

Anzeigenpreisliste

Nr. 31 vom 1. Januar 2013

(Preisänderungen vorbehalten)



Inhaltsverzeichnis

➤ Verlagsangaben	S. 2
➤ Termine 2013	S. 3
➤ Anzeigenpreise	S. 4
➤ Kleinanzeigen/Beschnitte	S. 5
➤ Beilagen	S. 6
➤ Rabatte/Technische Daten	S. 7
➤ Druckunterlagen	S. 8
➤ Leseranalyse	S. 9-11
➤ Geschäftsbedingungen	S. 12-15



Verlagsangaben

- Verlagsangaben S. 2
- Termine 2013 S. 3
- Anzeigenpreise S. 4
- Kleinanzeigen/Beschnitte S. 5
- Beilagen S. 6
- Rabatte/ Technische Daten S. 7
- Druckunterlagen S. 8
- Leseranalyse S. 9-11
- Geschäftsbedingungen S. 12-15

Herausgeber
Verlag
Postanschrift

Leserinitiative Publik e. V.
Publik-Forum Verlagsgesellschaft mbH
Postfach 2010, 61410 Oberursel

Telefon
Fax
E-Mail

Anzeigen 06171 / 7003-25
Anzeigen 06171 / 7003-42
Anzeigen@Publik-Forum.de

Telefon
Fax

06171 / 7003-0
06171 / 7003-40

Bankverbindung

Darlehnskasse Münster
Konto-Nr. 3 640 900,
BLZ 400 602 65

Zahlungsbedingungen

30 Tage nach Rechnungsdatum rein netto

Erscheinungsweise
Erscheinungsort

zweimal pro Monat
Oberursel

Anzeigenschluss

17 Tage vor dem Erscheinungstag

Verbreitete Auflage
Verkaufte Auflage

36 661 Exemplare
36 182 Exemplare
(IVW-Meldung III/2012)



Termine 2013

- Verlagsangaben S. 2
- Termine 2013 S. 3
- Anzeigenpreise S. 4
- Kleinanzeigen/Beschnitte S. 5
- Beilagen S. 6
- Rabatte/ Technische Daten S. 7
- Druckunterlagen S. 8
- Leseranlyse S.9-11
- Geschäftsbedingungen S. 12-15

NR	Anzeigen- schluss	Anlieferung Beilage	Erschein.	NR
1	Dienstag 18.12.12	Montag 31.12.12	Freitag 11.01.	1
2	Dienstag 08.01.	Dienstag 15.01.	Freitag 25.01.	2
3	Dienstag 22.01	Dienstag 29.01.	Freitag 08.02.	3
4	Dienstag 05.02	Dienstag 12.02.	Freitag 22.02.	4
5	Dienstag 19.02	Dienstag 26.02.	Freitag 08.03.	5
6	Dienstag 05.03.	Dienstag 12.03.	Freitag 22.03.	6
7	Dienstag 25.03.	Montag 02.04.	Freitag 12.04.	7
8	Montag 09.04.	Dienstag 16.04.	Freitag 26.04.	8
9	Dienstag 13.04.	Montag 07.05.	Freitag 17.05.	9
10	Montag 14.05.	Dienstag 21.05.	Freitag 31.05.	10
11	Dienstag 28.05.	Dienstag 04.06.	Freitag 14.06.	11
12	Dienstag 11.06.	Dienstag 18.06.	Freitag 28.06.	12
13	Dienstag 25.06.	Dienstag 02.07.	Freitag 12.07.	13
14	Dienstag 09.07.	Dienstag 16.07.	Freitag 26.07.	14
15	Dienstag 30.07.	Dienstag 06.08.	Freitag 16.08.	15
16	Dienstag 13.08.	Dienstag 20.08.	Freitag 30.08.	16
17	Dienstag 27.08.	Dienstag 03.09.	Freitag 13.09.	17
18	Dienstag 10.09.	Dienstag 17.09.	Freitag 27.09.	18
19	Montag 24.09.	Montag 01.10.	Freitag 11.10.	19
20	Dienstag 08.10.	Dienstag 15.10.	Freitag 25.10.	20
21	Dienstag 22.10.	Dienstag 29.10.	Freitag 08.11.	21
22	Dienstag 05.11.	Dienstag 12.11.	Freitag 22.11.	22
23	Dienstag 19.11.	Dienstag 26.11.	Freitag 06.12.	23
24	Dienstag 03.12.	Dienstag 10.12.	Freitag 20.12.	24
1	Dienstag 17.12.	Montag 07.01.14	Freitag 17.01.14	1
2	Dienstag 14.01.14	Dienstag 21.01.14	Freitag 31.01.14	2



Anzeigenpreisliste

- Verlagsangaben S. 2
- Termine 2013 S. 3
- Anzeigenpreise S. 4
- Kleinanzeigen/Beschnitte S. 5
- Beilagen S. 6
- Rabatte/ Technische Daten S. 7
- Druckunterlagen S. 8
- Leseranlyse S. 9-11
- Geschäftsbedingungen S. 12-15

s/w	2 681,00 €		
4c	3 888,00 €		

1/1 Seite = 190 x 274 mm

s/w	1 835,00 €	s/w	939,00 €
4c	2 655,00 €	4c	1 363,00 €

2/3 Seite hoch = 125 x 274 mm

1/3 Seite hoch = 60 x 274 mm

s/w	705,00 €		
4c	1 020,00 €		
s/w	1 351,00 €		
4c	1 957,00 €		

1/4 Seite quer = 190 x 66 mm

1/2 Seite quer = 190 x 135 mm

s/w	475,00 €	s/w	475,00 €
4c	690,00 €	4c	690,00 €
		s/w	239,00 €
		4c	346,00 €
s/w	939,00 €		
4c	1 363,00 €		

1/3 Seite quer = 190 x 90mm

1/6 Seite hoch = 60 x 135 mm

1/6 Seite quer = 125 x 66 mm

1/12 Seite = 60 x 66 mm



Kleinanzeigen/Beschnitte

- Verlagsangaben S. 2
- Termine 2013 S. 3
- Anzeigenpreise S. 4
- **Kleinanzeigen/Beschnitte** S. 5
- Beilagen S. 6
- Rabatte/ Technische Daten S. 7
- Druckunterlagen S. 8
- Leseranalyse S. 9-11
- Geschäftsbedingungen S. 12-15

Anzeigen im Anschnitt:

1/1 Seite:	220 x 300 plus 3 mm Beschnitt in alle Richtungen
2/3 Seite hoch:	142 x 300 plus 3 mm Beschnitt in alle Richtungen
1/2 Seite quer:	220 x 153 plus 3 mm Beschnitt in alle Richtungen
1/3 Seite hoch:	77 x 300 plus 3 mm Beschnitt in alle Richtungen
1/3 Seite quer:	220 x 108 plus 3 mm Beschnitt in alle Richtungen
1/4 Seite quer:	220 x 84 plus 3 mm Beschnitt in alle Richtungen

	s/w	4c
mm preis:	3,70 €	5,36 €

Farbanzeige : Druck nach CMYK (Euro-Skala)

Angeschnittene Anzeigen sind auf Anfrage möglich.

Der Zuschlag beträgt 10 %

Rubrik Kleinanzeigen

Gewerbliche

Kleinanzeigen pro Zeile: **7,35 €**

zuzüglich der gesetzlichen
Mehrwertsteuer

Private

Kleinanzeigen pro Zeile: **3,45 €**

Chiffregebühr: **8,35 €**

Preise bei privaten Kleinanzeigen inklusive der
gesetzlichen Mehrwertsteuer



Beilagen

- Verlagsangaben S. 2
- Termine 2013 S. 3
- Anzeigenpreise S. 4
- Kleinanzeigen/Beschnitte S. 5
- Beilagen S. 6
- Rabatte/ Technische Daten S. 7
- Druckunterlagen S. 8
- Leseranalyse S. 9-11
- Geschäftsbedingungen S. 12-15

Beilagen

Maximalformat 215 x 295 mm, Höchstgewicht 25 Gramm.
Je angefangene tausend Exemplare 142,00 € zuzüglich der Postgebühren. Die Vorlage eines Musters vor Auftragsannahme ist erforderlich.
Die maschinelle Verarbeitung der Beilage ist Voraussetzung.

Beihefter

Pro angefangene tausend Exemplare 142,00 €. Es fallen keine zusätzlichen Postgebühren an. Die postalischen Voraussetzungen zur Verarbeitung als Zeitungsbestandteil müssen gegeben sein.

Beigeklebte Postkarte

auf Anfrage möglich

Versandanschrift für Beilagen und Beihefter

Lieferung frei Druckerei
Dierichs Druck + Media GmbH
Publik-Forum Heft Nr ... /2013
TOR 2, Versand
Herrn Lamsbach, Frau Husen
Frankfurter Str. 168
34121 Kassel



Rabatte

- Verlagsangaben S. 2
- Termine 2013 S. 3
- Anzeigenpreise S. 4
- Kleinanzeigen/Beschnitte S. 5
- Beilagen S. 6
- Rabatte/ Technische Daten S. 7
- Druckunterlagen S. 8
- Leseranlyse S.9-11
- Geschäftsbedingungen S. 12-15

Technische Daten

**Malstaffel für Aufträge
innerhalb von 12 aufeinander-
folgenden Monaten
in einheitlicher Größe**

ab 3 Anzeigen = 5 % Rabatt
ab 6 Anzeigen = 10 % Rabatt
ab 9 Anzeigen = 15 % Rabatt
ab 12 Anzeigen = 20 % Rabatt

**Zeitschriftenformat
Satzspiegel
Spaltenbreiten**

220 x 300 mm
190 x 261 mm
1-spaltig = 60 mm
2-spaltig = 125 mm
3-spaltig = 190 mm

Druckverfahren

CTP Offsetdruck 40er Raster

Grundschrift

LinoLetter



Druckunterlagen

- Verlagsangaben S. 2
- Termine 2013 S. 3
- Anzeigenpreise S. 4
- Kleinanzeigen/Beschnitte S. 5
- Beilagen S. 6
- Rabatte/ Technische Daten S. 7
- Druckunterlagen S. 8
- Leseranalyse S.9-11
- Geschäftsbedingungen S. 12-15

Druckvorlagen

Anzeigen können aufgrund des CTP-Verfahrens nur in Form von Dateien angeliefert werden.

Dateien

abgespeichert für Windows im PDF-Format, EPS-Format, JPG-Format oder TIF-Format.

Für nicht gerasterte Schriftelemente müssen die benutzten Schriftfonds eingebettet sein.

Bilddaten müssen – bezogen auf 100% Abbildungsgröße – mindestens eine Auflösung von 250 dpi aufweisen.

Datei-Anlieferung:

Abgespeichert für Windows,
per E-Mail:
Anzeigen@Publik-Forum.de

Ausdrucke bzw. Andrucke:

bei s/w-Anzeigen: Ausdruck
bei 4c-Anzeigen: Farbproof oder Farbausdruck

Wir behalten uns vor, wenn nötig, Datenkonvertierungsarbeiten zum Selbstkostenpreis in Rechnung zu stellen.



Leseranalyse

➤ Verlagsangaben	S. 2
➤ Termine 2013	S. 3
➤ Anzeigenpreise	S. 4
➤ Kleinanzeigen/Beschnitte	S. 5
➤ Beilagen	S. 6
➤ Rabatte/ Technische Daten	S. 7
➤ Druckunterlagen	S. 8
➤ Leseranalyse	S. 9-11
➤ Geschäftsbedingungen	S. 12-15

Leseranalyse:

»So viel spontane Bereitschaft zu Auskünften haben wir bei Telefon-Umfragen selten erlebt.« Dieses Kompliment der Marktforscher aus Berlin galt Leserinnen und Lesern von Publik-Forum. Im Auftrag unseres Verlags haben die Berliner einen repräsentativen Querschnitt aus den über vierzigtausend Abonnenten des Blattes befragt. Anhand eines mit Verlag und Redaktion erarbeiteten Fragebogens wurden Leserinnen und Leser telefonisch jeweils rund 20 Minuten lang interviewt. Mithilfe dieser »Auserwählten« haben wir unsere Leser jetzt sozusagen durchschaut. Hier die wichtigsten Ergebnisse, die die Experten aus den Auskünften schlussfolgern:

- Zunächst: Was sind das für Menschen, die Publik-Forum lesen? In geballter Sachlichkeit: Altersmäßig verteilen sich die Leser auf zwei große Blöcke: Die 41- bis 60-Jährigen kommen auf 48 Prozent, die über 60-Jährigen auf 41 Prozent. Unter 40 Jahre sind nur insgesamt 11 Prozent. Der Anteil der Frauen beträgt 58 Prozent. Ein Wert, der laut Studie etwas überhöht sein könnte, weil Frauen bei der Umfrage telefonisch leichter erreichbar gewesen seien.
- Etwa ein Drittel der Leser ist evangelisch, knapp 60 Prozent sind katholisch. Rund 13 Prozent wohnen in den neuen Bundesländern. Die Leserschaft ist formal hoch gebildet, 76 Prozent haben einen Hochschulabschluss.
- Die meisten sind oder waren in qualifizierten Berufspositionen und haben ein überdurchschnittlich hohes Einkommen. Genau 44 Prozent der Publik-Forum-Leser sind im Erziehungsbereich zu orten, zu zwei Dritteln davon als Religionslehrer. Pfarrer beider Konfessionen haben zusammen einen Anteil von acht Prozent an der Leserschaft.



Leseranalyse

➤ Verlagsangaben	S. 2
➤ Termine 2013	S. 3
➤ Anzeigenpreise	S. 4
➤ Kleinanzeigen/Beschnitte	S. 5
➤ Beilagen	S. 6
➤ Rabatte/ Technische Daten	S. 7
➤ Druckunterlagen	S. 8
➤ Leseranalyse	S. 9-11
➤ Geschäftsbedingungen	S. 12-15

- Sodann: Ein Drittel der Leser geht mindestens wöchentlich zum Gottesdienst. Der allergrößte Teil besucht Veranstaltungen von Kirchengemeinden. Und: Man ist ehrenamtlich tätig. Mehr als zwei Drittel betätigen sich so. Sehr häufig im kirchlichen Bereich.

- Für Publik-Forum wenden die Leser vergleichsweise viel Zeit auf. Das Blatt wird im Schnitt eine Dreiviertelstunde am Stück gelesen. Dabei kommen auf jeden Abonnenten innerhalb und außerhalb des Haushaltes etwa 2,5 Personen, die die Zeitschrift mitlesen.

- Insgesamt ergibt das über 120 000 Leserinnen und Leser pro Abo-Haushalt. Institutionen, die Publik-Forum beziehen, sind hier gar nicht mitgezählt, weil nicht befragt.

- Neben Publik-Forum werden als Printmedien am meisten genutzt: Die Zeit (61 Prozent), Der Spiegel (54 Prozent) und eine Lokalzeitung (87 Prozent). Die Lektüre von Bistums- und Kirchenzeitungen erreicht einen Anteil von 38 Prozent. Christ in der Gegenwart: 15 Prozent, Zeitzeichen: 10 Prozent. Zwei Drittel der Leser nutzen das Internet.

- Auch über die Einstellungen der Publik-Forum-Nutzer haben die Profis aus Berlin allerhand herausgefiltert: Die Leser vertreten sehr stark liberale und familienorientierte Werte. Sie sprechen sich fast komplett für den Zutritt von Frauen zum Priesteramt aus.

- Sie gestehen jeder Religion ihre eigene Wahrheit zu. Persönliche Glaubenserfahrung ist ihnen hoch bedeutsam. Außerdem legen sie Wert auf christliche Kindererziehung. Diese Einstellungen sind wenig altersabhängig und auch zwischen den Konfessionen nicht markant unterschiedlich.



Leseranalyse

➤ Verlagsangaben	S. 2
➤ Termine 2012	S. 3
➤ Anzeigenpreise	S. 4
➤ Kleinanzeigen/Beschnitte	S. 5
➤ Beilagen	S. 6
➤ Rabatte/ Technische Daten	S. 7
➤ Druckunterlagen	S. 8
➤ Leseranalyse	S. 9-11
➤ Geschäftsbedingungen	S. 12-15

- Blickt man auf die politischen Präferenzen der Leserschaft, so hat grün(!)-rot einen weit höheren Stellenwert als die Unionsparteien. Die übrigen Parteien spielen fast keine Rolle.
- Schreibt die Redaktion an den Lesern vorbei? Dieser Albtraum aller Redakteure löst sich beim Studium der 143-seitigen Leseranalyse fast völlig auf. Unsere Themenschwerpunkte werden jeweils von mindestens zwei Dritteln regelmäßig, von einem Drittel wahlweise »selten« gelesen. Das betrifft die Schwerpunkte »Kirche und kirchliche Vorgänge«, »Theologie«, »Politik und Soziales«, »Spiritualität und gelebter Glaube«. Etwas weniger intensiv werden »Wirtschaft« und »Lebensgeschichten« beachtet. Allerdings: Unter den 14- bis 44-Jährigen finden gerade Porträts und Lebensgeschichten mit 51 Prozent eine überdurchschnittlich hohe Nutzung.
- Warum greifen die Leser zu Publik-Forum? Das Blatt wird, so fanden die Marktforscher heraus, »vor allem aufgrund der kritischen Art der Beiträge und der Einzigartigkeit der präsentierten Themen gelesen«. Es überzeugt durch einen »gefühlten hohen Nutzwert«. Als Folge werden Publik-Forum starke positive Eigenschaften zugeschrieben: »Es wird als mutig, unabhängig, engagiert im Dialog, zeitgemäß, modern sowie sprachlich verständlich gesehen.«
- Das Gesamtergebnis für die Inhalte: »Es gibt für die Leser kaum Grund zur Kritik: Publik-Forum ist ihnen nicht zu missionarisch, nicht zu wenig abwechslungsreich und auch nicht zu fixiert auf kirchliche und theologische Themen.«



Geschäftsbedingungen

- Verlagsangaben S. 2
- Termine 2012 S. 3
- Anzeigenpreise S. 4
- Kleinanzeigen/Beschnitte S. 5
- Beilagen S. 6
- Rabatte/ Technische Daten S. 7
- Druckunterlagen S. 8
- Leseranalyse S.9-11
- Geschäftsbedingungen S. 12-15

Geschäftsbedingungen:

(1) Der Verlag behält sich nach freiem Ermessen vor, Anzeigen oder Beilagenaufträge anzunehmen oder abzulehnen. Bei Anzeigenabschlüssen behält sich der Verlag die Annahme oder Ablehnung einzelner Anzeigentexte vor. Er kann die Annahme oder Ablehnung auf die Anwendung einheitlicher Grundsätze wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form der Anzeige stützen. Auch bei Anzeigenaufträgen, die von Verlagsvertretern oder von sonstigen Annahmestellen vorgenommen werden, steht dem Verlag das Recht der Ablehnung zu. Die Ablehnung wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. – Fest erteilte Aufträge können nicht abbestellt werden, auch nicht, wenn die innere Einteilung, die Ausstattung, der Umfang, der Titel oder die Besitzverhältnisse der Zeitschrift geändert werden oder wenn einzelne Anzeigenvorlagen gemäß Satz 2 vom Verlag abgelehnt worden sind.

Bei Änderungen der Anzeigenpreise gelten die neuen Bedingungen auch für die laufenden Aufträge, und zwar bei Preissenkungen sofort, bei Preiserhöhungen einen Monat später. Auf den jeweils gültigen Tarif wird im Impressum der Zeitschrift hingewiesen.

(2) Für rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes hat der Werbung Treibende Sorge zu tragen. Soweit der Auftraggeber die Druckunterlagen nicht zur Verfügung stellt, übernimmt er die Kosten für die Beschaffung. Alle Druckunterlagen werden längstens bis zu drei Monaten nach Auftragserfüllung aufbewahrt.

(3) Für Fehler aus telefonischen oder fernschriftlichen Übermittlungen jeder Art übernimmt der Verlag keine Haftung.

(4) Die Einschaltung der Anzeigen erfolgt fortlaufend von den nächsterreichbaren Heften ab, falls nichts anderes vereinbart ist. Verschiebungen der Erscheinungsdaten aus technischen oder anderen Ursachen behält sich der Verlag vor. Für die Aufnahme von Anzeigen an bestimmten Plätzen oder in bestimmten Nummern wird keine Gewähr übernommen. Enthalten Anzeigenaufträge trotzdem Platzvorschriften, so gilt der Anzeigenauftrag an sich unter allen Umständen als verbindlich erteilt, auch wenn den Vorschriften nicht entsprochen werden kann. Für angenommene Platzvorschriften werden die tariflichen Sätze berechnet. Der Ausschluss von Mitbewerbern ist nicht möglich.



Geschäftsbedingungen

- Verlagsangaben S. 2
- Termine 2012 S. 3
- Anzeigenpreise S. 4
- Kleinanzeigen/Beschnitte S. 5
- Beilagen S. 6
- Rabatte/ Technische Daten S. 7
- Druckunterlagen S. 8
- Leseranalyse S. 9-11
- Geschäftsbedingungen S. 12-15

(5) Der Verleger gewährleistet die drucktechnisch zeitbedingt bestmögliche Wiedergabe der Anzeige. Reklamationen aller Art sind spätestens 30 Tage nach Anzeigenabdruck oder Rechnungsdatum zu erheben. Können Mängel an den Druckunterlagen nicht sofort erkannt werden, sondern stellen sie sich erst beim Druck heraus, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Im Übrigen hat der Auftraggeber bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf angemessenen Ersatz in Form von unberechnetem zusätzlichen Anzeigenraum in dem Ausmaße, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Weitergehende Haftungen für den Verlag sind ausgeschlossen. Fehlende oder fehlerhaft gedruckte Kontrollangaben ergeben keinen Anspruch für den Auftraggeber.

(6) Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht fristgemäß zurück, so gilt die Genehmigung zum Abdruck als erteilt.

(7) Die Kontrolle über fristgemäßen Abruf des Auftrages ist Sache des Bestellers. Der Verleger haftet nicht für Auftragsüberschreitungen, die durch den Besteller veranlasst werden.

(8) Anzeigenaufträge sind im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss durchzuführen. Die Veröffentlichung der Anzeige erfolgt im Zweifel gleichmäßig auf die Annahmezeit verteilt. Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden nur für die innerhalb eines Jahres in einer Druckschrift erscheinenden Anzeigen eines Werbung Treibenden gewährt. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige, wenn nicht bei Vertragsabschluss schriftlich ein anderer Beginn vereinbart worden ist. Bei einem Malabschluss ergibt sich die Nachlasshöhe aus der Malmenge.

(9) Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbung Treibenden an die Preislisten des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlervergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.



Geschäftsbedingungen

- Verlagsangaben S. 2
- Termine 2011 S. 3
- Anzeigenpreise S. 4
- Kleinanzeigen/Beschnitte S. 5
- Beilagen S. 6
- Rabatte/ Technische Daten S. 7
- Druckunterlagen S. 8
- Leseranlyse S.9-11
- Geschäftsbedingungen S. 12-15

(10) Der Werbung Treibende hat rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist gleich einen rabattfähigen Auftrag abgeschlossen hat. Der Anspruch auf erweiterten Nachlass erlischt, wenn er nicht spätestens einen Monat nach Ablauf des Anzeigenjahres geltend gemacht wird. Der rückwirkende Nachlass wird in Anzeigen, auf Antrag in bar gewährt. Der Anspruch auf rückwirkenden Nachlass ist vom Werbung Treibenden zu belegen.

(11) Durch höhere Gewalt begründete zeitweilige Unterbrechung der Anzeigenveröffentlichung entbindet nicht vom Vertrag. In solchen Fällen verlängert sich die vereinbarte Abnahmezeit entsprechend. Die Forderung von Schadenersatz bleibt ausgeschlossen.

(12) Wird der Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verleger 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 Verleger zurückzuerstatten. Die Zahlungspflicht aus dem Auftrag besteht auch bei nichtvertragsmäßiger Abnahme der Anzeigen. Erteilung einer Restrechnung, gegebenenfalls auch für einen Teilbetrag, bleibt vorbehalten.

(13) Die Abtretung der Ansprüche aus dem Anzeigenvertrag durch den Besteller ist nicht zulässig.

(14) Bei Chiffreanzeigen übernimmt der Verlag keine Haftung für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffreanzeigen können nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet werden. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Chiffredienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet. Die Eingänge auf Chiffreanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht zugestellt werden können, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein.



Geschäftsbedingungen

➤ Verlagsangaben	S. 2
➤ Termine 2011	S. 3
➤ Anzeigenpreise	S. 4
➤ Kleinanzeigen/Beschnitte	S. 5
➤ Beilagen	S. 6
➤ Rabatte/ Technische Daten	S. 7
➤ Druckunterlagen	S. 8
➤ Leseranlyse	S.9-11
➤ Geschäftsbedingungen	S. 12-15

(15) Der Verlag liefert auf Wunsch nach Erscheinen der Anzeige kostenlos einen Beleg. Eine vollständige Belegnummer wird geliefert, sofern Art und Umfang des Anzeigenauftrages dieses rechtfertigen. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine Aufnahmebescheinigung des Verlegers.

(16) Die Berechnung erfolgt nach Seitenteilen, bei Gelegenheitsanzeigen nach der tatsächlichen Abdruckhöhe.

(17) Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung spätestens am Monatsende erteilt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

(18) Bei Zahlungsverzug werden Zinsen in Höhe von 2 v. H. über dem Diskontsatz der Deutschen Bundesbank sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verleger kann die weitere Ausführung des Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen, auch Vorauskasse verlangen. Bei Konkurs wird der Gesamtbetrag für noch abzunehmende Anzeigen auch im Falle des § 17 Abs. I KO sofort fällig. Der bewilligte Nachlass fällt bei Konkurs, Zwangsvergleich oder im Falle einer Klage weg.

(19) Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Ausschließlicher Gerichtsstand für alle Aufträge ist ohne Rücksicht auf die Höhe des Betrages das Amtsgericht am Sitz des Verlages.

