

zuhause **wohnen** DIY **selber machen** WOHN-KOMBINATION

Anzeigenpreisliste Nr. 10

gültig ab 1. Januar 2007



100 JAHRE
GANSKE
VERLAGS
GRUPPE

JAHRES
ZEITEN
VERLAG

Tarifinformationen auch unter
www.jalag.de
www.pz-online.de

Inhalt

- 1 Inhalt / Titelporträt
- 2 Verlagsangaben
- 3 Grundpreise und Rabatte
- 4 Anzeigenpreise und Formate
- 5 Terminplan 2007
- 6 Technische Angaben
- 7 Beilagen / Beihefter
- 8 Die Leser – und was sie besonders interessiert
- 9 Geschäftsbedingungen
- 10 Verlagsbüros und Verlagsvertretungen

Titelporträt

ZUHAUSE WOHNEN ist die klassische Wohnzeitschrift aus dem **JAHRESZEITEN VERLAG** für ausgesprochen einkommensstarke und anspruchsvolle Leser, die auf eine stillichere Einrichtung Wert legen. Das Monatsmagazin berichtet über die Themenbereiche Wohnen & Dekorieren, Haus & Garten sowie Küche & Gäste. Die Kernkompetenz von **ZUHAUSE WOHNEN** liegt in der Wohnberatung, elegant präsentiertem Nutzwert mit hohem Praxisbezug sowie vielen Info- und interaktiven Elementen. **ZUHAUSE WOHNEN** gewährt einen spannenden Blick durchs Schlüsselloch und zeigt die Wohnwelten prominenter Personen. Unterhaltsame Kolumnen von Jette Joop und Brigitte von Boch greifen Themen rund ums Wohnen auf.

SELBER MACHEN ist Europas führendes Do-it-yourself-Magazin. Seit über 30 Jahren beweist **SELBER MACHEN** seine Kompetenz als Ratgeber bei der Modernisierung und Renovierung von Häusern und Wohnungen sowie der Gartengestaltung. „Praktisches Wohnen“ ist der Leitgedanke für kreative Vorschläge und Ideen zur Um- und Neugestaltung mit einfach nachvollziehbaren Anleitungen und nützlichen Tipps und Tricks bei der Umsetzung. Interessante Reportagen und regelmäßige Produktvorstellungen, -tests und -vergleiche helfen den Lesern bei Kaufentscheidungen.

ZUHAUSE WOHNEN und **SELBER MACHEN** sind eine reichweitenstarke und wirtschaftliche Titel-Kombination für Produkte aus den Bereichen Wohnen & Einrichten, Renovieren & Modernisieren, Haus & Garten.

2 · Verlagsangaben

Erscheinungsort Hamburg
Verlag Jahreszeiten Verlag GmbH
Anschrift Anzeigenmarketing WOHN-KOMBINATION,
Poßmoorweg 2, 22301 Hamburg
Telefon (0 40) 27 17-24 31
(0 40) 27 17-24 47
Telefax (0 40) 27 17-20 77
e-mail zuhausewohnen.anzeigen@jalag.de
Internet www.jalag.de
Postgirokonto (BLZ 200 100 20)
Hamburg 285 71-209
(Jahreszeiten Verlag)
Bankverbindung Commerzbank AG, Hamburg
(BLZ 200 400 00) Nr. 6/116578

Garantierte verkaufte Auflage 250.000 Exemplare
Zahlungsbedingungen Bis zu 30 Tagen nach Erscheinungsdatum
Netto-Kasse, bei Vorauszahlung bis zum
Erscheinungstag 2% Skonto.
Wenn ältere Rechnungen offen stehen, kann
Skonto nicht eingeräumt werden.
Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden
Zinsen in Höhe der banküblichen Zinsen für
Dispositions kredite berechnet.

Erscheinungsweise siehe Terminplan
Anzeigenschluss, Druckvorlagenschluss, Rücktrittsrecht siehe Terminplan
PZN 588852



Informationsgemeinschaft zur Feststellung
der Verbreitung von Werbeträgern e.V.



Markttransparenz im Anzeigengeschäft
von Zeitschriftenverlagen e.V.

Seitenpreise

mehrfarbig	€ 35.200,-
schwarzweiß	€ 28.100,-
Sonderfarben	Preise auf Anfrage

Der eventuelle Verzicht auf die Grundfarbe Schwarz bei Gestaltung von farbigen Anzeigen hat keinen Einfluss auf die Berechnung. Geringe Tonwertabweichungen innerhalb des Auflagedruckes liegen im Toleranzbereich des Druckverfahrens.

Werden bei Farbanzeigen mit Bunddurchdruck auf einer der belegten Seiten weniger zusätzliche Farben in Anspruch genommen, so erfolgt eine getrennte Berechnung der einzelnen Seiten entsprechend der tatsächlichen Farbnutzung.

Für den Kombinations-Tarif gelten folgende Bedingungen

1. Gleichzeitige Belegung der beiden Zeitschriften ZUHAUSE WOHNEN und SELBER MACHEN durch einen Werbungtreibenden.
2. Die Voraussetzung der gleichzeitigen Belegung ist erfüllt, wenn die Anzeigen in den beiden Titeln innerhalb eines Kalenderjahres (Heft 2 bis Heft 1 des Folgejahres) erscheinen.
3. Die für die Kombination vorgesehene Anzeige muss im gleichen Format und der gleichen Farbigkeit erscheinen.
4. Für die WOHN-KOMBINATION gilt ein eigenständiger Abschluss. Zusätzliche Anzeigen in ZUHAUSE WOHNEN oder SELBER MACHEN werden jeweils über gesonderte Abschlüsse abgerechnet.
Die in der WOHN-KOMBINATION erschienenen Anzeigen können in diesen Abschlüssen mitgezählt werden.
5. Für die WOHN-KOMBINATION sind 2 Druckunterlagen erforderlich.

Nachlässe

Malstaffel

ab 3 Anzeigen – 3%
ab 6 Anzeigen – 5%
ab 12 Anzeigen – 10%
ab 18 Anzeigen – 15%
ab 24 Anzeigen – 20%

Mengenstaffel

ab 3 Seiten – 5%	ab 18 Seiten – 22%
ab 6 Seiten – 10%	ab 21 Seiten – 23%
ab 9 Seiten – 15%	ab 24 Seiten – 24%
ab 12 Seiten – 20%	ab 27 Seiten – 25%
ab 15 Seiten – 21%	ab 30 Seiten – 26%

Mehrseitenrabatt

Veröffentlicht ein Inserent in einer Ausgabe eine zusammenhängende Anzeigenstrecke, so erhält er in Fortführung der Rabattstaffel folgenden Nachlass:

bei 4 Seiten 3 %, bis 8 Seiten 5 %, bis 12 Seiten 10 %.

Der Mehrseitenrabatt wird vom Brutto-Anzeigenpreis abzüglich Abschlussrabatt errechnet.

Die detaillierten Preisinformationen finden Sie auch im Internet unter <http://www.jalag.de> und <http://www.pz-online.de>.

Bei Belegung der Wohn-Kombination beträgt der Preisvorteil rund 6 % gegenüber der Belegung beider Einzeltitel.

4 · Anzeigenpreise und Formate

Größe in Seitenteilen	ZUHAUSE WOHNEN				SELBER MACHEN				Anzeigenpreise in €		
	Satzspiegel- Formate		Angeschnittene Formate*		Satzspiegel- Formate		Angeschnittene Formate*				
	Breite mm	Höhe mm	Breite mm	Höhe mm	Breite mm	Höhe mm	Breite mm	Höhe mm	Mehr- farbig	Schwarz- weiß	
1/1	193	257	213	280	187	253	213	285	35.200,-	28.100,-	
3/4	hoch	144	257	153	280	140	253	155	285	31.600,-	25.300,-
	quer	193	192	213	202	187	185	213	202		
2/3	hoch	126	257	137	280	117	253	132	285	28.100,-	22.500,-
	quer	193	170	213	184	187	160	213	177		
1/2	hoch	94	257	103	280	91	253	106	285	24.600,-	19.700,-
	quer	193	126	213	136	187	123	213	140		
1/3	hoch	62	257	72	280	59	253	74	285	17.600,-	14.100,-
	quer	193	81			187	81				
1/4	hoch 1-spaltig	45	257	54	280	43	253	58	285	12.700,-	10.200,-
	hoch 2-spaltig	94	126			91	123				
	quer 4-spaltig	193	61			187	59				
2/1	408	257	426	280	395	253	426	285	70.400,-	56.200,-	

* Für angeschnittene Anzeigen muss eine Beschnittzugabe (Schnittreserve) von je 4 mm oben, unten und außen zum genannten Anzeigenformat hinzugerechnet werden.

Alle Preise zuzüglich Mehrwertsteuer.

Weitere Formate auf Anfrage.

5 · Terminplan 2007

zuhause wohnen

Heft- Nummer	Erschei- nungstag	Kalender- woche	Anzeigenschluss- und Rücktritts- termine	Vorlagenschluss Daten- anlieferung
01	13. 12. 2006	50/06	08. 11. 2006	15. 11. 2006
02	17. 01. 2007	3/07	30. 11. 2006	08. 12. 2006
03	14. 02. 2007	7	02. 01. 2007	10. 01. 2007
04	14. 03. 2007	11	30. 01. 2007	07. 02. 2007
05	18. 04. 2007	16	02. 03. 2007	12. 03. 2007
06	23. 05. 2007	21	04. 04. 2007	16. 04. 2007
07	20. 06. 2007	25	02. 05. 2007	10. 05. 2007
08	18. 07. 2007	29	01. 06. 2007	13. 06. 2007
09	15. 08. 2007	33	03. 07. 2007	11. 07. 2007
10	19. 09. 2007	38	07. 08. 2007	15. 08. 2007
11	17. 10. 2007	42	03. 09. 2007	11. 09. 2007
12	14. 11. 2007	46	28. 09. 2007	09. 10. 2007
01/2008	12. 12. 2007	50	20. 10. 2007	07. 11. 2007

selber machen

Heft- Nummer	Erschei- nungstag	Kalender- woche	Anzeigenschluss- und Rücktritts- termine	Vorlagenschluss Daten- anlieferung
01	15. 12. 2006	50/06	14. 11. 2006	17. 11. 2006
02	12. 01. 2007	2/07	07. 12. 2006	08. 12. 2006
03	16. 02. 2007	7	16. 01. 2007	17. 01. 2007
04	16. 03. 2007	11	13. 02. 2007	14. 02. 2007
05	13. 04. 2007	15	09. 03. 2007	12. 03. 2007
06	18. 05. 2007	20	13. 04. 2007	16. 04. 2007
07	15. 06. 2007	24	11. 05. 2007	14. 05. 2007
08	13. 07. 2007	28	12. 06. 2007	13. 06. 2007
09	17. 08. 2007	33	17. 07. 2007	18. 07. 2007
10	14. 09. 2007	37	14. 08. 2007	15. 08. 2007
11	19. 10. 2007	42	17. 09. 2007	18. 09. 2007
12	16. 11. 2007	46	16. 10. 2007	17. 10. 2007
01/2008	14. 12. 2007	50	13. 11. 2007	14. 11. 2007

		
Heftformat Satzspiegel	213 mm breit 280 mm hoch 193 mm breit 257 mm hoch	213 mm breit 285 mm hoch 187 mm breit 253 mm hoch
Druckverfahren	Rollenoffset	Bogenoffset (Umschlag) Rollenoffset (Inhalt)
Digitale Druckvorlagen	<p>Es können geschlossene Dateien in Form von PDF/X-3 ISO 15930-3: 2002 (PDF 1.3) ISO 15930-6: 2003 (PDF 1.4) oder PDF/X-1a ISO 15930-1a: 2001 (PDF 1.3) ISO 15930-6: 2003 (PDF 1.4) verarbeitet werden.</p> <p>Die entsprechenden ICC-Profile und Distiller Settings sind im Verlag abzufragen.</p> <p>Es können offene Dokumente folgender Programme verarbeitet werden: QuarkXPress, Adobe Photoshop, FreeHand, Adobe Illustrator, Adobe InDesign.</p> <p>Bei Bildformaten bitte das Quellprofil des verwendeten Farbraumes mit einbetten.</p> <p>Es müssen alle verwendeten Schriften und Bilder/Logos mitgeliefert werden.</p> <p>PC-Dateien bitte nur als TIFF, JPG oder EPS (alle Schriften in Pfade konvertiert).</p>	Farbmanagement Es können das Standard-Rollenoffset-Profil der ECI verwendet werden (ISOcoated.icc, erhältlich unter www.eci.org) oder das entsprechende ICC-Profil des Objekts (vom Verlag abzufragen).
Datenträger	CD-ROM (ISO 9660), DVD, weitere Datenträger auf Anfrage	Allgemein Zur Kontrolle wird ein farbverbindliches Proof von den gelieferten Daten benötigt, da ansonsten keine Verantwortung für den Ausfall der Anzeige übernommen werden kann. Das Proof muss einen Prüfkeil (FOGRA-CMYK-Medienkeil) und einen Hinweis zur verwendeten Anpassung enthalten. Ist ein farbverbindliches Proof nicht möglich, muss zumindest die Möglichkeit zur Prüfung der sachlichen Richtigkeit gegeben werden (Laserdruck oder Ähnliches).
Datenaufbau/Auflösung	Mitgelieferte Daten sollten im Vierfarb-CMYK-Modus sein. Bilddaten sollten eine Auflösung von 120 L/cm bzw. 304,8 dpi haben.	Informationen auch unter www.pz-online.de
DFÜ/ISDN/ftp	auf Anfrage	

Beilagen

Beilagen sind der Zeitschrift lose beigefügte Drucksachen.

Preis pro 1.000

	ohne Abo-Auflage	in der Abo-Auflage
bis 25 g	€ 75,-	€ 94,-
26 bis 30 g	€ 80,-	€ 105,-
31 bis 35 g	€ 85,-	€ 116,-
36 bis 40 g	€ 90,-	€ 127,-
41 bis 45 g	€ 95,-	€ 138,-
46 bis 50 g	€ 100,-	€ 149,-

weitere auf Anfrage jeweils zuzüglich Mehrwertsteuer

Format

Mindestens 10,5 x 14,8 cm,
höchstens 19,5 x 26,5 cm.

Mindestauflage

30.000 Exemplare

Umfang

Bis zu 8 Seiten, größere Umfänge nur auf Anfrage.
Die Vorlage eines verbindlichen Musters
ist Bedingung für die Auftragsannahme.

Auftrags-Annahmeschluss und Rücktrittstermin

zum Anzeigenschluss-Termin

Belegungsmöglichkeiten

Gesamt- oder Teilaufgabe. Die Belegung ausgewählter Teilgebiete ist nach Absprache mit dem Verlag möglich. Die zu belegende Auflage unterliegt Schwankungen, deshalb muss die tatsächlich benötigte Beilagenmenge vor Fertigung der Beilagen abgestimmt werden. Konkurrenzausschluss für Beilagen kann nicht eingeräumt werden.

Anlieferung

An die in der Auftragsbestätigung genannte Anschrift mit dem Vermerk:
„Beilagen in ZUHAUSE WOHNEN bzw. SELBER MACHEN Heft-Nr. ... vom ...“.

Oversize-Beilage („Winker“)

In der Stammausgabe wird ein aufmerksamkeitsstarker „Winker“ beigelegt. Vorder und Rückseite des „Winkers“ stehen Inserenten exklusiv für ihre Kommunikation zur Verfügung. Das Format ist 16,4 x 30,8 cm. Die aus dem Heft herausragenden 3 cm gestaltet die Redaktion. Details und Verfügbarkeit auf Anfrage. **Preis:** ZUHAUSE WOHNEN € 25.000,-, SELBER MACHEN € 21.500,- (zzgl. MwSt.)

Beihefter

Beihefter sind fest in die Zeitschrift eingehaftete Drucksachen/Prospekte eines Werbungtreibenden. Sie müssen verarbeitungsfertig vom Auftraggeber zur Verfügung gestellt werden.

Preis pro 1.000

	ohne Abo-Auflage	in der Abo-Auflage
bis 4 Seiten	€ 85,-	€ 104,-
bis 8 Seiten	€ 90,-	€ 115,-
bis 12 Seiten	€ 95,-	€ 126,-
bis 16 Seiten	€ 100,-	€ 137,-

weitere auf Anfrage

Format

Mindestens 1/2 Seite hoch oder quer,
an 2 Außenseiten angeschnitten.

Mindestauflage

30.000 Exemplare

Muster

Die Vorlage eines verbindlichen Musters ist
Bedingung für die Auftragsannahme.

Papierqualität

Entsprechend dem jeweiligen Umfang;
Absprache mit dem Verlag erforderlich.

Auftrags-Annahmeschluss und Rücktrittstermin

zum Anzeigenschluss-Termin

Belegungsmöglichkeiten

Gesamtaufgabe. Die Belegung ausgewählter Teilgebiete ist nach Absprache mit dem Verlag möglich. Die zu belegende Auflage unterliegt Schwankungen, deshalb muss die tatsächlich benötigte Beiheftermenge vor Fertigung der Beihefter abgestimmt werden. Konkurrenzausschluss für Beihefter kann nicht eingeräumt werden.

Anlieferung

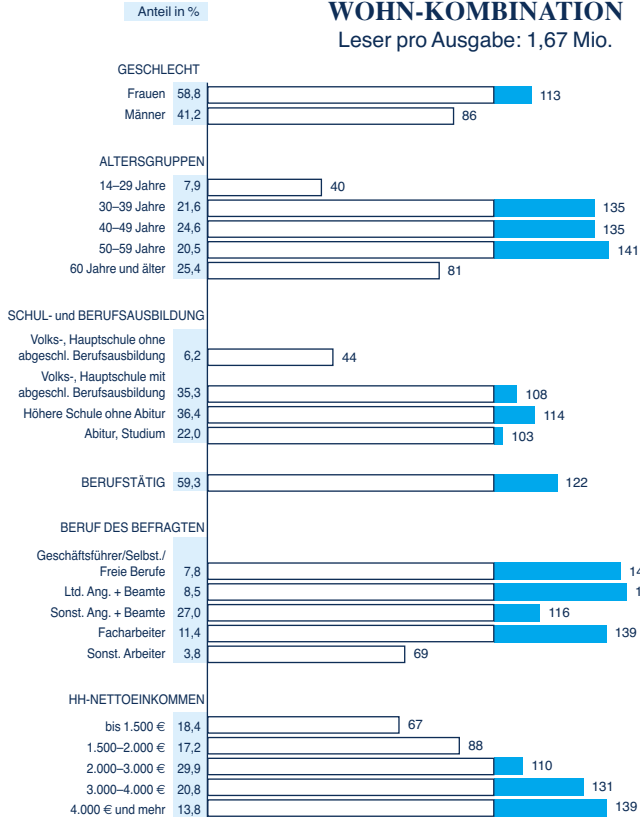
An die in der Auftragsbestätigung genannte Anschrift mit dem Vermerk:
„Beihefter in ZUHAUSE WOHNEN bzw. SELBER MACHEN, Heft-Nr. ... vom ...“.

Postkarten-Beihefter, Anzeigen mit Warenproben, Sonderformate
und weitere Sonderinsertions-Formen auf Anfrage.

8 · Die Leser – und was sie besonders interessiert

WOHN-KOMBINATION

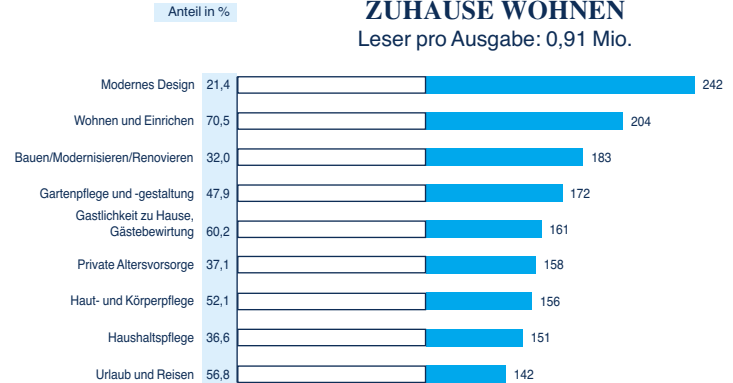
Leser pro Ausgabe: 1,67 Mio.



Struktur-Indices (Basis Gesamtbevölkerung ab 14 Jahre = 100)

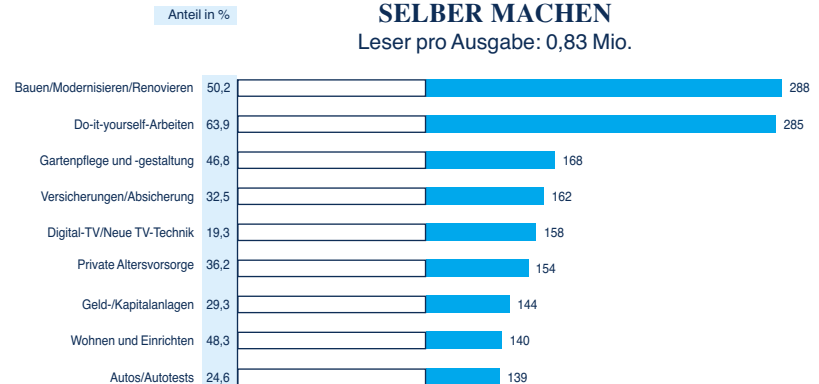
ZUHAUSE WOHNEN

Leser pro Ausgabe: 0,91 Mio.



SELBER MACHEN

Leser pro Ausgabe: 0,83 Mio.



Quelle: AWA 2006

9 · Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen 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) eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Zeitung oder Zeitschrift zum Zweck der Verbreitung.

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

3. Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses um Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten 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. Betr. Textteilanzeigen. Unzutreffend.

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, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

6. 1. Absatz betr. Textteilanzeigen. Unzutreffend. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

7. Der Verlag behält sich ohne Anerkennung einer Prüfungspflicht vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen, insbesondere wenn – deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder – deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der

Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder

– 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.

Soweit der Verlag von seinem Ablehnungsrecht bezüglich von Werbemitteln, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), keinen Gebrauch macht, bedürfen diese 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 wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

8. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen obliegt es dem Auftraggeber, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen im Rahmen der durch die Druckunterlagen und der von der Druckerei eingesetzten Technik gegebenen Möglichkeiten.

9. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels.

10. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige dem 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.

Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder der 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. 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.

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.

11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.

12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

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 Ausführung 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 Abschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne

Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Der Verlag liefert 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 Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

16a. Aus einer Auflagenminderung 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 Insertionsjahres die zugesicherte Auflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie

bei einer zugesicherten Auflage bis zu 50.000 Exemplaren mindestens 20 v.H., bei einer zugesicherten Auflage bis zu 100.000 Exemplaren mindestens 15 v.H., bei einer zugesicherten Auflage bis zu 500.000 Exemplaren mindestens 10 v.H., bei einer zugesicherten Auflage über 500.000 Exemplaren mindestens 5 v.H. beträgt.

Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt. Als zugesicherte Auflage 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 Auflagenminderungen für Titel, die heftbezogene Auflagenangaben enthalten)
Abweichend von Nummer 16a berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagenangaben enthalten, nur dann zu einer Preiserminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (zugesicherte Auflage) von bis zu 500.000 Exemplaren 10 v. H. und bei einer Auflage (zugesicherte Auflage) von über 500.000 Exemplaren 5 v. H. überschreitet. Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt.
Die der Zusage zugrundeliegende 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 Zusage 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 Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde.

Die mögliche Auflagenminderung errechnet sich als Saldo der Auflagenüber- und Auflagenunterschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Insertionsjahres. Ein Anspruch auf Rückvergütung ist innerhalb eines halben Jahres nach Ablauf des Insertionsjahres geltend zu machen. Die Rückvergütung erfolgt auf Basis des Kundennettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalgutsschrift oder wenn dies nicht mehr möglich ist als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2.500 Euro beträgt.

17. Betr. Ziffernanzeigen. Unzutreffend.

18. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.

Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des 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.

19. Die Werbungsmitler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit dem Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten.

20. Preis-/Rabattänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind gegenüber Unternehmern wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt werden. In diesem Falle steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

21. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht.

Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis

mus innerhalb der ersten Hälfte des Abschlusszeitraumes 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 Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelieferten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen oder aufgrund presserechtlicher Vorschriften 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, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.

23. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder 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 zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

Auflagenminderungen aus Gründen von Satz 1 bleiben im Rahmen von Ziffer 16 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen unberücksichtigt.

Stand: Januar 2006

Verlagsbüros:

Büro Hamburg

Poßmoorweg 2
22301 Hamburg
Telefon (040) 27 17-25 95
Telefax (040) 27 17-25 20
e-mail: vb-hamburg@jalag.de

Büro Hannover + Berlin

Sodenstraße 2
30161 Hannover
Telefon (0511) 85 61 42-0
Telefax (0511) 85 61 42-19
e-mail: vb-hannover@jalag.de

Büro Düsseldorf

Humboldtstraße 18
40237 Düsseldorf
Telefon (0211) 90 19 00
Telefax (0211) 90 19 019
e-mail: vb-duesseldorf@jalag.de

Büro Frankfurt

Adalbertstraße 8
60486 Frankfurt/Main
Telefon (069) 97 06 11-0
Telefax (069) 97 06 11-44
e-mail: vb-frankfurt@jalag.de

Büro Stuttgart

Mörikestraße 67
70199 Stuttgart
Telefon (0711) 9 66 66-520
Telefax (0711) 9 66 66-522
e-mail: vb-stuttgart@jalag.de

Büro München

Grillparzerstraße 12
81675 München
Telefon (089) 99 73 89-30
Telefax (089) 99 73 89-44
e-mail: vb-muenchen@jalag.de

Auslandsvertretungen:

Frankreich

International Magazine Company
26, Avenue Victor Hugo
F-75116 Paris
Telefon (01) 53 64 88 90/91
Telefax (01) 45 00 25 81
e-mail: imc@international.fr

Großbritannien

The Powers Turner Group Ltd.
Gordon House
Greencoat Place
GB-London SW1P 1PH
Telefon (0) 20 75 92 83 06
Telefax (0) 20 75 92 83 01
e-mail: emathias@publicitas.com

Österreich

Publimedia Internationale
Verlagsvertretungen GmbH
Nordbahnstrasse 36/2
A-1020 Wien
Telefon (01) 21 15 30
Telefax (01) 212 16 02
e-mail: akuefstein@publicitas.com

Schweiz

Intermag
International Magazine
Representations
Hochbergerstrasse 15
CH-4057 Basel
Telefon (061) 275 46 09
Telefax (061) 275 46 10
e-mail: info@intermag.ch

Italien

Media & Service
International Srl
Piazza Wagner, 5
I-20145 Milano
Telefon (02) 48 00 61 93
Telefax (02) 48 19 32 74
e-mail: info@it-mediaservice.com

Spanien

Alcalá Media
International Media
Representation
C/. Pedrezuela, 3 (Pl. Baja Dcha.)
E-28017 Madrid
Telefon (91) 326 91 06
Telefax (91) 326 91 07
e-mail: alcalamedia@retemail.es

USA

THE RUSSELL Group, Ltd.
152 Madison Avenue, Suite 906
New York, NY 10016
Telefon (212) 213 11 55
Telefax (212) 213 11 60
e-mail: info@russellgroup ltd.com

Dänemark

siehe Büro Hamburg

Niederlande

siehe Büro Düsseldorf

Luxemburg

siehe Büro Frankfurt

Belgien

siehe Frankreich