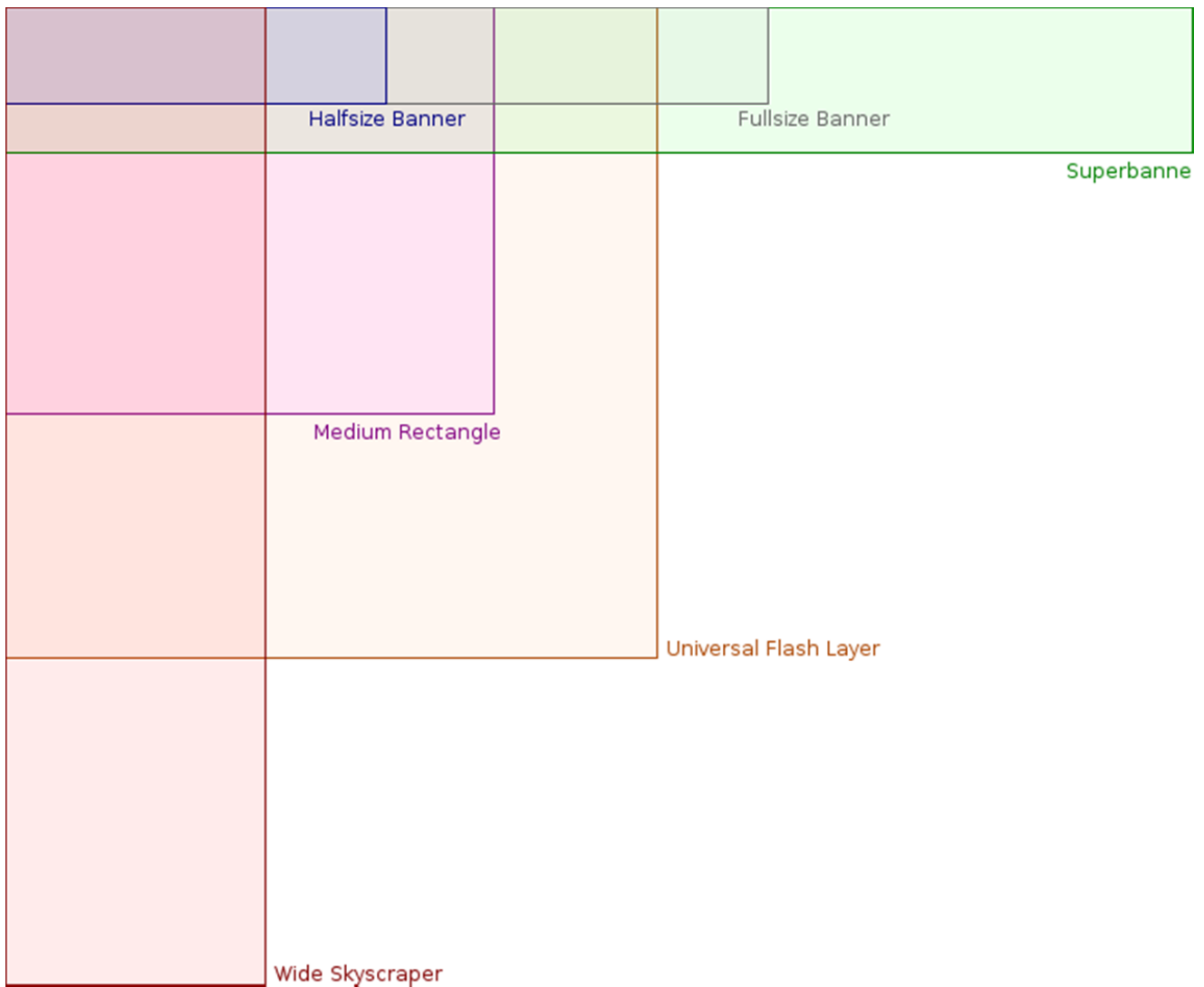
Mit Leserbriefen, heute häufig auch in Form eines E-Mail- oder Blogkommentars, kann die Leserschaft ihre Meinung auch direkt an die Redaktion äußern und findet in der nächsten Ausgabe Berücksichtigung. Für die Zeitung bedeutet der Leserbrief ein Feedback und stärkt die Leser-Blatt-Bindung. Dieses Beziehungsverhältnis erlaubt eine gezielte Konsumentenbefragung und liefert aufschlussreiche Informationen für Werbekunden.

- Nachrichten mit hohem Niveau (vergleichbar mit bekannten Tageszeitungen)
- Aktuelle Nachrichten des Tages
- Gratis verteilt und ausgelegt
- Handliches Format
- Interaktiv



ANZEIGENPREISE HOMEPAGE

	Full Banner (468x60)	Leaderboard (728x90)	Skyscraper (max. 160x600)	Wallpaper (728x90+160x600)	Rectangle (max. 336x280)
Main Homepage					
TKP	23,00 €	42,00 €	45,00 €	65,00 €	55,00€
Tagesbelegung (400.000 AdImps)	160,00€	196,00€	120,00€	188,00€	180,00€
Buchung mit Share of voice = 20% (500.000 AdImps pro Woche)	100,00€	195,00€	150,00€	110,00€	150,00€
Wochenbelegung (2.500.000 AdImps pro Woche)	250,00€	325,00€	450,00€	550,00€	475,00€



INHALT

Aktuelle Nachrichten des Tages

Gratiszeitung mit Artikel namhafter Presseagenturen redaktionell nachbearbeitet und aufbereitet. Aktuelle Nachrichten des Tages aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur, Lokales, Sport; Wissenschaft, Reise, Unterhaltung und Weiteres.

dts

Die Eilmeldungsagentur.

dapd

nachrichtenagentur

dpa

Deutsche
Presse-Agentur GmbH

AUSSTATTUNG

Bequem zu lesen

Das besondere Zeitungsformat ist sehr geschätzt von Pendlern und Reisenden, die öffentliche Verkehrsmittel nutzen. Bequemes Lesen ohne den Sitznachbarn zu stören. Ein weiterer Grund, weshalb das Düsseldorfer Abendblatt anderen Tageszeitungen vorgezogen wird.



DISTRIBUTION

Zweimal täglich zu den Menschen

Anders als bei kostenpflichtigen Printmedien - Abonnements ausgenommen - kommt die Gratiszeitung zum Leser im Augenblick der Notwendigkeit. Das DÜSSELDORFER ABENDBLATT sowie das NEWS2go PRO wird an stark frequentierten Verkehrsknotenpunkten öffentlicher Verkehrsmittel platziert sowie zusätzlich durch Handverteiler in Stoßzeiten von 07:00 bis 11:00 Uhr und 16:00 bis 19:00 Uhr gereicht.

Darüber hinaus arbeitet der Verlag mit vielen lokalen Vertriebspartnern zusammen, die die Produkte in ihren Geschäftsräumen auslegen und Kunden zugänglich machen (Bäckereien, Stehcafés, öffentliche Einrichtungen etc.). Dadurch wird zusätzlich die Kontaktfrequenz mit den Produkten in vielen Stadtbezirken erhöht.

Air Berlin und weitere namhafte Fluggesellschaften werden täglich beliefert. Das Flugpersonal reicht neben den bekannten Tageszeitungen auch das DÜSSELDORFER ABENDBLATT als kostenlose Zeitung an Bord. Sowohl die Attraktivität als auch die Qualität von DÜSSELDORFER ABENDBLATT ist durch die Akzeptanz bedeutender Unternehmen bestätigt.

Gezielte Streuung

Im Gegensatz zu Anzeigenblättern, die einen hohen Streuverlust aufgrund von Massenverteilung aufweisen, erreicht das DÜSSELDORFER ABENDBLATT und das NEWS2go PRO durch einen effizienten Streuplan einen Streuverlust von nahezu 0 %.

EPAPER

Das Düsseldorfer Abendblatt entwickelt sich zu einer modernen Medienmarke für Qualitätsjournalismus auf dem Papier und in digitaler Form im Internet. Es bietet klar strukturierte Nachrichten und einen Gesamtüberblick des aktuellen Tagesgeschehens.

TECHNISCHE ANGABEN / DATENANLIEFERUNG

Format 230 x 297 mm (B x H)
Satzspiegel 185 x 252 mm

Dateiformate

- Druckoptimiertes PDF nach PDF/X-1a
- EPS-Format (bitte mit vektorbasierten Schriften)
- Offene Daten (bitte nur auf Anfrage)

Datenübermittlung

- Per E-Mail an daten@02elf.net
- (Dateien bitte auf 5 MB begrenzen, wenn möglich komprimiert mit Stuffit oder Winzip)
- Ftp-Zugang auf Anfrage
- Auf Datenträger an Verlagsadresse

Druckunterlagen / Proofs

Bitte liefern Sie Ihre Unterlagen einschließlich farbverbindlicher Proofs nach ISO coated_v2 an.

MEDIADATEN FÜR DÜSSELDORF

<u>Hauptbahnhof: Reisende und Besucher täglich</u>	<u>250.000</u>
<u>Flughafen: Reisende und Besucher täglich</u>	<u>52.020</u>
<u>Messe: Aussteller und Besucher täglich</u>	<u>3.081</u>
<u>Fernbusbahnhof: Reisende täglich</u>	<u>1.090</u>

Verlagsangaben und Ansprechpartner

Düsseldorfer Abendblatt

Postanschrift Postfach 19 01 26 40111 Düsseldorf

Hausanschrift Kennedydamm 24 40476 Düsseldorf

Telefon 0211-74951211

Telefax 0211-942598-38

Email info@02elf.net

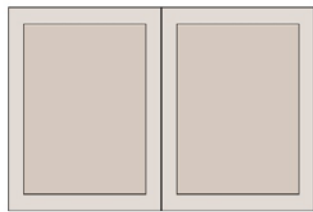
Kontakt Mediaberatung

Sylvia.Nayerbach@02elf.net

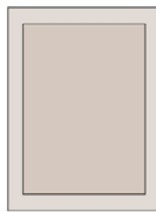
Anzeigenverkauf und Disposition

Mark.Melcher@02elf.net

Anzeigenpreise und Formate (für 4c- und sw-Anzeigen)



2/1 Seite
€ 2.950,-
S: 415 mm x 252 mm
A: 460 mm x 297 mm



1/1 Seite
€ 1.950,-
S: 185 mm x 252 mm
A: 230 mm x 297 mm

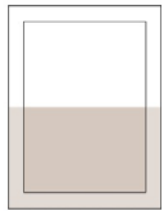
Umschlagseiten

(nur Anzeige)

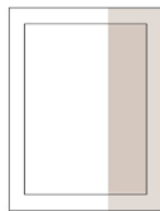
U2 € 2.650

U3 € 2.450

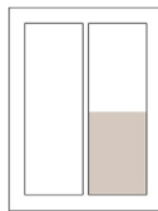
U4 € 2.850



1/2 Seite quer
€ 1.320,-
S: 185 mm x 125 mm
A: 230 mm x 148 mm

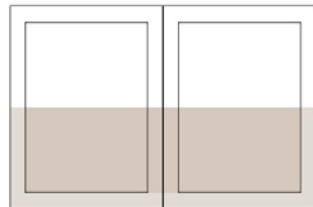


1/3 Seite nur hoch
€ 950,-
S: 61 mm x 252 mm
A: 75 mm x 297 mm

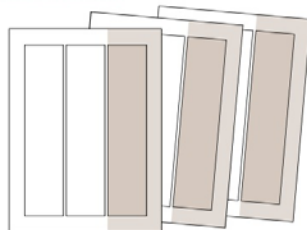


**1/4 Seite nur hoch,
kein Beschnitt**
€ 520,-
S: 88 mm x 122 mm

Alternative Ganzseitenformate für höhere Aufmerksamkeit

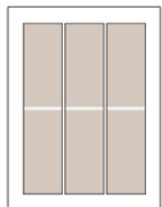


2 x 1/2 Seite quer € 1.950,-
S: 415 mm x 125 mm
A: 460 mm x 148 mm



3 x 1/3 Seite hoch € 1.950,-
S: 61 mm x 252 mm
A: 75 mm x 297 mm

Kleinanzeigen im „Schaufenster“



1/6 Seite nur hoch
2 x € 270,-* | 4 x € 230,-*
61 mm x 125 mm

*pro Ausgabe

Nachlässe bei Abnahme innerhalb eines Jahres:

(ohne Schaufenster-Formate)

ab 2 Seiten/Veröffentlichungen 5 %

ab 4 Seiten/Veröffentlichungen 10 %

ab 6 Seiten/Veröffentlichungen 15 %

Alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.

S = Satzspiegel A = Anschnitt

Für angeschnittene Anzeigen muss eine Beschnittzugabe von 5 mm umlaufend zur jeweiligen Formatangabe hinzugerechnet werden.

Beilagen und Beihefter

Preise für Beileger und Beihefter auf Anfrage.

Platzierungen

Platzierungen nach eigenen Wünschen möglich.

Anzeigen-/Druckvorlagenschluss

Sieben Tage vor Erscheinung.

ePaper

Sämtliche Anzeigen sind automatisch auch im ePaper zu sehen.

Zahlungsbedingungen

Nach Rechnungserhalt sofort rein netto ohne Abzug. Bei Vorauszahlung oder Bankeinzug bis 10 Tage vor Erscheinungstermin gewähren wir 3 % Skonto.

Geschäftsbedingungen

Für die Abwicklung von Aufträgen gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen (umseitig). Diese sind auch unter www.02elf.net einzusehen.

Druckauflage

12.500

Erscheinungsweise

2-mal wöchentlich, jeweils Di. und Do.

Verbreitungsgebiet

Stark frequentierte Verkehrsknotenpunkte wie HBF, Fernbusbahnhof, Flughafen, Uni Campus, Messen sowie Auslage in Geschäftsräume vieler Vertriebspartner mit hoher Kundenfrequenz

Öffentlicher Raum: Persönliche Übergabe an Pendler und Reisende, die öffentliche Verkehrsmittel nutzen.

Bei Fluggesellschaften die jeweilige Airline.

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen/PR-Seiten (redaktionelle Anzeigen) oder anderer Werbemittel eines Werbetreibenden oder sonstigen Inserenten.
2. Veröffentlichungsfrist: Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbetreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte. 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 Vertragsabschluss abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Platzierungswünsche: Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen 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. Der Verlag kann Platzierungswünsche vormerken und versuchen, sie im Rahmen der technischen und gestalterischen Möglichkeiten zu berücksichtigen. Die Berücksichtigung ist jedoch unverbindlich. Platzierungsforderungen, deren Erfüllung Auftragsvoraussetzung ist, bedingen einen Platzierungszuschlag von 15 %.
4. Ablehnung von Anzeigen: 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 Inhalt für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
5. Anzeigenstornierung: Im Falle einer Stornierung von Anzeigen bis sechs Wochen vor Erscheinen der Druckschrift werden dem Auftraggeber 25 % des Anzeigenpreises als pauschales Ausfallhonorar berechnet. Erfolgt die Stornierung innerhalb von sechs Wochen vor dem Erscheinungstermin, beträgt das Ausfallhonorar 80 % des Anzeigenpreises. Der Auftragnehmer ist frei darin, anstelle der Pauschalen den ihm tatsächlich entstandenen Schaden geltend zu machen.
6. Haftung: Der Verlag verwendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt, haftet jedoch nicht, wenn er von den Auftraggebern irreführt und getäuscht wird. Der Auftraggeber steht für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen ein. Der Auftraggeber haftet für alle Folgen und Schäden, die sich für den Verlag, insbesondere aufgrund presserechtlicher und gesetzlicher Bestimmungen oder Vorschriften, aus dem Inhalt der Anzeigen durch deren Abdruck und Streuung ergeben können. Der Auftraggeber hat den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen. Der Auftraggeber verpflichtet sich, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen.
7. Auftrag-Nichterfüllung: Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten (Rabattnachbelastung). Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
8. Anzeigen-Verschiebung: Im Falle einer Verschiebung von Anzeigenschaltungen (z. B. auf die nächste oder übernächste Ausgabe) bis sechs Wochen vor Erscheinen der Druckschrift werden dem Auftraggeber 10 % des Anzeigenpreises als pauschales Ausfallhonorar berechnet. Eine Anzeigenverschiebung innerhalb von sechs Wochen vor dem Erscheinungstermin kommt einer Stornierung gleich (80 %).
9. Auftrags-Ausführung: Aufträge für Anzeigen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen des Magazins veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag nicht auszuführen ist. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format und den technischen Vorgaben entsprechende Vorlagen rechtzeitig vor Schaltung anzuliefern. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschten oder zu vertretenden Änderungen der Druckvorlage hat der Auftraggeber zu tragen.
10. Kennzeichnungspflicht: Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeige erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
11. Urheberrechte: Die durch den Verlag gestalteten Anzeigen sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Verlages weiterverarbeitet werden.

12. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet nach drei Monaten nach der erstmaligen Veröffentlichung der Anzeige.

13. Rechte und Pflichten: Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts, des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht oder diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre. Reklamationen müssen innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

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

15. Haftung wegen Fahrlässigkeit: 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 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.

16. Produkthaftung: 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 Veröffentlichung 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.

17. Technische Veränderungen des Magazins, z. B. Format oder Papier, liegen im Ermessen des Verlages.

18. Rechnung: Die Rechnung ist sofort nach Erhalt rein netto zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt. Unberechtigte Abzüge werden kostenpflichtig nachbelastet.

19. Zahlungsverzug: Bei Stundung oder Zahlungsverzug werden 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 Vorauszahlungen verlangen. Nachlässe und Rabatte werden im Fall des Zahlungsverzuges nachbelastet; ein Anspruch auf sie besteht nicht. 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 offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Nachlässe und Rabatte werden im Fall des Zahlungsverzuges nachberechnet.

20. Belegexemplar: Der Verlag stellt dem Auftraggeber ein Belegexemplar zur Verfügung.

21. Aufrechnungen: Die Aufrechnungen sind nur zulässig mit Gegenansprüchen, die vom Verlag anerkannt oder rechtskräftig festgestellt sind.

22. Gestaltungs-Kosten: Kosten für die Anfertigung bestellter Entwürfe, Repros, Lithos und Satzarbeiten sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

23. Preisminderungsansprüche: Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage (oder wenn eine Auflage nicht genannt ist) die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften ggf. die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird.

24. Erfüllungsort: Das Rechtsverhältnis zwischen Auftraggeber und Verlag untersteht deutschem Recht. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist die umseitig angegebene Verlagsanschrift bzw. der Standort des herausgegebenen Verlagsproduktes.

Stand: 2015