

HobbyArt

DAS FACHMAGAZIN FÜR DEN HANDEL

Mediadaten 2017

bit-Verlag 

Weinbrenner GmbH & Co. KG

Fasanenweg 18
70771 Leinfelden-Echterdingen
Tel.: +49 (0)711/75 91-312
Fax: +49 (0)711/75 91-348
www.hobbyart-online.de

Kurzcharakteristik:

HobbyArt ist die Fachzeitschrift für den Handel mit Kreativ-, Künstler- und Handarbeitsbedarf.

Im Mittelpunkt stehen handelspezifische Themen dieser Branchen: aktuelle Ereignisse, Messen, Branchen-Nachrichten und Hintergrund-Informationen, Reportagen und Interviews, Porträts von Facheinzelhändlern und Firmen sowie Künstlern und Autoren, Hobbytechniken, Fach- bzw. Materialkunde, Produkte, Hobby- und Handarbeitsbücher und Videos, Ladenkonzeptionen, Warenpräsentation, Schaufenster- und Ladengestaltung, Veranstaltungskalender sowie ergänzende Randthemen.

Themen:

Papier, Karton und Pappe, Malen und Zeichnen, Schmuck, Airbrushen, Bücher, Seidenmalerei und Textilgestalten, Modellieren, Gestalten von Glas, Holz, Keramik, Porzellan, Wachs usw., Handarbeiten sowie andere im Markt jeweils aktuelle Trendthemen.

Fachrichtung:

Handel mit Kreativ-, Künstler- und Handarbeitsbedarf

Geographische Verbreitung:

Deutschland und europäische Nachbarländer

Ziel- bzw. Empfängergruppe:

Aus der Kreativ- und Künstlerbedarfsbranche sowie der Handarbeitsbranche und ihr artverwandten Bereiche sind dies Facheinzelhändler, Fachhandels- und Herstellerfirmen sowie deren Außendienst-Mitarbeiter, kreativ Freischaffende, Hobby- und Handarbeits-Lehrkräfte u. a.

HobbyArt Leistungs-Angebot 2017

- **HobbyArt** 6-mal jährlich in den Monaten Januar, März, Mai, Juli, September und November.
- Regelmäßiger **Fachteil** Handarbeitsbedarf.
- HobbyArt Newsletter als zusätzlicher Informationsdienst.
- **Specials** zu besonderen Gelegenheiten und Themen.



Herausgeber Dipl.-Kfm. Karl-Heinz Weinbrenner †
Dipl.-Kfm. Claudia Weinbrenner-Seibt

Verlagsleitung **Siegfried Elsaß**
Telefon: 0711/75 91-355
Telefax: 0711/75 91-348

**Redaktion und
Mediaberatung** **Kathrin Weik** (verantwortlich)
Telefon: 0711/75 91-387
E-Mail: kweik@bitverlag.de

Claudia Pullwitt
Telefon: 0711/75 91-353
E-Mail: cpullwitt@bitverlag.de

Anzeigenleitung **Joachim Ahnfeldt**
Telefon: 0711/75 91-312
E-Mail: jahnfeldt@bitverlag.de
Telefax: 0711/75 91-348

Verlag bit-Verlag Weinbrenner GmbH & Co. KG
Fasanenweg 18
70771 Leinfelden-Echterdingen
Telefon: 0711/75 91-355
Telefax: 0711/75 91-348

Postanschrift Postfach 100116
70745 Leinfelden-Echterdingen

Internet www.hobbyart-online.de

Jahrgang 24. Jahrgang 2017

Erscheinungsweise 6-mal jährlich

Auflage 1. Juli 2015 – 30. Juni 2016 (pro Ausgabe im Durchschnitt)
Druckauflage: 4.000 Exemplare
Verbreitete Auflage: 3.654 Exemplare

Erscheinungsort 70771 Leinfelden-Echterdingen

Auflagenkontrolle



Erscheinungs-/Redaktionsplan siehe unter Termine und Themen

Bezugspreis Einzelverkaufspreis 11,50 EUR
(einschl. Porto und MwSt.) Jahresabonnement 63,00 EUR
für 6 Ausgaben + regelmäßiger Newsletter
HobbyArt Plus.

Bei Auslandssendungen wird das Porto gesondert berechnet.

Umfangs-Analyse:	2015	=	6 Ausgaben
Gesamtumfang:	510 Seiten	=	100,0 %
Redaktionsteil:	375 Seiten	=	73,5 %
Anzeigenteil:	135 Seiten	=	26,5 %
Beilagen:	4 Stück		

Anzeigenformate (Breite x Höhe in mm) und Preise (Euro)

Format	Satzspiegel	Heft-Format*	Grundpreis s/w	4-farbig	4-farbig incl. Anschnitt
1/1 Seite	180 x 262	210 x 297	2.090,-	2.999,-	3.200,-
3/4 Seite	180 x 198 135 x 262	210 x 223 157 x 297	1.575,-	2.250,-	2.410,-
2/3 Seite	180 x 175 120 x 262	210 x 198 140 x 297	1.400,-	2.000,-	2.140,-
1/2 Seite	180 x 131 85 x 262	210 x 148 105 x 297	1.050,-	1.500,-	1.605,-
1/3 Seite	180 x 87 55 x 262	210 x 99 70 x 297	700,-	1.000,-	1.070,-
1/4 Seite	180 x 66 85 x 131 45 x 262	210 x 74 105 x 148 52 x 297	525,-	750,-	803,-
1/6 Seite	180 x 44 55 x 131	210 x 49 70 x 148	350,-	575,-	610,-
1/8 Seite	180 x 33 85 x 66	210 x 37 52 x 148	265,-	490,-	520,-
1/16 Seite	85 x 33		150,-	375,-	

* Jeweils zzgl. 3 mm Beschnitt an allen Seiten.
Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird zusätzlich berechnet.

Titelseite	auf Anfrage
Sonderwerbeformen	Beispiele auf Seite 9
Grundpreis	je einspaltige 85 mm breite Millimeterzeile EUR 4,10
Preise für Stellengesuche	je einspaltige 85 mm breite Millimeterzeile EUR 2,05
Chiffregebühren	EUR 8,-; Luftpostgebühren gesondert; Nachforderungen bei Portomehraufwand vorbehalten
Liefernachweis	Preis bei 6-maliger Veröffentlichung pro Jahr für einen sw-Eintrag im Format 40 x 33 mm: EUR 300,- 40 x 66 mm: EUR 500,-
Farbzuschlag	je Zusatzfarbe (Euroskala) EUR 300,- für 1/1 Seite, kleinere Formate anteilig, Sonderfarben auf Anfrage
Formatzuschlag	10 % vom sw-Preis
Platzierung	Für verbindliche Platzierungs-Vorschriften Zuschlag 20 % vom sw-Preis (Mindestgröße: 1/2 Seite)
AE-Provision	15 %
Nachlässe	Malstaffel für mehrmalige Veröffentlichungen innerhalb eines Jahres (ohne Sonderausgaben)
	ab 2-mal 5 %
	ab 4-mal 10 %
	ab 6-mal 15 %

Einhefter Höchstformat 210 mm breit x 297 mm hoch
zzgl. 5 mm Beschnitt am Kopf und 3mm im Bund
(= 216 x 305 mm)
2 Seiten bis zum Gewicht
von 20 g EUR 420,- per ‰
4 Seiten bis zum Gewicht
von 20 g EUR 450,- per ‰
Jedes weitere Gramm EUR 2,55 per ‰

Beilagen Höchstformat 200 mm breit x 290 mm hoch
2 Seiten bis zum Gewicht
von 20 g EUR 440,- per ‰
4 Seiten bis zum Gewicht
von 20 g EUR 470,- per ‰
Jedes weitere Gramm EUR 2,55 per ‰
Zusätzliche Postgebühren fallen nicht an

Teilbelegung Belegung von Teilauflagen ist nur mit Beilagen
möglich (nur komplette Postleitzonen), Aufpreis
hierfür 30 % (Mindestauflage: 3.000 Stück).

Liefermenge Benötigte Anzahl Beilagen/Einhefter:
4.100 Exemplare

**Versandanschrift
für Einhefter
und Beilagen** Druckerei Silber Druck oHG
Am Waldstrauch 1
34266 Niestetal

**Gestaltung und
Druck Ihrer
Werbemittel** Wir erleichtern Ihnen gerne die Abwicklung
bei Einhefter- und Beilagen-Dispositionen:
Auf Wunsch gestalten wir Ihre Prospekte und
vermitteln leistungsfähige Druck-Dienstleister zu
günstigen Konditionen und in bester Qualität. So
sparen Sie Lieferzeit und Kosten und erhalten
„alles aus einer Hand“.

**Kombinations-
Rabatt** Jeweils 3 % zur Malstaffel pro zusätzlich
gebuchtem Magazin aus dem bit-Verlag.

**Druck- und
Bindeverfahren** Offset, Klebebindung

Druckunterlagen Per E-Mail (jahnfeldt@bitverlag.de)
oder auf CD-ROM an die Verlagsanschrift.

**Anschrift für
Druckunterlagen** bit-Verlag, Fasanenweg 18,
70771 Leinfelden-Echterdingen

**Zahlungs-
bedingungen** Zahlbar innerhalb 10 Tagen
nach Rechnungsdatum mit 2 % Skonto,
innerhalb 30 Tagen rein netto,
bei Bankeinzug oder Vorauskasse
mit 3 % Skonto.

**Zahlungs-
möglichkeiten** **Baden-Württembergische Bank**
Kontonummer 2 998 299
Bankleitzahl 600 501 01
IBAN DE50 6005 0101 0002 9982 99
BIC SOLADEST

Kreditkarten:
Eurocard/MasterCard,
Visa, American Express

USt-Id-Nr. **DE 147646018**

HobbyArt 1-2017 Januar/Februar

Erscheinungstermin	15.01.2017
Anzeigen- und Druckunterlagenschluss	12.12.2016
Redaktionsschluss	02.12.2016

- Themen**
- Messeneuheiten
 - Feiern im Frühjahr
 - Trends und Aktuelles

Messen

Creativworld, Frankfurt
Creatief & Hobby, Houten, NL
Spielwarenmesse, Nürnberg
CHSI Stitches, Birmingham, UK

HobbyArt 2-2017 März/April

Erscheinungstermin	15.03.2017
Anzeigen- und Druckunterlagenschluss	20.02.2017
Redaktionsschluss	13.02.2017

- Themen**
- Neuheiten der Frühjahrmessen
 - Hits für Kids/Schule
 - Trends und Aktuelles

Messen

h+h cologne, Köln

HobbyArt 4-2017 Juli/August

Erscheinungstermin	15.07.2017
Anzeigen- und Druckunterlagenschluss	22.06.2017
Redaktionsschluss	15.06.2017

- Themen**
- Kreativ mit Papier
 - Feste & Anlässe
 - Trends & Aktuelles

Messen

Nordstil, Hamburg
Tendance, Frankfurt
Kreavak/Art & Paper Xperience, Houten, NL

HobbyArt 5-2017 September/Oktober

Erscheinungstermin	15.09.2017
Anzeigen- und Druckunterlagenschluss	24.08.2017
Redaktionsschluss	17.08.2017

- Themen**
- Weihnachten
 - Künstlerbedarf
 - Trends & Aktuelles

Messen

Modell-Hobby-Spiel, Leipzig
Insights-X, Nürnberg

HobbyArt 3-2017 Mai/Juni

Erscheinungstermin 15.05.2017
Anzeigen- und Druckunterlagenschluss 20.04.2017
Redaktionsschluss 12.04.2017

- Themen**
- Hobbymalerei
 - Schmuckgestalten
 - Handarbeits-Special
 - Trends & Aktuelles

Messen Trendset, München

HobbyArt 6-2017 November/Dezember

Erscheinungstermin 15.11.2017
Anzeigen- und Druckunterlagenschluss 23.10.2017
Redaktionsschluss 17.10.2017

- Themen**
- Schöner wohnen
 - Handarbeiten im Set
 - Trends & Aktuelles

Messen Trendset, München
Nordstil, Hamburg



bit-Verlag
Weinbrenner GmbH & Co. KG
z. Hd. Herrn Ahnfeldt
Postfach 10 01 16
70745 Leinfelden-Echterdingen

Wir möchten eine Schaltung unter der Rubrik
Liefernachweis in „HobbyArt“ in Auftrag geben:

Der Firmeneintrag soll erscheinen im Format (Breite × Höhe)

- 40 × 33 mm zum Preis von EUR 300,-
bei sechsmaliger Einschaltung pro Jahr
- 40 × 66 mm zum Preis von EUR 500,-
bei sechsmaliger Einschaltung pro Jahr

Jeder Eintrag gilt ein volles Kalenderjahr und verlängert sich jeweils
um ein weiteres Jahr, wenn er nicht acht Wochen vor Jahresende
gekündigt wird.

Die Eintragung soll erfolgen unter dem Stichwort/der Produktgruppe:

Firma: _____

Straße/Postfach: _____

PLZ/Ort: _____

Telefon/Fax: _____

E-Mail: _____

Daten für das Firmensignet bzw. reprofähige Vorlage

- liegen bei
- folgen mit separater Post
- folgen per E-Mail: jahnfeldt@bitverlag.de

Datum

Unterschrift

Inselanzeige

1/6-Seite 4c im Text

Format B 50 mm x H 131 mm

Gestaltung Platzierung in der mittleren Textspalte

Platzierung rechte Seite

Preis 725 Euro



Aufgesetzte Briefklammer

Gestaltung Briefklammer in Dreiecksform, Länge 35 mm, unbedruckt

Platzierung bei eigener redaktioneller Seite (nach Absprache) oben überstehend aufgesteckt

Preis 1.870 Euro



Booklet

Format B 148 mm x H 105 mm

Gestaltung Sonderheft im Kunden-CI, 16 oder 24 Seiten Umfang

Platzierung auf Anfrage und nach Absprache

Preis Gerne unterbreiten wir ein individuelles Angebot

Lesezeichen

(am Leinenbändchen)

Gestaltung „Störer“ in Lesezeichenformat, fest mit dem Heft verbunden

Platzierung bei eigener redaktioneller Seite (nach Absprache) platziert

Preis 2.785 Euro (inkl. Produktion und Befestigung)



Die Zukunft ist CROSSMEDIAL!

Kat. D

Kat. C

Kat. B

Kat. C

Kat. A

Kat. B

Kat. C

Kat. B

The screenshot shows the HobbyArt website interface. At the top, there are navigation tabs for 'TOPTHEMEN', 'NEWS', 'PRODUKTE', 'BRANCHE', 'SERVICE', 'MEDIADATEN', and 'ÜBER UNS'. Below this is a search bar. The main content area is divided into several sections: 'Aktuelle Ausgabe' featuring a magazine cover, 'Messe rund um Stoffe' with a photo of a trade fair, and 'Kreativbotschafter gesucht' with a graphic of colorful figures. A list of news items is visible on the right side, including dates and headlines like 'Messe rund um Stoffe' and 'Kreativbotschafter gesucht'. There are also several grey boxes labeled 'Kat. A', 'Kat. B', and 'Kat. C' overlaid on the page, indicating specific advertising spots.

www.hobbyart-online.de



The image shows the cover of the HobbyArt magazine. The title 'HobbyArt' is prominently displayed at the top in a green, stylized font. Below the title, there is a large, textured, grey, shell-like object with green plants growing from it. The cover also includes some text in German, such as 'Ulrich Steinhilber' and 'Kreativbotschafter gesucht'. The date 'Juli 2016' is visible in the top right corner.

PR-News



The image shows a screenshot of a website page titled 'WWW'. It features a news article layout with a header, a main text block, and a sidebar on the right. The article text is partially visible, mentioning 'Produktion von Stoffen in Ungarn'. The layout is clean and professional, typical of a news or information website.

60 Stoffe für Kreative
60 Stoffe werden nach einem Losverfahren in Umlauf gebracht und warten bis Dezember auf kreative Gestalter... mehr >>>

Schon jetzt vormerken: Textiler Kunstwanderweg
Vom 19. Juni bis 30. September 2016 wird zum zweiten Mal auf dem 6 km langen Mucher Familienwanderweg und anliegender privater Gärten eine textile... mehr >>>

Hochschulen der Kunst
Um Händlern und Anwendern umfassende Informationen für die Arbeit mit hochwertigen Künstlerfarben und Malmitteln zu geben, hat der Schweizer Hersteller... mehr >>>

Anzeige
Kat. B

Aktuelles

h+h Workshops 2013
Der Pflichttermin für alle, die beruflich mit Handarbeiten zu tun haben, wart seine Schatten voraus: die h+h cologne in Köln.

Creative Impulse Award
Dokumentation als eBook lesen

Business-Reise Shanghai 2013
23. bis 29. September 2013
Mit Besuch der Paperworld China und der interiorfestyte China
<<- hier anmelden >>>

Top-Themen | News | Produkte | Branche | Service | Mediadaten | Kontakt
Impressum | Datenschutz/Invis | Haftungsfreistellung & Copyright
bk-verlag.de | bk | boss | Digital Imaging | Handarbeit | Hobby Art | Kult am Pulk | pbs AKTUELL | P&G

© 2013 die Verlag, Medienverlag GmbH & Co. KG

Online-Advertorial

WWW

Per Newsletter zum Los gewinnen

Die kommende Early Bird vom 11. bis 13. Januar 2014 wird nicht mehr in Hamburg, sondern in Hannover stattfinden. Gleichzeitig wird die Triennale Life&Wesme Dortmund mit der Early Bird in Hannover zusammengelegt. Die Aufgabenerstellung der ersten Triennale in Dortmund (13. bis 15. Juli) steht auf einer weiteren Resonanz, die Besucherzahlen bleiben weit über den Erwartungen zurück. Aufgrund der räumlichen Nähe von Hannover und Dortmund hat sich die EWG AG entschlossen, die Messe mit der Early Bird

Registrieren | Anmelden

Anzeige
Kat. A

HobbyArt - Newsletter abonnieren

Immer aktuell informiert:
Mit dem Newsletter von HobbyArt bleiben Sie stets auf dem Laufenden!

E-Mail Adresse eingeben

Anzeige
Kat. C
Kat. B

Videos, Platzierung auf Bannerplatz der Kat. C

Newsletter-Werbung
Full Banner oder Textanzeige

tendence 24. - 27. 8. 2013
www.tendence.de NEW

HobbyArt www.hobbyart.de **Resultate Nr 01-2013**

Messen

Early Bird 2014 zieht nach Hannover
Die kommende Early Bird vom 11. bis 13. Januar 2014 wird nicht mehr in Hamburg, sondern in Hannover stattfinden. Gleichzeitig wird die Triennale Life&Wesme Dortmund mit der Early Bird in Hannover zusammengelegt. Die Aufgabenerstellung der ersten Triennale in Dortmund (13. bis 15. Juli) steht auf einer weiteren Resonanz, die Besucherzahlen bleiben weit über den Erwartungen zurück. Aufgrund der räumlichen Nähe von Hannover und Dortmund hat sich die EWG AG entschlossen, die Messe mit der Early Bird

Handel

EK-Strategie Blatte nach Anstetten
Amsterdam, niederländische Hauptstadt und Metropole mit jahrhundertlanger Kunst, Kultur und Handwerkskultur, war vom 2.-4. Juni 2013 Ziel einer Studienreise der EK-Strategie-Gruppe. Im Vorfeld des Handwerks 24 Handwerksbetriebe und Handwerkspartner des Branchenverbandes haben die Suche nach Businesschancen und Erfolgsgeheimnissen des Einzelhandels im Nachbarland. Und sie wurden fündig: www.ek-strategie.de

Personalien

Melina Meyer verlässt die EK-Strategie
Seit Juni ist Melina Meyer (29) in der Unternehmenskommunikation der EK-Strategie tätig. Zuvor war die gelernte Veranstaltungskauffrau bei der Bundesländer-Verbandsgruppe in der Abteilung Messen & Veranstaltungen, zuletzt verantwortlich für die externen Messeberichte. Inzwischen hat die Unternehmenskommunikation wird sich Melina Meyer insbesondere dem Thema der Kooperation mit ausländischen Verbänden widmen, www.ek-strategie.de

Zweiter Meißner Bildwettbewerb
Nach 52-jähriger Firmenzugehörigkeit bei Zenker wurde Horst Riedl am 25. Juni 2013 verabschiedet. 1981 als Lehrling eingestellt, wurde er 1995 zum Geschäftsführer ernannt. Seit dessen Tod hat Horst Riedl die Firmengeschichte

Banner

- Kategorie A.***
Half Banner
- Kategorie B.***
Full Banner
Rectangle
- Kategorie C.***
Super Banner
Medium Rectangle
Skyscraper
- Kategorie D.***
Wall Paper
Expandable
Layer

* Nähere Informationen entnehmen Sie bitte der Preistabelle „Online-Werbeformen“ auf der Folgeseite

Mit unserem komplett überarbeiteten Internetauftritt www.hobbyart-online.de bieten wir Ihnen ab sofort eine deutlich erweiterte Zielgruppe sowie neue, digitale Werbeformate:

- ✓ Banner
- ✓ Videos
- ✓ Newsletter-Werbung
- ✓ PR-News
- ✓ Online-Advertorials
- ✓ Whitepapers
- ✓ Online-Stellenanzeigen





Im Fokus steht die **CROSSMEDIALE VERKNÜPFUNG** zwischen dem bewährten Printmagazin **HobbyArt** und dem neu gestalteten Web-Portal www.hobbyart-online.de

Das schafft für Sie als Werbekunden mehr Kontakte, mehr Reichweite und mehr Möglichkeiten zum Erreichen Ihrer Zielgruppe – kurzum **Mehr-Wert mit Crossmedia**.

* Einzelpreis – für reine Online-Buchungen

** Paketpreis – für Print-Anzeigenkunden (ab 803,- Euro)

*** PR-News sind ausschließlich Crossmedia-Paketkunden vorbehalten

Unsere Online-Werbeformen im Überblick				
Anzeigenform	Einzelpreis*	Paketpreis**	Laufzeit	Pixel
 <u>Kategorie A:</u> Half Banner	700,-	370,-	4 Wochen	234 × 60
 <u>Kategorie B:</u> Full Banner, Rectangle	850,-	500,-	4 Wochen	468 × 60 180 × 150
 <u>Kategorie C:</u> Super Banner, Medium Rectangle, Skyscraper	1.200,-	700,-	4 Wochen	728 × 90 300 × 250 120 × 600
 <u>Kategorie D:</u> Wall Paper, Expandable, Layer	1.700,-	1.000,-	4 Wochen	728 × 90 + 120 × 800 420 × 600 400 × 400
Video (Bannerplatz der Kat. C)	1.200,-	700,-	4 Wochen	—
Newsletter-Werbung (Full Banner oder Textanzeige)	700,-	400,-	2 Ausgaben	468 × 60
Online-Advertorial	1.700,-	1.000,-	4 Wochen	—
PR-News (online + Newsletter)	—	500,-***	1 Woche	—
Stellenanzeige	250,-	—	4 Wochen inkl. NL-Versand	—
Whitepaper	1.700,-	—	4 Wochen	—

Informationen

Dateiformate:

GIF, JPEG, PNG, SWF, HTML, Text

Bannergewicht:

max. 100 Kb

Flashbanner können sowohl mit eingebauten Links und dem Ziel `_blank`, oder mit `clickTag` und `targetTag` geliefert werden. Fallbackdateien sollten das Format `png`, `jpg` oder `gif` haben.

Newsletter:

Textanzeigen: max. 300 Zeichen inkl. Link und GIF-Logo.
Banner: kein Flash.

Bedingungen für Bannerschaltung:

Mindestlaufzeit: 4 Wochen
Rabatt: 10 % Rabatt ab 3 Monate
15 % Rabatt ab 6 Monate

Stellenanzeigen:

Word-Dokument inkl. Firmenlogo oder eine PDF-Datei.

Bannerservice:

Gerne erstellen wir Ihren Banner für Sie, Preis auf Anfrage.

Datenanlieferung:

Zwei Werktage vor Schaltbeginn per E-Mail: info@bitverlag.de

PR-News sind nicht einzeln buchbar; diese können ausschließlich von Crossmedia-Paketkunden für jeweils 500,- Euro hinzugebucht werden.

Alle Preise sind Nettopreise, die jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuer wird zusätzlich berechnet.

Ansprechpartner



Kathrin Weik
Redaktion/Mediaberatung
Tel.: 0711/75 91-387
kweik@bitverlag.de



Claudia Pullwitt
Redaktion
Tel.: 0711/75 91-353
cpullwitt@bitverlag.de



Joachim Ahnfeldt
Anzeigenleitung
Tel.: 0711/75 91-312
jahnfeldt@bitverlag.de



Peter Kreuzer
Internet
Tel.: 0711/75 91-378
pkreuzer@bitverlag.de

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) in einer Zeitung oder Zeitschrift zum Zweck der Verbreitung.

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

3 Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses 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 Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.

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

5 Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Hefnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

6 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.

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.

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 und 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.

so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Verifizierung und Verbreitung der Anzeige.

16a Aus einer Auflagenminderung kann vorbehaltlich der Regelung der Ziffer 16b nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf 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., bei einer Garantief Auflage bis zu 100.000 Exemplaren mindestens 15 v. H., bei einer Garantief Auflage bis zu 500.000 Exemplaren mindestens 10 v. H., bei einer Garantief Auflage über 500.000 Exemplaren mindestens 5 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 oder, wenn eine Auflage nicht genannt ist, die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vorausgegangenen Kalenderjahres.

Darüber hinaus sind bei Abschlüssen 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.

16b (Sondervorschrift bei Auflagenminderungen für Titel, die heftbezogene Auflagenangaben veröffentlichen) Abweichend von Nummer 16a berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagenangaben veröffentlichen, nur dann zu einer Preisminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (Garantief Auflage) von bis zu 500.000 Exemplaren 10 v.H. und bei einer Auflage (Garantief Auflage) von über 500.000 Exemplaren 5 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 IWW. 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.

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 ... 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.

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 Druckerunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur in dem Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckerunterlagen einhält.

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.

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.

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.

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

13 Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

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

Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines 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.

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,

18 Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.

Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlichrechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

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

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.

21 Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beantragt, 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.

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 Nutzungsschutz, Leistungsschutz und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.

23 Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff oder Energieverknappung und dergleichen sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, 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.



**Wir sind Mitglied der Fachgruppe Fachzeitschriften
im Verband Deutscher Zeitschriftenverleger e.V.**

Anzeigenleitung

Joachim Ahnfeldt

bit-Verlag Weinbrenner GmbH & Co. KG

Fasanenweg 18

70771 Leinfelden-Echterdingen

Tel. 0711/75 91-312

Fax 0711/75 91-348

E-Mail: jahnfeldt@bitverlag.de