

Das Magazin für

Genuss, Deko & Lebensart

proGusto

www.pundg.de

Mediadaten 2017

bit-Verlag Weinbrenner GmbH & Co. KG
Fasanenweg 18, 70771 Leinfelden-Echterdingen
Tel.: 0711/75 91-312 • Fax: 0711/75 91-348

Der Fachhandel für Tisch- und Küchenausstattung, Lifestyle und Geschenke kommuniziert auf mehreren Ebenen mit seinen Kunden. In Branchen mit hoher Wertschöpfung kommt dazu regelmäßig auch ein Kundenmagazin zum Einsatz: Unterhaltsam und anregend gestaltet und geschrieben, mit vielen interessanten Stories und neuen Produkten aus der Branche. Kostenlos ausgegeben, verleiht es dem Fachgeschäft Kompetenz und Kundenorientierung.

proGusto erfüllt diesen Anspruch in hohem Maß. Die enge Verzahnung mit dem Fachmagazin P&G garantiert darüber hinaus die Aktualität von Insidern. Neuheiten der Branche werden zeitnah zur Einführung im Handel den Verbrauchern präsentiert und lösen so Begehrlichkeit aus. Und sie vermitteln die Atmosphäre des attraktiven, gut sortierten, professionell gestalteten Fachhandels mit Beratungskompetenz. proGusto ist damit die ideale

Plattform, um mit seinen Neuheiten über den Fachhandel in hochwertiger Optik und Druckqualität in die Haushalte zu gelangen und dort Kaufimpulse auszulösen. proGusto steht für Lifestyle, Produktinformation, Gebrauchsnutzen, Trends und Konsumfreude.

proGusto Das Magazin für Genuss, Deko & Lebensart

ist das offizielle Kundenmagazin für den Fachhandel aus dem Handelsverband Koch- und Tischkultur



1-2017 FRÜHLING

Erscheinungstermin
17.3.2017

Anzeigen- und
Druckunterlagenschluss
21.2.2017

Redaktionsschluss
17.2.2017

Kochideen

Frühling aus dem Wok
Fröhliches Osterbacken
Frischer Fisch für jeden Tag

Lebensart

Pflanzenmotive auf dem Tisch
Osterfreude im Haus
Edle Designstücke zum Verlieben

Service & Wissen

Aufräumen für Anfänger
Rund ums Osterfest
Pflegetipps für Küchenhelfer

2-2017 SOMMER

Erscheinungstermin
12.5.2017

Anzeigen- und
Druckunterlagenschluss
12.4.2017

Redaktionsschluss
7.4.2017

Kochideen

Rosenzauber aus der Küche
Köstlichkeiten zum Mitnehmen
Grillen macht glücklich

Lebensart

Bunte Gute-Laune-Accessoires
Maritimer Look auf dem Tisch
Wohnideen aus fernen Ländern

Service & Wissen

Kreative Ideen für Gartenfeste
Unverzichtbare Reise-Accessoires
Coole Getränke für Sommernächte

3-2017 HERBST

Erscheinungstermin
18.8.2017

Anzeigen- und
Druckunterlagenschluss
17.7.2017

Redaktionsschluss
13.7.2017

Kochideen

Alles aus einem Topf
Wald- & Wiesenleckereien
Köstliche Variationen mit Obst

Lebensart

Spiel der Herbstfarben
Naturlook im Haus
Tischschmuck mit Obst & Gemüse

Service & Wissen

Teestunde mit Wellnessfaktor
Rezepte & Tipps für die Erntezeit
Gemütliche Kaminstunden

4-2017 WINTER

Erscheinungstermin
27.10.2017

Anzeigen- und
Druckunterlagenschluss
27.9.2017

Redaktionsschluss
22.9.2017

Kochideen

Beste Plätzchen backen
Raffinierte Beilagen-Parade
Festmenü mit Gelinggarantie

Lebensart

Glanzpunkte in Gold & Silber
Lichtstimmungen zaubern
Gemütlichkeit mit Kissen & Co.

Service & Wissen

Das 1x1 der Festvorbereitung
Passende Geschenke für alle
Stilberatung für jeden Raum

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

Format	Satzspiegel	Heft-Format*	4-farbig incl. Anschnitt
2/1 Seite über Bund		420 x 297	7.200,-
1/1 Seite U4 1/1 Seite	190 x 252	210 x 297 210 x 237	3.990,-
2/3 Seite	190 x 168 126 x 252	210 x 198 140 x 297	2.660,-
1/2 Seite	190 x 126 95 x 252	210 x 148 105 x 297	1.995,-
1/3 Seite	190 x 84 63 x 252	210 x 99 70 x 297	1.330,-
1/3 Seite Editorial	63 x 252	70 x 297	1.600,-
1/3 Seite Inhaltsverz.	190 x 84 63 x 252	210 x 99 70 x 297	1.600,-
1/4 Seite	190 x 63 95 x 126	210 x 74 105 x 145	1.000,-

* Jeweils zzgl. 3 mm Beschnitt an allen Seiten.

Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird zusätzlich berechnet.

Sämtliche Anzeigenformate sind angeschnitten ohne Mehrpreis.

Produkt-Promotions

In den verschiedenen Rubriken können Produkt-Abbildungen mit einem zugehörigen Text platziert werden:

Produktabbildung inkl. Text (ca. 1/4 S.) 850 EUR

Produktabbildung inkl. Text (ca. 1/2 S.) 1.600 EUR

Redaktionelle PR-Stories

(Beispielsweise als Unternehmens- oder Anwenderstory)

1/1-Seite inkl. Texterstellung 2.000 EUR

2/1-Seiten inkl. Texterstellung 3.500 EUR

Rabatte/AE-Provision

Nachlässe zum Grundpreis bei Abnahme innerhalb eines Jahres

Malstaffel		Mengenstaffel	
2 Anzeigen	5%	2 Seiten	10%
3 Anzeigen	10%	4 Seiten	15%

Die AE-Provision von 15 % bei Schaltung über eine zugelassene Agentur wird gewährt auf Basis der angegebenen Tarife. Allgemeine Geschäftsbedingungen siehe letzte Seiten.

Beilagen/Einhefter

Prospektbeilagen/-hefter bis 25 Gramm: 3.330 EUR

Höhere Gewichte auf Anfrage; zusätzliche Postgebühren fallen nicht an.

Anlieferung von Beilagen/Einheftern

Mindestens 10 Arbeitstage vor Erscheinen frei Haus Druckerei.

5 Muster an den Verlag.

Verlagsanschrift

bit-Verlag Weinbrenner GmbH & Co. KG
Fasanenweg 18
70771 Leinfelden-Echterdingen
Telefon +49 (0)711/75 91-355
Telefax +49 (0)711/75 91-348
info@bitverlag.de
www.bitverlag.de

Verlagsleitung

Siegfried Elsaß
Telefon +49 (0)711/75 91-355
selsass@bitverlag.de

Redaktion

Yvonne Meininger (Chefredakteurin)
Telefon +49 (0)711/75 91-434
ymeininger@bitverlag.de
Stefanie Petzenhauser
Telefon +49 (0)711/75 91-433
spetzenhauser@bitverlag.de

Druckerei / Anlieferung für Beilagen

Druckerei Silber Druck oHG
Am Waldstrauch 1
34266 Niestetal

Auflage / Verbreitung

30.000 Exemplare
Namhafte GPK-Fachhändler in Deutschland setzen proGusto
regelmäßig als ihr Kundenmagazin am PoS ein.

Vertrieb

Reiner Pfeifle
Telefon +49 (0)711/75 91-247
abo@bitverlag.de

Jahrgang & Erscheinungsweise

5. Jahrgang 2017 / 4 Ausgaben pro Jahr

Internet www.bitverlag.de/progusto

Zeitschriftenformat 210 mm breit x 297 mm hoch

Satzspiegel 190 mm breit x 254 mm hoch, 3 Spalten je 60 mm breit

Druck- und Bindeverfahren

Offset. Abbildungen bis max. 70er Raster.
Direktbelichtung der digitalen Daten auf die Druckplatte (CTP)
Rückstichheftung

Bildformate Tiff, eps, jpg, – mindestens 300 dpi

Speichermedien CD-+R / DVD-+R

Druckdaten

Per E-Mail (jahnfeldt@bitverlag.de) oder
auf CD-ROM an die Verlagsanschrift.
Bitte liefern Sie einen farbverbindlichen Proof ISOcoatedV2/FOGRA.

Bankverbindungen

Baden-Württembergische Bank
BLZ 600 501 01, Konto-Nr.: 2 998 299
IBAN DE50 6005 0101 0002 9982 99
BIC SOLADEST

USt-Id-Nr.

DE 147646018

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 Vertragschluss 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 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.

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 oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Kosten des Verlages

15 Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

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 vor 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 enthalten) Abweichend von Nummer 16a berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagenangaben enthalten, 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 IVW. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr aus dem Auflagendurchschnitt der vier Quartale vor dem Insertionsjahr, soweit nicht vom Verlag eine absolute Auflagenzahl als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengenstaffel und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisminderung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde. Die mögliche Auflagenminderung errechnet sich als Saldo der Auflagenüber- und Auflagenunterschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Insertionsjahres. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturenvergütung als Naturalgutsschrift 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

für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen.

Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.

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 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.

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 Anzeigenabschlusstermin und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

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 Werbungsmitler 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 Auftragsaufträge 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 beanprucht, 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 Auftrags 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, deren 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 zugescherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugescherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

Anzeigenleitung/Mediaberatung

Joachim Ahnfeldt

bit-Verlag Weinbrenner GmbH & Co. KG
Fasanenweg 18, 70771 Leinfelden-Echterdingen
Telefon +49 (0)711/75 91-312
Telefax +49 (0)711/75 91-348
jahnfeldt@bitverlag.de

Kornelia Reckers

Telefon +49 (0)23 89/40 06 12
Telefon +49 (0)711/75 91-4 32
kreckers@bitverlag.de

bit-Verlag 

Weinbrenner GmbH & Co. KG

bit-Verlag Weinbrenner GmbH & Co. KG
Fasanenweg 18, 70771 Leinfelden-Echterdingen
Tel.: 0711/75 91-312 • Fax: 0711/75 91-348