

MEDIADATEN 2012

 **Auerbach Verlag**
und Infodienste GmbH



Der Auerbach Verlag

Die Auerbach Verlag und Infodienste GmbH wurde 2002 von Stefan Goedecke, Torsten Herres, Stefan Hofmeir und Florian Pötzsch in Leipzig gegründet. Neben der Leipziger Zentrale verfügt das Verlags-haus über drei weitere Standorte in München, Magdeburg und Bonn.

Mit DIGITAL FERNSEHEN, DIGITAL TESTED, HD+TV, DIGITAL INSIDER, FUSSBALL DIGITAL, AUDIO TEST, 3D+TV, SATELLIT EMPFANG + TECHNIK, FILMEN UND FOTOGRAFIEREN, HDTV XXL sowie den Entertainment-Zeitschriften BLU-RAY MAGAZIN und BLU-RAY TEST gehört der Auerbach Verlag heute zu den führenden Verlagen im Bereich der digitalen Unterhaltungselektronik- und Entertainment-Branche in Deutschland. Mit HAUS & GARTEN TEST hat der Verlag sein Themenspektrum erfolgreich um den Bereich der weißen Ware erweitert.

Nach nur neun Jahren Marktpräsenz sind die Publikationen für Leser und Industrie eine wichtige Informationsgrundlage. Basis des Erfolges ist ein modernes Testlabor mit präzisiertem Messequipment, zertifiziert nach Industriestandard. Mit www.digitalfernsehen.de präsentiert der Verlag das bundesweit größte Onlineportal zum Thema Digital-TV und Heimkino mit monatlich bis zu acht Millionen Seitenabrufen. Mit DIGITAL FERNSEHEN TV positioniert sich der Auerbach Verlag zudem erfolgreich in der Verbreitung von Bewegtbildinhalten und professionellen Videos für Endkonsumenten und Fachpublikum. Die Inhalte mit den neuesten Haushaltsgeräte-Trends sowie technischen Entwicklungen und Technologien werden dabei an ein Millionenpublikum übertragen.



Print



Online



Informationen

Kontakt

Auerbach Verlag und Infodienste GmbH
Lauchstädter Straße 20, 04229 Leipzig
TELEFON // (03 41) 1 49 55-0, Telefax: (03 41) 1 49 55-11
INTERNET // www.auerbach-verlag.de
E-MAIL // online@auerbach-verlag.de

Ihre Ansprechpartner



Carsten Philipp (Ltg.)



Franziska Lipus
(03 41) 1 49 55-169



Denise Göhler
(03 41) 1 49 55-151



Benjamin Mächler
(03 41) 1 49 55-208



Simone Läßig
(03 41) 1 49 55-166



Jan Thielbeer
(03 41) 1 49 55-165

Fax: (03 41) 1 49 55-11 // E-Mail: anzeigen@auerbach-verlag.de

Bankverbindung

HypoVereinsbank Leipzig AG Leipzig HRB 19254
Bankleitzahl: 860 200 86 USt-IDNr. DE813543160
Kontonummer: 357 721 300 Steuernummer 232/105/02394

Druckunterlagen

Datenlieferung

- PROOF //** farbverbindliches Proof
DATEIFORMATE // PDF/X-3: 2002, TIFF, EPS (druckoptimiert)
BILDDATEN // Auflösung 300dpi in Originalgröße,
CMYK-Farbraum
Strichzeichnungen 600 dpi
CD-ROM
- DATENTRÄGER //** Druckunterlagen, die im Anschnitt erscheinen sollen,
VERARBEITUNG // bitte an den betreffenden Seiten mit jeweils 5 mm
Beschnitttrand versehen. Wichtige Text- oder Bild-
elemente müssen ausreichend Abstand zum Beschnitt-
rand haben (mindestens 10 mm).
- DRUCKVERFAHREN //** Rollenoffset (Inhalte), Bogenoffset (Umschläge)
FARBPROFIL // ISO LWC Improved
Download unter www.eci.org
- ÜBERTRAGUNG //** **per E-Mail** anzeigen@auerbach-verlag.de
per FTP-Server auf Anfrage
Vor Übertragung per FTP-Server bitte eine kurze
Info-E-Mail an anzeigen@auerbach-verlag.de.
- MITGLIEDSCHAFTEN //** Deutscher Journalisten-Verband (DJV)
Gewerkschaft der Journalistinnen und Journalisten
Informationsgemeinschaft zur Feststellung der
Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW)



Kompetenz und Equipment

Der Verkaufserfolg Ihrer Produkte hängt entscheidend von deren Abschneiden in den Tests der Fachmagazine ab. Für den Test von Haushaltsgroßgeräten und -kleingeräten setzt das Team auf **Hansecontrol**, eines der modernsten Prüfinstitute in Europa. Hier prüfen und zertifizieren wir die Sicherheit, Gebrauchstauglichkeit und Qualität entsprechend den europäischen und internationalen Anforderungen. Der Auerbach Verlag setzt auch in seinem hausinternen Testlabor auf Kompetenz und hochwertiges Testequipment. Damit garantieren wir in unseren Publikationen objektive Laborergebnisse, denn der Auerbach Verlag erfüllt die Qualitätskriterien nach DIN EN ISO 9001 bzw. 14001 und die Anforderungen nach AQAP 110 und 150. Fernseher und Projektoren werden mithilfe des Lichtmessgerätes **Konica Minolta „CS-200“** auf den allgemeingültigen Video- und HD-Standard (D65, ITU709) abgeglichen. Neben der Bildqualität steht aber auch die Benut-

zerführung an erster Stelle. In unserem eigenen Heimkino werden die theoretischen Messwerte im Praxistest nachgeprüft. Für Satelliten- und Fernsehsignale kommt der „SFU“ von **Rohde & Schwarz** zum Einsatz. Der Signalgenerator für DVB-T, DVB-S, DVB-C und DVB-H ist HDTV-tauglich, sowohl für MPEG-2 als auch MPEG-4 und DVB-S2. Ebenso sorgfältig arbeitet der „UPV“. Mit ihm messen die Redakteure den Frequenzgang, die Klirrfaktoren, Leistungen und weitere Werte für alle Audiokomponenten, wie AV-Receiver und DVD-Player. Komplettiert wird das Trio vom Videomessgerät „VSA“. Die Video-Analyseeinheit ist Vektorskop, Oszilloskop und Steuereinheit in einem. Ergänzt wird die Analyse der Videosignale mithilfe eines HDMI-Analyzers aus dem Hause **Astro Design**. Dieses moderne Messgerät analysiert die HDMI-Ausgangssignale sämtlicher Peripheriegeräte. Zusätzlich werden auch LNBS, DVB-T-Antennen sowie Satellitenantennen auf ihre Empfangsgewinne geprüft. Für

diese Messungen kommt Messequipment der Firmen **Promax, KWS und Rover** zum Einsatz. Das Thermografiesystem „**VarioCAM® hr**“ wird zur Messung und Visualisierung der Abwärme von verschiedenen Testgeräten genutzt. So lassen sich beispielsweise objektive Vergleiche der Betriebstemperaturen mehrerer Produkte aus der gleichen Gerätekategorie anstellen und Rückschlüsse auf die Energieeffizienz dieser Geräte ziehen. Mehrjährige Erfahrung und Know-how zeichnen die Testredakteure des Auerbach Verlags aus, die auf ihren Fachgebieten innerhalb der digitalen Unterhaltungselektronik als Experten gelten. Unsere Tester schreiben alle Artikel selbst. Nutzen auch Sie die Kompetenz und das Equipment des Auerbach Verlags! Selbstverständlich bieten wir Ihnen auch interne Tests an, deren Ergebnisse Aufschluss über die Qualität Ihrer Produkte geben. Etliche Hersteller sowie die Landesmedienanstalten schätzen bereits die Expertise des Auerbach Verlags.



„VSA“-Videoanalyzer von Rohde & Schwarz



Lichtmessgerät „CS-200“ von Konica Minolta



Prüfinstitut für Haushaltsgeräte

Kompetenz und Equipment





HAUS & GARTEN TEST ist das Verbraucher- und Testmagazin mit Ratgeberthemen, Testberichten sowie Marktübersichten zu den neuesten elektrischen Haushaltsgeräten. Dabei werden die Produkte nach Wohnbereichen getrennt. Die Themen Wohnen (Unterhaltungselektronik, Reinigungsgeräte), Küche (Küchengeräte, Küchengeräte), Bad (Wäschereinigung, Gesundheit, Wellness), Kinderzimmer (Spielzeug, Lernhilfen), Babyausstattung, Keller (Strom-

versorgung, Werkzeuge), Garten (Wasserversorgung, Gartengeräte) und ergänzend das Thema Genuss (Kaffee, Wein, Schokolade, Gourmet-Küche) werden dabei je nach Ausgabe unterschiedlich gewichtet.

ZIELGRUPPE // Kaufkräftige und qualitätsbewusste Konsumenten mit Begeisterung für Neuerungen im privaten Wohnbereich. Hobbyanwender aus Haus und Garten, die eine beratende Funktion gegenüber Freunden, Familie und Kollegen ausüben.

ERSTAUSGABE // 1/2010
COPYPREIS // 3,99 Euro
ERSCHEINUNGSWEISE // 8 x pro Jahr
VERBREITUNG // Deutschland, Österreich, Schweiz, Benelux
DRUCKAUFLAGE // 49 017 *
VERBREITETE AUFLAGE // 13 385 *
EINZELVERKAUF // 12 185 *

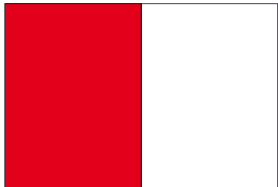
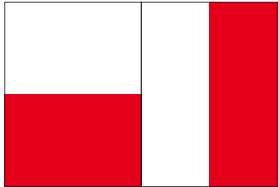
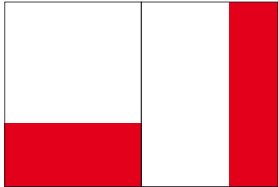
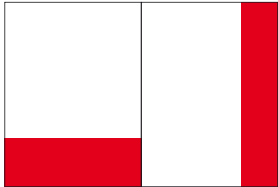
*Verlagsangaben, Ausgabe 1/11



Termine 2012

Ausgabe	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss	Erstverkaufstag
2. 2012	16.01.2012	23.01.2012	10.02.2012
3. 2012	05.03.2012	12.03.2012	30.03.2012
4. 2012	23.04.2012	30.04.2012	18.05.2012
5. 2012	04.06.2012	11.06.2012	29.06.2012
6. 2012	30.07.2012	06.08.2012	24.08.2012
7. 2012	10.09.2012	17.09.2012	05.10.2012
8. 2012	22.10.2012	29.10.2012	16.11.2012
1. 2013	26.11.2012	03.12.2012	28.12.2012

Formate

Maße	4-farbig	
	U-Seite 11 784,-	
1/1 Seite <small>210×300mm</small> *	9 820,-	
	1/2 Seite quer <small>210×150mm</small> *	5 400,-
hoch <small>105×300mm</small> *		
	1/3 Seite quer <small>210×100mm</small> *	3 760,-
hoch <small>70×300mm</small> *		
	1/4 Seite quer <small>210×75mm</small> *	2 940,-
hoch <small>50×300mm</small> *		

* zzgl. 5 mm Beschnitttrand

Preise und Rabatte

ANZEIGEN IM ANSCHNITT // Druckunterlagen, die im Anschnitt erscheinen sollen, bitte an den betreffenden Seiten mit jeweils 5 mm Beschnitttrand versehen. Wichtige Text- oder Bildelemente bitte nicht in den Beschnitttrand stellen.

ADVERTORIALS // zzgl. 10 % ohne Erstellung, zzgl. 20 % mit Erstellung
ZUSCHLÄGE // Platzierung auf speziellen Seiten: zzgl. 15 %

RABATTE //

Malstaffel	Mengenstaffel
3 Ausgaben 3 %	3 Seiten 5 %
6 Ausgaben 5 %	6 Seiten 10 %
9 Ausgaben 10 %	9 Seiten 15 %
12 Ausgaben 15 %	12 Seiten 20 %
18 Ausgaben 18 %	18 Seiten 23 %
24 Ausgaben 20 %	24 Seiten 25 %

Der Malstaffelrabatt greift bei Schaltung einer Anzeige in mehreren Ausgaben einer Publikation innerhalb eines Jahres oder Kampagnenzeitraumes. Der Mengenstaffelrabatt greift bei Schaltung mehrerer Anzeigen (Seiten) in einer Ausgabe.

Informieren Sie sich über attraktive Kombinationsrabatte bei Buchung in unserem Heft und online.

AGENTURPROVISION // 15 %

Gerne erstellen wir Ihnen ein Angebot für individuelle Anzeigenformate. Alle Preise sind angegeben für einmalige Anzeigenschaltung in Euro zzgl. MwSt. und inklusive Anschnitt. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen.



Sonderwerbformen und Sonderpublikationen

Gehen Sie auf Erfolgskurs mit attraktiven Sonderdrucken zu Ihren Testberichten aus der DIGITAL TESTED, HD+TV, DIGITAL FERNSEHEN, dem BLU-RAY MAGAZIN oder HAUS & GARTEN TEST. Wir übernehmen dabei mit langjähriger Erfahrung die Gestaltung und Herstellung Ihrer

Werbemittel ganz nach Ihren Wünschen. Ebenso ist die Erstellung von Beilagen oder Image-Broschüren eine unserer Kompetenzen, von der Sie zu sehr attraktiven Konditionen profitieren können. Überzeugen Sie sich selbst!

- // Innovative Messe- und Event-Specials
- // Attraktive Beilagen und Beihefter
- // Hochwertige Image-Broschüren
- // Redaktionelle Konzeption von unseren Fachexperten und Journalisten im Redaktionsteam

- // Grafische Erstellung von Titel und Inhalt
- // Papierqualität und -größe nach Ihren Vorstellungen auch im Corporate Design



IMAGE-BROSCHÜRE/
SONDERDRUCKE



MESSE-/EVENT-SPECIALS

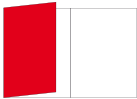


SONDERHEFTE

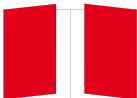
Klappseiten:



Titelflappe //
(halbseitiger Umschlag über die Titelseite)



Gatefolder //
(ausklappbare 2. bzw. 3. Umschlagseite)



Altarfalz //
Klappseiten

sind nur in der Gesamtauflage möglich.

Beikleber:



Beikleber //
werden auf eine Hefseite, in einer Anzeige integriert; sind gut ablösbar aufgeklebt.



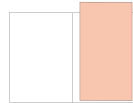
Postkarte
Umschläge
o. Ä., Diskette
oder CD

Nur in der Gesamtauflage möglich.

Beilagen:



Beilagen //
lose Drucksachen (loses Blatt, gefalzt, geheftet usw.)



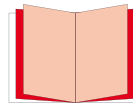
Oversize-Beilage //
Beilage, die am Kopf der Zeitschrift herausragt

Gesamtauflage oder Teilauflagen (z.B. nur in den Abo-Heften) möglich.

Beihefter:



4-seitig



8-seitig
(auch als Altarfalz)

Nur in der Gesamtauflage möglich.

Sonderinsertionen

Möglich in den Publikationen HAUS & GARTEN TEST, DIGITAL FERNSEHEN, DIGITAL TESTED, HD+TV und BLU-RAY MAGAZIN sowie auf Anfrage.

TITELGATEFOLD/GATEFOLD HINTEN // 1-fach ausklappbare Umschlagseite, ergibt 2 innere Umschlagseiten.

WICKELFALZ AM TITEL/RÜCKSEITE // 2-fach ausklappbare Umschlagseite, ergibt 3 innere Umschlagseiten.

TITELPOSTER // 8-seitig, nach oben oder unten aufklappbar wie Wickelfalz inklusive einer zusätzlichen Seite.

TITELFLAPPE // Titel ist um eine ausklappbare 1/2 oder 1/3 Seite erweitert.

KLAPPER NACH UNTEN // Umschlagseite ist um eine nach unten ausklappbare Seite erweitert.

KLEINER ALTARFALZ // Umschlagseite 2 wird um eine weitere Seite ergänzt, aus der sich links und rechts je eine weitere 1/2 Seite ausklappen lässt.

GROSSER ALTARFALZ // Aus Umschlagseite 2 und ergänzter Umschlagseite lassen sich rechts und links je 1/1 Seiten ausklappen.

UMGEKEHRTER HEFTEINSTIEG // Auf der Hefrückseite wird ein Teil des Heftes verkehrt herum eingehftet.

Die Preise richten sich nach gewünschtem Papiergewicht, technischen Mehrkosten (Druck, zusätzliches Falzen und Heften) und eventuell zusätzlichen Portokosten für die Abo-Auflage.

Die nebenstehenden Abbildungen sind Beispiele. Bei Anfragen zu anderen Sonderinsertionsformen oder zu technischen Fragen sowie für Format- und Preisinformationen stehen wir Ihnen gern zur Verfügung.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

1 // „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

2 // Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. 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 der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

3 // Wird ein Auftrag 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.

4 // Die Aufnahme von Anzeigen und Fremdbeilagen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift erfolgt dann, wenn der Auftraggeber erklärt hat, dass die Anzeige oder Fremdbeilage in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift erscheinen soll und dies vom Verlag ausdrücklich bestätigt worden ist. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung erwecken, werden nicht angenommen. Abbestellungen von Anzeigenaufträgen müssen bis zum Anzeigenschluss erfolgen. Der Verlag kann die entstandenen Satz- und Produktionskosten dem Kunden in Rechnung stellen. Für Anzeigen mit Sonderplatzierungen (inklusive Umschlagseiten und Sonderformate) besteht kein Rücktrittsrecht.

5 // Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige verantwortlich. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung der Anzeige frei. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn der Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Vertretern aufgegeben werden. Der Verlag ist jedoch nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Anzeigenauftrag die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird der Verlag z.B. durch gerichtliche Verfügung zum Abdruck einer Gegendarstellung zu einer Anzeige verpflichtet, hat der Auftraggeber dieser Anzeige die Kosten der Gegendarstellung nach der gültigen Anzeigenpreisliste zu tragen.

6 // Für die rechtzeitige Lieferung einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Für per Datenübertragung oder per Datenträger übermittelte Anzeigen wird keine Haftung für Richtigkeit und Qualität des Druckergebnisses übernommen; Eingriffe in die Dateien

werden weder vom Verlag noch von der Druckerei durchgeführt.

7 // Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel muss der Auftraggeber spätestens ein Jahr nach Veröffentlichung der entsprechenden Druckschrift reklamieren. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt.

8 // Für inhaltliche fehlerhafte oder unvollständige Daten wird jede Haftung abgelehnt.

9 // Es werden vom Verlag vor Drucklegung keine Probeabzüge von vom Auftraggeber zur Verfügung gestellten fertigen Druckunterlagen geliefert.

10 // Farben werden üblicherweise im Zusammendruck aus den Eurokala-Farben Cyan, Magenta, Yellow und Black erzeugt. Bei Zusatzfarben aus der HKS-Farbskala für Zeitungsdruck des HKS-Warenzeichenverband e.V. behält sich der Verlag das Recht vor, ebenfalls den Farbton im Zusammendruck zu erzeugen, wobei bei der Farbwiedergabe Abweichungen vom Originalton nicht auszuschließen sind. Farben aus der Pantone-Farbskala (Pantone Inc. Carlstadt, New Jersey) können in der Regel nicht im Zusammendruck erzeugt werden, sodass der ausgewiesene Aufschlag je Pantone-Farbe zu bezahlen ist.

11 // Geringe Farb- und Tonabweichungen sind durch das Druckverfahren bedingt. Reklamationen aufgrund nicht korrekter Druckunterlagen können vom Verlag nicht anerkannt werden.

12 // Sind keine besonderen Größen vereinbart oder vorgegeben, wird die Anzeige mit der für eine solche Anzeige üblichen Höhe abgedruckt und berechnet. Weicht bei einer fertig angelieferten Druckunterlage die Abdruckhöhe von der bestellten Abdruckhöhe im Auftrag ab, gilt das Maß der in Abdruck gebrachten Anzeigenhöhe. Angefangene Millimeter werden dabei auf volle Millimeter nach oben gerundet.

13 // Die Aufmachung und Kennzeichnung redaktionell gestalteter Anzeigen ist rechtzeitig vor Erscheinen mit dem Verlag abzustimmen. Der Verlag ist berechtigt, Anzeigen deutlich mit dem Wort „Anzeige“ zu versehen, die nicht als solche zu erkennen sind. Textzeilenanzeigen müssen sich schon durch ihre Grundschrift vom redaktionellen Teil unterscheiden.

14 // Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.

15 // Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen.

16 // Der Verlag liefert mit der Rechnung 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.

17 // Storniert der Kunde den Auftragsauftrag vor Ablauf oder der vereinbarten Zahl von Schaltungen, werden eventuell angefallene Rabatte der Mal- und Mengenstaffel auf das tatsächlich abgerufene Volumen zurückabattiert.

18 // Bei Änderungen der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge – sofern keine anderslautende schriftliche Vereinbarung getroffen wurde – mit dem Einführungsdatum des neuen Tarifs in Kraft.

19 // Bei Druckvorlagen, die zusätzliche Satz-, Film- und Lithokosten verursachen, werden diese in Rechnung gestellt. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen und Belichtungsdateien nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungsorganisator bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist.

20 // Bei Überschreitung der im Terminplan festgelegten Daten für die Übersendung der Druckunterlagen kann keine Gewähr für eine einwandfreie Druckwiedergabe übernommen werden.

21 // Kosten für die Anfertigung bestellter Sujets, Filme, Matrern und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

22 // Die Bearbeitung offener Daten oder das Berichtigen falsch gelieferter Anzeigenformate verursachen zusätzlichen Aufwand, der zu Selbstkosten in Rechnung gestellt wird.

23 // Bei Chiffre-Anzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf diese Anzeigen werden nur auf dem Postweg weitergeleitet.

24 // Druckunterlagen, die vom Auftraggeber nicht ausdrücklich zurückverlangt werden, bewahrt der Verlag sechs Monate lang auf. Für Schäden oder Verluste, die durch höhere Gewalt entstehen, übernimmt der Verlag keine Haftung.

25 // Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die Kundendaten mithilfe der elektronischen Datenverarbeitung nach den Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes.

26 // Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Gerichtsstand ist, soweit das Gesetz zwingend nichts anderes vorsieht, der Sitz des Verlages. Für den Fall, dass der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt ist, sowie für den Fall, dass der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

27 // Anzeigen – Neugestaltung und Entwürfe – werden gesondert berechnet.

28 // Technisch bedingte Veränderungen in Produktion, Verarbeitung, Papier und Erscheinungsweise behalten wir uns bei allen Ausgaben vor.

29 // Stornierungen sind nur bis zum Anzeigenschluss möglich, danach ist der Verlag berechtigt, dem Kunden auch ohne ordnungsgemäße Lieferung der Druckunterlagen den vollen Anzeigenpreis der gebuchten Ausgabe zu berechnen. Zusätzliche Geschäftsbedingungen für die digitale Übermittlung von Druckunterlagen für Anzeigen:

a) Digitale Druckvorlagen sind solche, welche per Datenträger (z. B. Disketten, Cartridges, CD-ROMs), direkt oder indirekt per Fernübertragung (z. B. ISDN) an den Verlag papierlos übermittelt werden.

b) Unerwünschte Druckresultate (z. B. durch fehlende Schriften, falsche Rasterweite), die sich auf eine Abweichung des Kunden von den Empfehlungen des Verlages zur Erstellung von Druckunterlagen zurückführen lassen, führen zu keinem Preisminderungsanspruch.

c) Bei Übermittlung von mehreren zusammengehörenden Dateien hat der Kunde dafür Sorge zu tragen, dass diese Dateien innerhalb eines gemeinsamen Verzeichnisses (Ordner) gesendet bzw. gespeichert werden.

d) Digital übermittelte Druckvorlagen für Farbanzeigen können nur mit einem auf Papier gelieferten Farb-Proof zuverlässig verarbeitet werden. Ohne Farb-Proof sind Farbabweichungen unvermeidbar, die keinen Preisminderungsanspruch auslösen können. In jedem Fall ist ein Ausdruck per Fax an den Verlag zu senden, um die sachliche Richtigkeit überprüfen zu können. Ein Korrekturfax muss vom Kunden ausdrücklich angefordert werden. Nur bei richtiger Farbanpassung ist eine farblich richtige Umsetzung in üblichen Toleranzen gewährleistet.

e) Werden digital übermittelte Druckvorlagen per Datenträger an den Verlag übermittelt, werden diese nur auf besonderen Wunsch an den Kunden zurückgeschickt.

f) Der Kunde hat vor einer digitalen Übermittlung von Druckvorlagen dafür Sorge zu tragen, dass die übermittelten Dateien frei von evtl. Computerviren sind. Entdeckt der Verlag auf einer ihm übermittelten Datei Computerviren, wird diese Datei sofort gelöscht, ohne dass der Kunde hieraus Ansprüche geltend machen kann. Der Verlag behält sich zudem vor, den Kunden auf Schadenersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Kunden infiltrierten Computerviren dem Verlag Schäden entstanden sind.



www.auerbach-verlag.de