

# Media-Information

2014



Pricelist No. 12 01.01.2014



The first Bio-Fachmagazin since 1994

## Topicalities



- bioPress readers come from more than 25 distribution channels (list on page 4). Three quarters of the consumers buy organic products, 84 percent of them in the conventional supermarket.
- Traders/merchants within independent retailers expand their assortments: Much freshness und major range of products. And organic traders want additional biodiversity onto the market.
- 2,000 and more organic products and at the supermarket ensure fewer gaps within organic offers in areas without organic food shops.
- bioPress uses networking for importers, producers, whole salers and tradespeople.
- bioPress offers the printed and the electronic magazine, the WEB-site as well as the databank [www.biovollsortiment.de](http://www.biovollsortiment.de).

## Brief concept

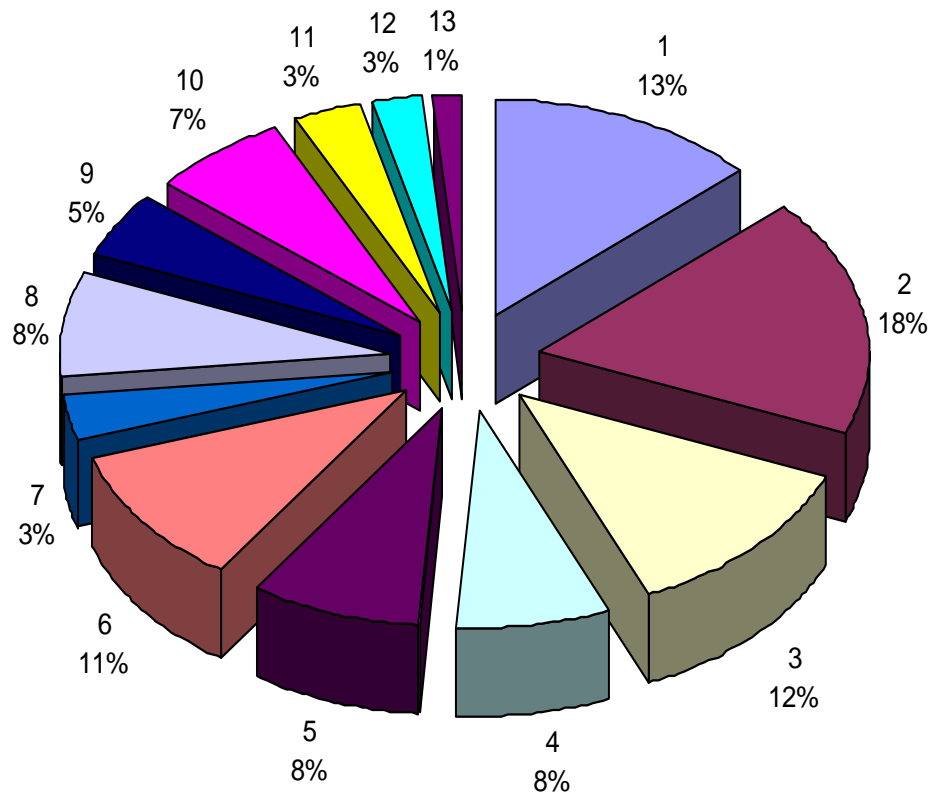


- What you can expect: Authentic and innovative bioPress-reports concerning trade, producers and the market.
- Modern, bio-affine traders are looking for diversity within the complete organic assortment – for where organics is offered is a turnover increase.
- Merchants orient themselves by the commodity groups of bioPress that delineate wide and ground gaining assortment overviews.
- Media partners are active at this point in advertising dynamically and successfully in the printed bioPress-Magazine and the electronic as well. Our Newsletter reaches 15,600 contacts.
- Your technical information are also welcomed at bioPress editorial department.

## Editorial calendar 2014/2015

issues bioPress®	79 / April 2014	80 / July 2014	81 / October 2014	82/January 2015
Editorial final date::	22. Feb 14	30. Apr 14	08. Aug 14	08. Nov 14
Final date for advertisement	01. Mrz 14	12.06.2014	15. Aug 14	31. Dez 14
Trade	istas, Köln; Kircher, Alzenau	tegut...; N.N.	N.N.; N.N.	N.N.; N.N.
	Wholesaler: Vegan Products	Wholesaler: Distribution of Baked Goods	Wholesaler N.N.	Wholesaler N.N.
Market		Organic Meat Supply in Retail	Organic Bread Supply in Retail	N.N.
Marketing	BBQ Season	Olive Oil : top25 Best of bioPress	N.N.	N.N.
Country Reports	Spain / Honduras	Spices from Sansibar	N.N.	N.N.
Fair	Follow-up Reports: Biofach + Veggie-World + FruitLogistica	BioNord / BioSüd	ISM	BioWest / BioOst
	BioWest / BioOst		Fruit Logistica Biofach	
Sustainability	N.N.	N.N.	N.N.	N.N.
Producers	KFF; Stoll/Vervene	Wertform	Databanc Alfred Galke	N.N.
<b>Assortments:</b>				
Dry food Product Line	Vegan	Vegan Supplements	Cookies / Baked Goods Vegan Confectionary + Cakes	Soups, Sauces, Rice, Pasta
Frozen Food		Frozen Food - Fast Cooking		Convenience Food
Delicious Food	Delicatessen at the Biofach	Spices / Salt	Canned Fish, Salmon, Trout, Herring	Oil + Vinegar
Dairy				Cheese in Selfservice
Meat		Meat (see also Market)	Poultry	Sausage
Drinks	Green Tea	Juices Smoothies	Punch Tea	Lemonades at the BioFach
Fruit + Vegetables		Mushrooms	Raw Superfood / Nuts	
Topics			<b>20 Years bioPress</b>	<b>New Products at the BioFach</b>

# Distribution diagram issue 80 Juli 2014



1. 2'600 independent retailers 400 - 799 sq. ft.
2. 3'500 independent retailers 800 - 5,000 sq. ft.
3. 2'400 wholefood stores / organic grocers
4. 1'490 subscribers
5. 1.600 producers and wholesalers
6. 2.100 leaders of the professional sector food
7. 650 wholesalers for catering and drugstores
8. 1.500 master addresses (editorial selected contacts)
9. 1'000 health food stores
10. 1'300 delicatessens
11. 650 baker's shops
12. 500 butcher's shops
13. 250 Parcel delivery to companies

19'540

(The publishing has at disposal considerably more adress-data (above 48,000) so that always a new choice can be made.)

# Price list and formats 2014

for prices in € the decimal point means point and point means decimal point

formats			ad formats (width x depth in mm)			per color
	b/w - price €	price 4 c	type	type area	cropping dimension	
front page		5.900 €	wide		213 x 303	inclusiv
cover page		5.200 €	wide		213 x 303	
U2/U3 cover page		4.375 €	wide		213 x 303	
1/1 page	2.945 €	3.995 €	wide	171 x 242		350 €
cropping	3.240 €	4.290 €	wide		213 x 303	
1/2 page	1.725 €	2.250 €	deep wide	171 x 118 83 x 242		175 €
cropping	1.895 €	2.420 €	deep wide		213 x 151 104 x 303	
1/3 page	1.255 €	1.600 €	wide deep	53 x 242 171 x 75		115 €
cropping	1.450 €	1.795 €	wide deep		74 x 303 213 x 105	
1/4 page	995 €	1.256 €	wide deep	83 x 118 39 x 242 171 x 56		87 €
cropping	1.220 €	1.481 €	wide		60 x 303	
1/6 page	710 €	890 €	wide	53 x 118		60 €
1/8 page	590 €	725 €	deep wide	83 x 56 39 x 118		45 €
display format						
1/4 Seite	1.420 €	1.681 €	wide		104 x 148	87 €
1/3 Seite	1.655 €	2.000 €	deep		133 x 148	115 €

## Additional services for mutiple orders

discounts

2 issues = 5 %

3 issues = 8 %

4 issues = 10 %

Special discounts

for instance: early booking or

combined discount

with "Events" or database entry/

WEB-side advertising on request

Early booking discount issue 79/April 2014 until 10. February 2014

Special discounts in respect of direct business without agency commission except for early booking and annual Early Bird Discount.

Cutting allowance 3 mm (1 margin + above and below is included in the ad format;

Important elements of texts and pictures have to show a distance of 5 mm to the bleed trim.

Cropping dimension must necessarily be layouted for the right and the left side (possibly 2 Files).

Furthermore there will be charged for 4c-ads three colours additionally to the basic price (black/white)

Fixed special positions cost 10% surcharge.

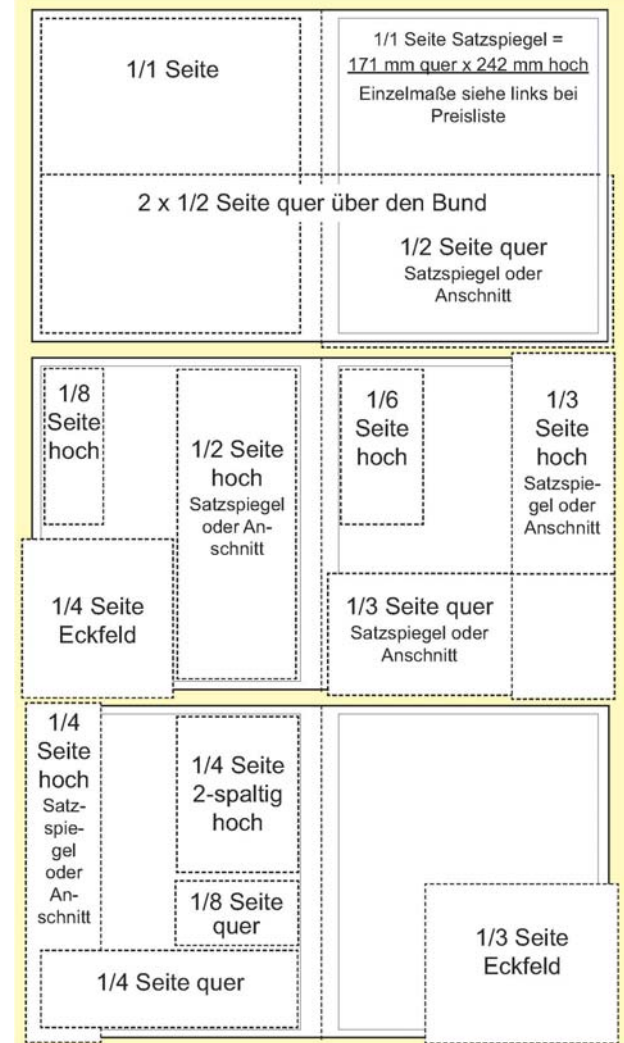
## Prices for filed in information and inserts on request.

All prices plus VAT, or please state your VAT number.

The prices are valid from 1st of January 2014.

The general terms and business conditions are applied by bioPress-publishing.

Payment in advance is required if your firm is outside of Germany.



# Delivery of data values for page layout

## Delivery of data:

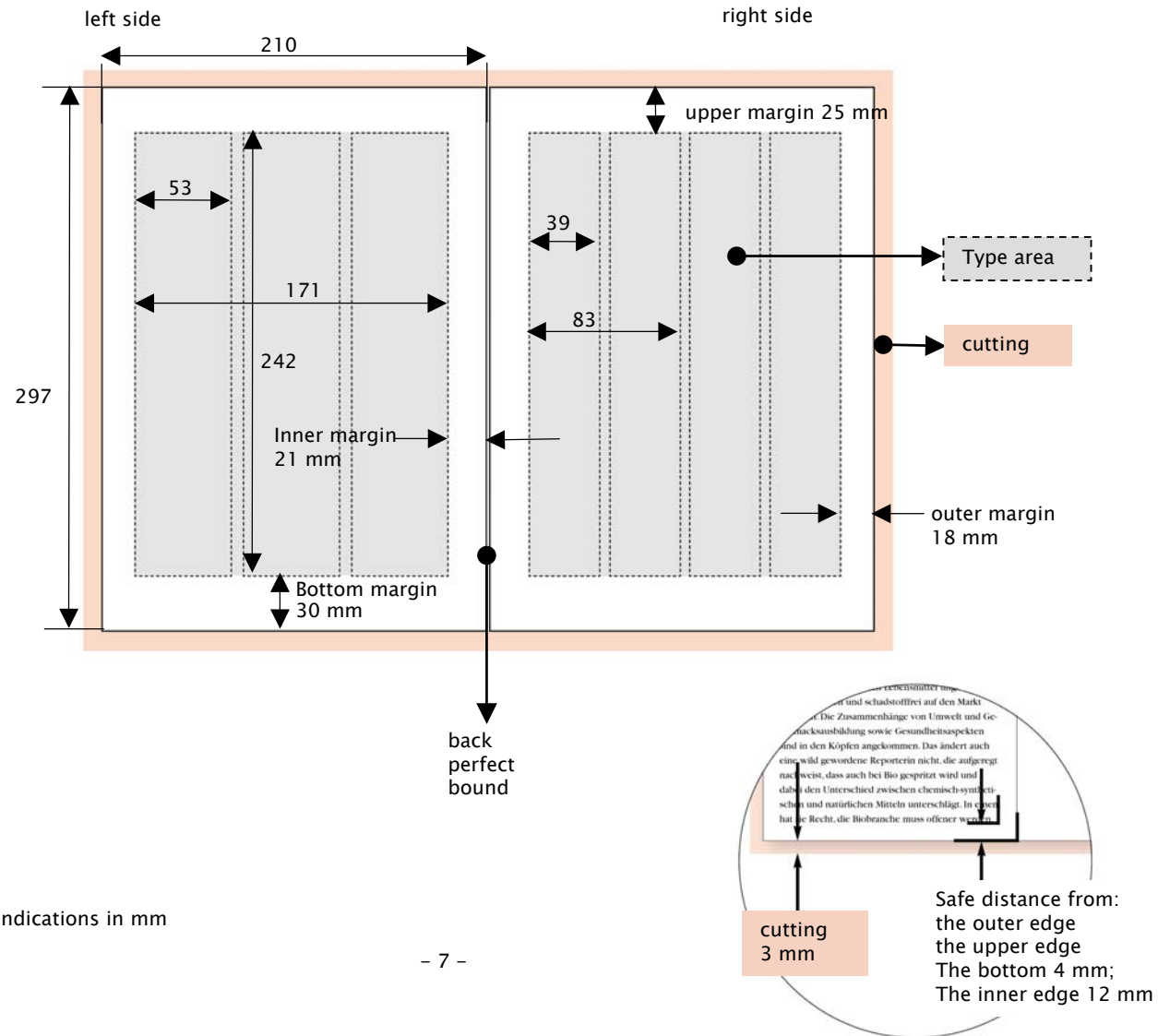
color space: CMYK

file formats:

- TIF, JPG
- PDF (Industry-standard PDF/X3, PDF-version 1.3)
- fonts embedded or converted to paths)

Larger files, please, supply on CD, otherwise per E-Mail. In case of electronic data transmission we need a color copy. (fax: 0049 06226 40047). Should color fastness be requested, we need a proof with color bar.

In case the print materials are requested to be prepared by the publisher it will be charged at cost price, however at least 30.00 €. If problems arise caused by the templates, that require rework by the publisher or the printer payment by the hour is charged.



### Special discounts

- 5% Quick-booking discount in case of booking within 3 days after submitting an offer.
- 5% discount Fair Notice – Your ad contains the Fair booth number.
- 5% Cross-Media-discount in case You make use of the databank [www.biovollsortiment.de](http://www.biovollsortiment.de).
- Beginning with 2 x ¼ page ads we put Your WEB-Banner on our bioPress WEBSITE for 2 times three months free of charge on the pages after the welcome page of [www.biopress.de](http://www.biopress.de) (up to 16,900 visits per month, Annual average approx. 13, to 15,000). The banner refers to an information of your company on the bioPress WEB site.
- Terms and conditions for advertisements or other promotional material in the magazine bioPress bioPress-Verlag KG (KG since 1.1.2013) see also: [www.biopress.de](http://www.biopress.de) Media Daten

Sale department to take out a suscription  
+49 (0)62 26 95 11-12  
[buero2@biopress.de](mailto:buero2@biopress.de)

Advertising sale department  
Lisbania Perez  
[li@biopress.de](mailto:li@biopress.de)

Starting out from [www.biopress.de](http://www.biopress.de) Your banner get linked to Your WEB-Site (prices on request)

issue	Month of Publication	Final Date for Advertisements	Final Date for Printing Materials	Editorial Final Date
No. 80	July 2014	12. June 2014	14. June 2014	30. April 2014
No. 81	Oct. 2014	15. Aug. 2014	22. Aug. 2014	8. Aug. 2014
No. 82	Jan. 2015	31. Dez. 2014	5. Jan. 2015	8. Nov. 2014
Nr. 83	April 2015	2. March 2015	9. March 2015	23. Febr. 2015

*5 % Early booking discount until 30.4.2014. The prices are valid from 1st of January 2014.*

**Marita Sentz**  
Business management,  
Managing Director- & Advertising Manager  
+49 (0)62 26 95 11-17 +11  
[ms@biopress.de](mailto:ms@biopress.de)



Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen oder andere Werbemittel im bioPress Magazin des bioPress-Verlags, Marita Sentz e.K.

**Ziffer 1** "Anzeigenauftrag" im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) im bioPress Magazin zum Zweck der Verbreitung.

**Ziffer 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.

**Ziffer 3** Rabattregelungen gelten grundsätzlich ab dem Moment der Auftragserteilung bzw. -erweiterung. 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. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend keinen Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass. Rabattregelungen gelten grundsätzlich ab dem Moment der Auftragserteilung bzw. -erweiterung.

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

**Ziffer 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.

**Ziffer 6** Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten 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.

**Ziffer 7** Der Verlag behält sich vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen, wenn – deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder – deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder – deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist – 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 wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

**Ziffer 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 ist der Auftraggeber verpflichtet, 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 oder anderen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.

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

**Ziffer 10** Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn – diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des 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 gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages.

Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden. Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei 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 Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

**Ziffer 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 Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

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

**Ziffer 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.

**Ziffer 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 Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

**Ziffer 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.

**Ziffer 16 a** Aus einer Auflagenminderung 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 Garantief Auflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie bei einer Garantief Auflage bis zu 50 000 Exemplaren mindestens 20 v. H. beträgt. Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt. Als Garantief Auflage gilt die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche 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.

**Ziffer 16 b** (Sondervorschrift bei Auflagenminderungen für Titel, die heftbezogene Auflagen veröffentlichen) Abweichend von Nummer 16a berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagen veröffentlichen, nur dann zu einer Preisminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (Garantief Auflage) von bis zu 500 000 Exemplaren 10 v.H. überschreitet. Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt. Die der Garantie 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 Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengenstaffel und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisminderung 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. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalgutschrift oder wenn dies nicht mehr möglich ist als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2.500 Euro beträgt.

**Ziffer 17** Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Expressbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen 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 500 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.

**Ziffer 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.

**Ziffer 19** Die Werbemittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten.

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

**Ziffer 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 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.

**Ziffer 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 zugelierten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, 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.

**Ziffer 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, derer 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 zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

14.März 2006