



Preisliste Nr. 12 gültig ab 01.1.2014



Das erste Bio-Fachmagazin seit 1994

## Aktuelles



- bioPress-Leser kommen aus über 25 Vertriebswegen (Aufstellung Seite 4). Drei Viertel der Konsumenten kaufen Bio! 84 Prozent davon im Supermarkt.
- Kaufleute erweitern ihre Sortimente: Viel Frische und größere Auswahl. Und Bio-Händler wollen größere Vielfalt im Markt.
- 2.000 Bio-Produkte und mehr im Supermarkt sorgen für weniger Lücken im Bio-Angebot auch in Gebieten ohne Naturkostfachgeschäfte.
- bioPress vernetzt Importeure, Hersteller, Großhandel, Kaufleute, Lebensmittelhandwerk u.v.m.
- bioPress bietet Print-Ausgabe, elektronisches Magazin (WebPages) und Website-Infos sowie die Datenbank [www.biovollsortiment.de](http://www.biovollsortiment.de).

## Kurzkonzept

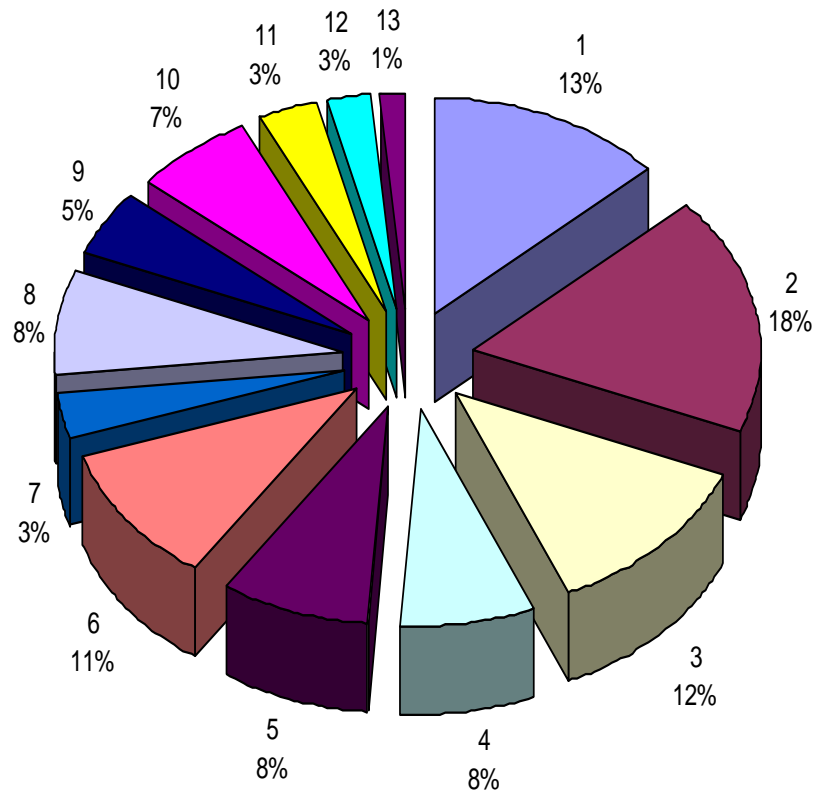


- Das dürfen Sie erwarten: Authentische und innovative bioPress-Berichte aus dem Handel, über Hersteller und den Rohstoff-Markt.
- Moderne, bio-affine Kaufleute suchen Vielfalt im Bio-Vollsortiment – denn wo Bio angeboten wird, steigt der Umsatz.
- Kaufleute orientieren sich an den bioPress Warengruppen, die breite und tiefe Sortimentsübersichten beschreiben.
- Medienpartner werben im bioPress-Magazin und auf der -Website dynamisch u. erfolgreich. Unser Newsletter erreicht 15.600 Kontakte.
- Ihre Fachinformationen finden Aufmerksamkeit in der bioPress-Redaktion. Schicken Sie Ihre Informationen an [redaktion@biopress.de](mailto:redaktion@biopress.de)

# Themenplan 2014/2015

Ausgaben bioPress®	79 / April 2014	80 / Juli 2014	81 / Oktober 2014	82/Januar 2015
Redaktionsschluss:	22. Feb 14	30. Apr 14	08. Aug 14	08. Nov 14
Anzeigenschluss:	01. Mrz 14	12.06.2014	15. Aug 14	31. Dez 14
Handel	istas, Köln; Kircher, Alzenau	tegut...; N.N.	N.N.; N.N.	N.N.; N.N.
	GH Vegane Produkte	GH Backwarenvertrieb	GH N.N.	GH N.N.
Markt		Bio-Fleisch-Angebote im EH	Bio-Brot-Angebote im EH	N.N.
Marketing	Grillsaison	Olivenöl: top25 Best of bioPress	N.N.	N.N.
Länder-Report	Spanien / Honduras	Gewürze aus Sansibar	N.N.	N.N.
Messe	Nachberichte: Biofach + Veggie-World + FruitLogistica	BioNord / BioSüd	ISM Fruit Logistica Biofach	BioWest / BioOst
	BioWest / BioOst			
Nachhaltigkeit	N.N.	N.N.	N.N.	N.N.
Hersteller	KFF; Stoll/Vervene	N.N.	N.N.	N.N.
<b>Sortimente:</b>				
Trockensortiment	Gewürze Vegan	Kekse vegane Nahrungsergänzung	Backwaren vegane Süßwaren + Gebäcke	Suppen, Soßen Reis, Nudeln
TK		TK-Schnelle Küche		Fertiggerichte
Feinkost	Feinkost auf der Biofach	Salz	Fischkonserven, Lachs, Forelle, Hering,	Öle + Essige
Mopro	Mozzarella			SB-Käse
Fleisch		Fleisch (siehe auch Markt)	Geflügel	Wurst
Getränke	Länderkaffee Grüntee	Säfte Smoothies	Punsch Tee	Limonaden auf der BioFach
O+G		Pilze	Nüsse	
Themen		<b>20 Jahre bioPress</b>	Aromen	<b>neue Produkte auf der BioFach</b>

# Verteiler Ausgabe 80 Juli 2014



1. 2600 selbstst. Lebensmitteleinzelhändler, < 800qm
2. 3500 selbstst. Lebensmitteleinzelhändler, 800 bis 5.000qm
3. 2400 Naturkostfachgeschäfte
4. 1490 Abonnenten
5. 1600 Herstellerfirmen, Erzeugergemeinschaften, Großhändler
6. 2100 Entscheider in Lebensmittelzentralen und Großhandel
7. 650 Großhändler GV + Drogeriehandel
8. 1500 bioPress Stammdaten (Verlagskontakte)
9. 1000 Reformhäuser
10. 1300 Feinkostgeschäfte
11. 650 Bäcker mit Bio-Sortiment
12. 500 Metzger
13. 250 Paket-Versand direkt an Firmen

19540

# Preise und Formate 2014

Formate				Anzeigenformate (Breite x Höhe in mm)		Preis pro Farbe
	s/w - Preis €	4c Farb- preis €	Art	Satzspiegel	Anschnitt inkl. Beschnitt	
U1		5.900 €	hoch		213 x 303	inclusiv
U4		5.200 €	hoch		213 x 303	
U2/U3		4.375 €	hoch		213 x 303	
1/1 Seite Anschnitt	2.945 € 3.240 €	3.995 € 4.290 €	hoch	171 x 242	213 x 303	350 €
1/2 Seite	1.725 €	2.250 €	quer hoch	171 x 118 83 x 242		175 €
1/2 Seite Anschnitt	1.895 €	2.420 €	quer hoch		213 x 151 104 x 303	
1/3 Seite	1.255 €	1.600 €	hoch quer	53 x 242 171 x 75		115 €
1/3 Seite Anschnitt	1.450 €	1.795 €	hoch quer		74 x 303 213 x 105	
1/4 Seite	995 €	1.256 €	hoch quer	83 x 118 39 x 242 171 x 56		87 €
1/4 Seite Anschnitt	1.220 €	1.481 €	hoch		60 x 303	
1/6 Seite	710 €	890 €	hoch	53 x 118		60 €
1/8 Seite	590 €	725 €	quer hoch	83 x 56 39 x 118		45 €
Eckfelder						
1/4 Seite	1.420 €	1.681 €	hoch		104 x 148	87 €
1/3 Seite	1.655 €	2.000 €	quer		133 x 148	115 €

## Zusatzangebote für Mehrfachaufträge Rabatte

2 Ausgaben = 5 %  
3 Ausgaben = 8 %  
4 Ausgaben = 10 %

Frühbucher-Rabatt Ausgabe 79/April 2014  
bis 10.Febr. 2014 = 5 %

Sonderrabatte z.B. Kombi-Rabatt mit „Events“ oder mit Datenbankeintrag/ Webseiten-Werbung auf Anfrage. Für Agenturen sind diese Sonderrabatte ausgeschlossen (ausgenommen Frühbucher + Jahresfrühbucherrabatte).

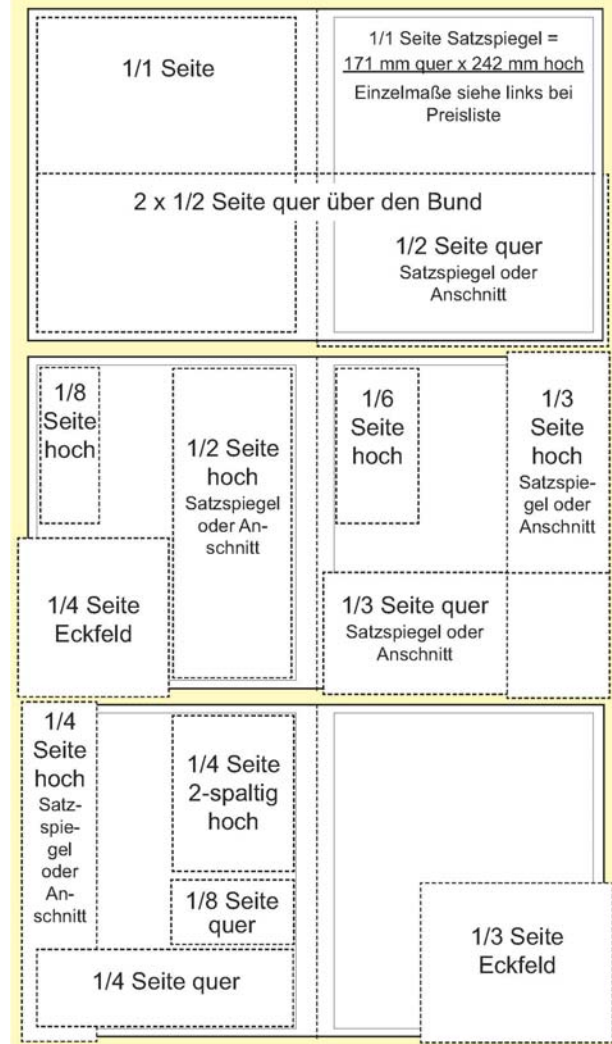
Beschnittzugabe 3 mm (1 Seitenrand + oben und unten im Anzeigenformat enthalten); Bei Text und Bild müssen/sollen unbescheidbare Elemente einen Abstand (ca. 5 mm) zum Beschnitttrand aufweisen. Anschnitt-Anzeigen unbedingt für rechte und linke Seiten anlegen (evtl. 2 Dateien).

Auf den Grundpreis schwarz/weiß werden für 4c-Anzeigen drei Farben zusätzlich berechnet.

Für feste Platzierungsvorschriften berechnen wir 10 % Aufschlag.

**Beilagen** bis 32 g, 195 Euro pro TSD  
**Einhefter** auf Anfrage

Alle Preisangaben zuzüglich 19 % Mehrwertsteuer. Die Preise sind gültig seit 1.1. 2014. Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen des bioPress-Verlags.



# Anlieferung der Daten alle Satzspiegel-Maße

## Anlieferung der Daten:

Farbraum: CMYK

Druck:

**Inhalt** Rollenoffset,  
**Umschlag** Bogenoffset

Papier: Igepa Circle (Recymago)

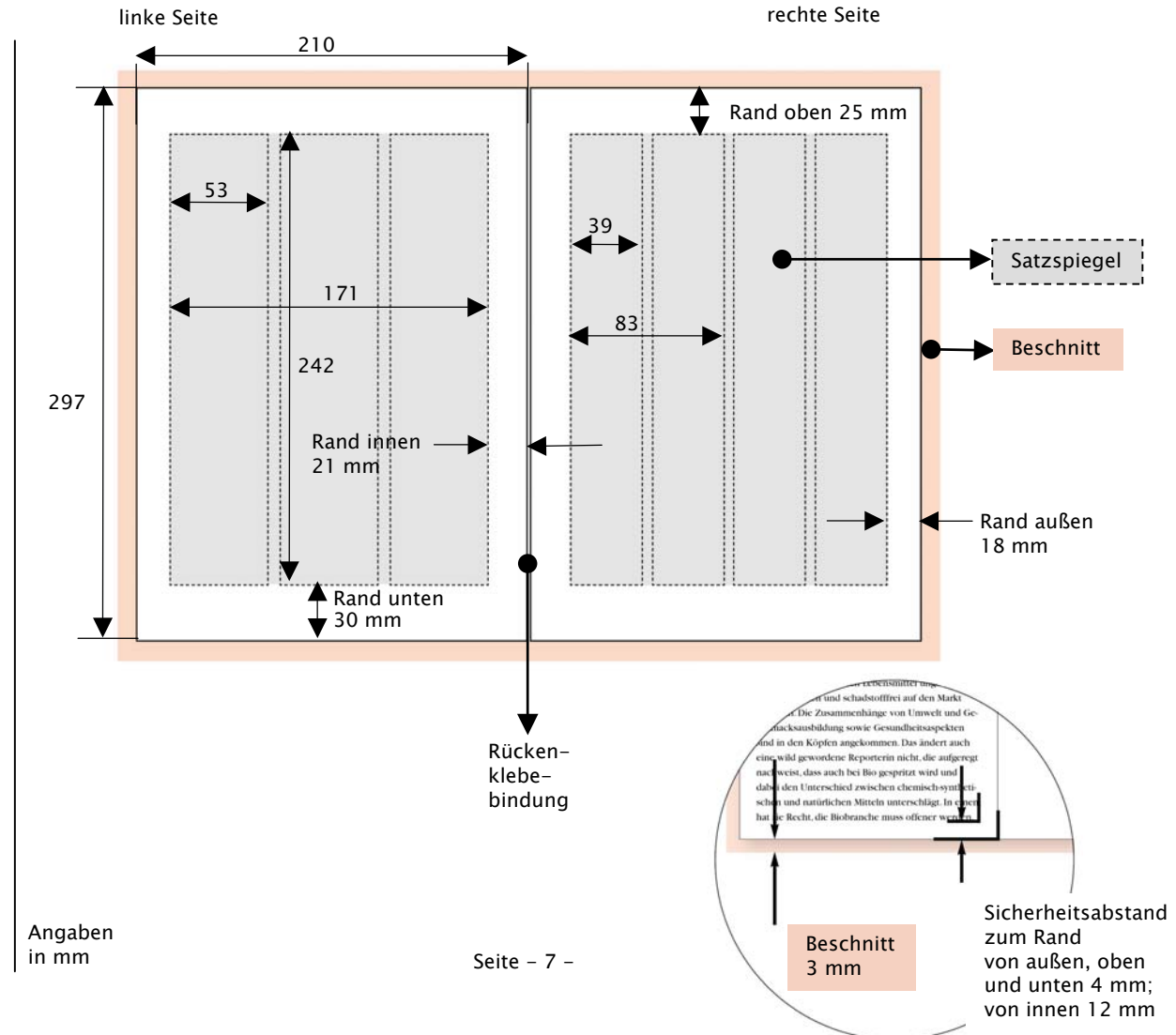
Dateiformate:

- TIF, JPG
- PDF (Industriestandard PDF/X3, PDF-Version 1.3  
 Schriften eingebettet oder in Pfade umgewandelt)

**Achtung:** Für fehlerhafte PDF's wird keine Haftung übernommen.

Daten per E-Mail an layout@biopress.de. Wir benötigen vorab eine Faxkopie (06226 40047). Sollte Farbechtheit verlangt werden, benötigen wir einen Andruck mit **Farbkeil, Profil** „PSA LWC Improved (45L)“.

Bei Erstellung der Druckunterlagen durch den Verlag werden die Selbstkosten, mind. aber 30,00 € berechnet. Treten vorlagenbedingte Probleme auf, die Nacharbeit seitens des Verlages bzw. der Druckerei erfordern, berechnen wir den Zeitaufwand.



# Angebote + Kontakte

## Sonderrabatte

- 5 % Schnellbucher-Rabatt bei Buchungen bis 3 Tage nach Angebot-Abgabe
- 5 % Messe-Hinweis Rabatt - Ihre Anzeige enthält die Messestand-Nummer
- 5% Cross-Media-Rabatt
- Ab 2 x 1/4 Anzeigen verlinken wir auf unserer WEBSITE kostenlos Ihr Banner für zwei Quartale (2 x 3 Mon.) auf den der bioPress-Startseite nachgelagerten Seiten mit einem Text über Ihre Firma ([www.bioPress.de](http://www.bioPress.de): bis zu 16.900 Besuche pro Monat, im Jahresschnitt ca. 13-15.000).
- Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen oder andere Werbemittel im bioPress Magazin des bioPress-Verlags KG (KG seit 1.1.2013) siehe auch: [www.biopress.de](http://www.biopress.de) Media Daten

Von [www.bioPress.de](http://www.bioPress.de) verlinken wir Ihr Banner mit Ihrer WEB-Site( Preise auf Anfrage ).

Ausgabe	Erscheinungs-termin	Anzeigen-schluss	Druckunter-lagen-schluss	Redaktions-schluss
Nr. 80	Juli 2014	12. Juni 2014	14. Juni 2014	30. April 2014
Nr. 81	Okt. 2014	15. Aug. 2014	22. Aug. 2014	8. Aug. 2014
Nr. 82	Jan. 2015	31. Dez. 2014	5. Jan. 2015	8. Nov. 2014
Nr. 83	April 2015	2. März 2015	9. März 2015	23. Febr. 2015

*Für 5 % Frühbucherrabatt bis 30.4.2014. Es gelten die Anzeigenpreise vom 1.1.2014*

## Abovertrieb

+49 (0)62 26 95 11-12  
[buero2@biopress.de](mailto:buero2@biopress.de)

## Anzeigenberatung

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

## Marita Sentz

Geschäftsleitung

bioPress Verlag KG  
Verlagsleitung &  
Anzeigenleitung

+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 Modells 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 anderer 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 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 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 Auftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

**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 Preisermäßigung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantiefolge unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisermäßigung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie bei einer Garantiefolge bis zu 50 000 Exemplaren mindestens 20 v. H. beträgt. Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt. Als Garantiefolge gilt die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisermäßigungsansprüche ausgeschlossen, wenn der 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 Auflagedaten veröffentlichen) Abweichend von Nummer 16a berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagedaten veröffentlichen, nur dann zu einer Preisermäßigung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (Garantiefolge) 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 Preisermäßigung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengentabelle und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisermäßigung 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 Werbungsmitteiler 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 Aufträge 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 zugefertigten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Auftrages 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 Auftrages 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.