

postmaster magazin



Fachzeitschrift für Datendruck, Dokument und Sendung

Mediadaten 2018

Mit jährlichen Supplements:
**Maschinenverzeichnis
und Wandkalender**

bit-Verlag 

Weinbrenner GmbH & Co. KG

Fasanenweg 18
70771 Leinfelden-Echterdingen
Tel.: 0711/75 91-312
Fax: 0711/75 91-348
www.postmaster-magazin.de

Kurzcharakteristik Postmaster-Magazin

Das Postmaster-Magazin ist die Fachzeitschrift für variablen Datendruck, Informationslogistik, Brief- und Mailing-Realisierung, Elektronikpost sowie Posteingangs- und -ausgangsverarbeitung in konventioneller und elektronischer Form: das umfassende Forum für die Digitaldruck-, Mailing- und Transaktionspost-Branche. Das Postmaster-Magazin informiert über die Optionen flexibler Digitaldruckverfahren, den Umgang mit klassischen und digitalen Dokumentenströmen, über Erstellung und Verbreitung konventioneller und elektronischer Transaktions- und Marketingbotschaften vom klassischen Postumlauf bis zu modernen Informationslogistik-Lösungen. Das Postmaster-Magazin ist das Informationsmedium für alle, die mit Digitaldruck, Dokument, Brief und Mailing zu tun haben.

Inhalts-Analyse: 2016 = 10 Ausgaben (01.07.2016 bis 30.06.2017)

Thematisch ausgewiesene Seiten:	466 Seiten	=	100,0 %
Im Fokus:	85 Seiten	=	18,2 %
Datendruck:	83 Seiten	=	17,9 %
Dokument:	102 Seiten	=	21,9 %
Sendung:	118 Seiten	=	25,3 %
Service:	78 Seiten	=	16,7 %

Organ:

Das Postmaster-Magazin ist Verbandsorgan von DVPT, DOXNET, VOI, BdKEP, BIEK, BITKOM, bevh, bbd und WKM.

Wer liest Postmaster?

Das Postmaster-Magazin geht 6-mal jährlich an Dokumentenprofis. Als persönliche Abonnenten oder Verbandsmitglieder sind ein großer Teil der Brief-, Druck- und Dokumenten-Verantwortlichen aktive Leser des Postmaster-Magazins:

Branchen- und Vertriebsstruktur:

Zielgruppe	Stückzahl	davon Abonnenten
Dokumenten- und Post-Verantwortliche von:		
• Versicherungsgesellschaften und -agenturen	142	65
• Banken, Sparkassen und Bausparkassen	100	45
• Industriebetrieben	281	128
• Ämtern, Verwaltungen und Behörden	297	135
• Dialogmarketing- und Fulfillmentunternehmen	184	84
• Verlagen, Film-/Funk-/Fernsehunternehmen	107	48
• Offset- und Digitaldruckereien	648	295
• Versand-/Internethandels-Unternehmen	134	61
• Großhandelsunternehmen	78	35
• Rechenzentren und Output-/Versanddienstleistern	363	165
• Systemhäusern und Softwareunternehmen	90	41
DMS-Spezialisten/ECM-Operatoren	273	124
Post- und Printprodukte-, Maschinen und Software-Hersteller	477	217
Briefdienstleister, Paket- und Kurier-Unternehmen	188	85
Betreiber von Post- und Paketlogistik-Agenturen	61	28
Gesamt/davon verkauft bzw. abonniert	3.596	1.636
Messe-Exemplare (Auflage) 1000		

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

Verlagsleitung: Dipl.-Volkswirt Siegfried Elsaß
Telefon: +49 (0) 711/75 91-355

Redaktionsleitung: Florian Döring (verantwortlich)
Tel.: +49 (0) 711/75 91-301
florian.doering@postmaster-magazin.de

Anzeigenleitung: Joachim Ahnfeldt
Telefon: +49 (0) 711 / 75 91-312
E-Mail: jahnfeldt@bitverlag.de

Verlag: 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

Postanschrift: Postfach 100116
70745 Leinfelden-Echterdingen

Jahrgang: 16. Jahrgang 2018

Erscheinungsweise: 6-mal jährlich

Auflage: 01. 01. bis 31. 12. 2016 (pro Ausgabe im Durchschnitt)
Druckauflage: 3.665 Exemplare
Verbreitete Auflage: 3.596 Exemplare

Auflagenkontrolle: 

Erscheinungs-/Redaktionsplan:
siehe unter Termine und Themen, Seite 6

Bezugspreise: (einschl. Porto und MwSt.)
Einzelverkaufspreis 7,90 EUR
Jahresabonnement* 66,34 EUR
Jahres-Abonnement* Ausland: 72,00 EUR inkl. Porto
*6 Ausgaben + Maschinenverzeichnis + Wandkalender

Umfangsanalyse: **2016 = 10 Ausgaben**
Gesamt-Seitenzahl 772 Seiten = 100,00 %
redaktionelle Seiten: 582 Seiten = 75,40 %
Anzeigen: 190 Seiten = 24,60 %
Beilagen: 1 Stück

Internet: www.postmaster-magazin.de

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

Format	Satzspiegel	Heft-Format*	4c-Preis /€	4c-Preis /€ incl. Anschnitt*
1/1 Seite	176 x 255	210 x 297	3.600,00	3.960,00
2/3 Seite	115 x 255	140 x 297	2.400,00	2.640,00
1/2 Seite	176 x 125 86 x 255	210 x 148 105 x 297	1.800,00	1.980,00
1/3 Seite	176 x 82 56 x 255	210 x 99 70 x 297	1.200,00	1.320,00
1/4 Seite	176 x 60 86 x 125 41 x 255	210 x 74 52 x 297	900,00	990,00
1/8 Seite	176 x 28 86 x 60	210 x 37 52 x 148	450,00	495,00

* Beschnittzugabe 3 mm an allen Seiten
mm-Preis für Stellen- und Gelegenheitsanzeigen
pro Spalte (56 mm breit): 5,20 € / (40 mm breit): 3,90 €

Spartenanzeigen (Preise in Euro):

Höhe	1. Sparte	2. Sparte	3. Sparte	weitere Sparte
Basiseintrag*	180,00	90,00	85,00	80,00
20 mm	520,00	360,00	220,00	210,00
60 mm	1.560,00	1.080,00	660,00	630,00
mm-Preis	26,00	18,00	11,00	10,50

Der Preis gilt jeweils für 1 Jahr (6 Ausgaben), Spartenanzeigen sind nicht
AE-rabattierbar. Anzeigengestaltungs-Service auf Anfrage

* Basiseintrag besteht aus Firmen-Name und Internet-Adresse

Sonderpreise:

PR-Sonderveröffentlichungen zu speziellen
Anlässen und Schwerpunktthemen: auf Anfrage.
Texteinträge und Sonderveröffentlichungen sind
nicht AE-rabattierbar.
Titelkombi: Titelblatt-Zentralmotiv,
Titelstory doppelseitig: 3.850,00 Euro
4. Umschlagseite: 4.200,00 Euro

Alle Preise in Euro zzgl. MwSt.

Chiffregebühren:

EUR 8,-; Luftpostgebühren gesondert;
Nachforderungen bei Portomehraufwand
vorbehalten

Zuschläge:

Sonderfarben auf Anfrage
Platzierungswunsch-Zuschlag 20 %
Anzeigengestaltungs-Service auf Anfrage

AE-Provision:

15 %

**Rabatte bei
Abnahme innerhalb
eines Jahres:**

bei 2 Anzeigen	3 %	bei 2 Seiten	5 %
bei 4 Anzeigen	5 %	bei 4 Seiten	7 %
bei 6 Anzeigen	7 %	bei 6 Seiten	10 %
bei 8 Anzeigen	10 %	bei 8 Seiten	12 %
bei 10 Anzeigen	12 %	bei 10 Seiten	15 %

**Kombinations-
Rabatt:**

Jeweils 3% zur Malstaffel pro zusätzlich
gebuchtem Magazin aus dem bit-Verlag

Einhefter:	Höchstformat 210 mm breit x 297 mm hoch zzgl. 6 mm Beschnitt am Kopf und Fuß, 3 mm im Bund und rechts (= 216 x 309 mm) 2-seitig A4, bis 150 g/m ² : 2.170,00 Euro 4-seitig A4, bis 150 g/m ² : 2.310,00 Euro
Aufgeklebte Werbemittel:	auf Anfrage
Beilagen:	Höchstformat 200 mm breit x 290 mm hoch bis 20 g: 320,00 Euro/% 20-50 g: 350,00 Euro/% jedes weitere Gramm: 2,55 Euro/% Teilauflagen auf Anfrage
Teilbelegung:	Belegung von Teilauflagen ist nur mit Beilagen möglich (nur komplette Postleitzonen), Aufpreis hierfür 30 % (Mindestauflage: 3.000 Stück).
Liefermenge:	Benötigte Anzahl Beilagen/Einhefter: 4.000 Ex.
Versandanschrift für Einhefter und Beilagen:	Druckerei Raisch GmbH + Co. KG Auchterstr. 14 72770 Reutlingen
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“.

**Sonderdrucke aus dem
Postmaster-Magazin:** Inkl. Copyright. Kleine Änderungen
(z.B. Anzeige austauschen) sind im Preis enthalten,
größere Änderungen werden nach Aufwand
berechnet. Preise auf Anfrage; Sonderdrucke sind
nicht AE-rabattierbar.

**Copyright-Pauschale
für druckfähiges PDF:** 95,00 Euro pro Seite

**Druck- und
Bindeverfahren:** Offset, Klebebindung

Druckunterlagen: Per E-Mail (jahnfeldt@bitverlag.de)
oder auf CD-ROM an die Verlagsanschrift.
Für Farbverbindlichkeit ist ein Proof erforderlich.
Unterlagen werden auf Bestellung zurückgeschickt,
sonst vernichtet.

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

**Zahlungs-
bedingungen:** Zahlbar innerhalb 8 Tagen
nach Rechnungsdatum 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

Ausgabe	Termine	Messen und Events	Schwerpunkt-Themen
1	ET: 06.02. RS: 12.01. DU: 19.01.		<ul style="list-style-type: none"> • Mailing und Crossmedia-Marketing • EU-DSGVO 2018
2	ET: 13.03. RS: 16.02. DU: 23.02.	LogiMAT 13.-15.03. Böwe System Exclusive Days 18.04. Digital Factory 23.-27.04.	<ul style="list-style-type: none"> • Kuvertiermaschinen und -technik • Scannen und Capturing
3	ET: 15.05. RS: 20.04. DU: 27.04.	Cebit 11.-15.06. PDL-Forum 13./14.06. Direct Mail Days 13./14.06. Doxnet 25.-27.06.	<ul style="list-style-type: none"> • Frankierung und DV-Freimachung • Post sortieren und verarbeiten
4	ET: 10.07. RS: 15.06. DU: 22.06.	inkl. Postmaschinen-Verzeichnis 2018/2019	<ul style="list-style-type: none"> • Poststelleneinrichtung und -management • Post- und Briefdienstleister national und international
5	ET: 11.09. RS: 17.08. DU: 24.08.	Post Expo 09.-11.10 Postmarktforum. 10./11.10. Neocom 10./11.10. dmexco 12./13.09. FachPack 25.-27.09. Graph Expo 30.09.-03.10. it-sa 09.-11.10. Druck+Form 10.-13.10.	<ul style="list-style-type: none"> • Output-Management • Substrate für den Digitaldruck
6	ET: 13.11. RS: 19.10. DU: 26.10.	Kühn & Weyh 05./06.11. Compacting 15./16.11. inkl. Kalender 2019	<ul style="list-style-type: none"> • Der Postmaster-Jahresrückblick: Innovationen 2018

* ET = Erscheinungstermin, RS = Redaktionsschluss, DU = Druckunterlagenschluss

Kooperationen

- 
 Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V.
- 
 The Document X-perts Network e. V.
- 
 Bundesverband Briefdienste e. V.
- 
 Bundesverband E-Commerce und Versandhandel
- 
 Bundesverband Kurier-Express-Post-Dienste e. V.
- 
 Verband Organisations- und Informationssysteme e. V.
- 
 Bundesverband Paket und Expresslogistik (BIEK)
- 
 Deutscher Verband für Post, Informationstechnologie und Telekommunikation e. V.
- 
 WKM - Wirtschaftsverband Kopie & Medientechnik

Web-Adresse (URL): www.postmaster-magazin.de

Kurzcharakteristik Postmaster-online:

Wer ganz aktuell Bescheid wissen muss über Dokumenten- und Datenströme, über variablen Datendruck, Systeme und Lösungen für In- und Output, über die verschiedenen Kanäle für die Übertragung und Versand von Transaktions- und Marketingdokumenten, liest zweimonatlich das Postmaster-Magazin und wöchentlich Postmaster-online. Jeden Montag, wenn die neue Ausgabe erscheint, sind die Verantwortlichen der Dokumenten- und Postbranche online, um sich auf den neuesten Branchenstand zu bringen.

Site-Aufbau und feste Rubriken: Postmaster-online hat folgende Bereiche:

- **Datendruck:** Vorbereitung, Realisierung, Weiterverarbeitung sowie Farbe und Substrate bei allen Verfahren des individualisierten Digitaldrucks
- **Sendung:** Verarbeitung, Kuvertierung/Verpackung, Signalisierung und Frankierung, Versand und Zustellung von Sendungen aller Art.
- **Dokument:** Erfassungs-, Verarbeitungs- und Konsolidierungsprozesse und die dazugehörigen Produkten und Maschinen
- **Dienstleister:** Digitaldruckservice für Transaktions- und Marketingpost, Eingangs- und Ausgangspostdienstleistungen, Daten- und Archivservices, Post- und Versandlogistikdienste
- **Branchenüberblick:** Adressen zu Herstellern und Dienstleistern rund um Druck und Dokument
- **Terminkalender:** Messen, Kongresse, Fortbildungen und andere Veranstaltungen zu den Themen Dokument, IT-Lösungen, Produktion und Post

und außerdem:

- **Postmaster-Service:** Informationen zum Postmaster-Magazin – Mediadaten, Abonnement-Bestellung, Sonderpublikationen u.a.m.

Die **Wochenschau** informiert jeden Montag per E-Mail über die aktuellen Nachrichten auf www.postmaster-magazin.de.

Preise für Online-Werbung 2018

Das Hauptbanner: Auf allen Seiten von Postmaster-online Banner-Werbung im Format 728 x 90 Pixel (Vollbanner), bzw. 364 x 60 Pixel (Halbbanner).
Preise für 4 Wochen: Halbbanner 350,00 Euro – Vollbanner: 550,00 Euro
Platinum-Präsenz (Vollbanner, ganzjährig): 4.900,00 Euro

Die Wochenschau-Partnerschaft: Jahrespreis Wochenschau-Partnerschaft (Firmenlogo im Kopfteil der Homepage und im Newsletter): 1.750,00 Euro

Online-Anzeigen: Die Langstrecken-Präsenz in verschiedenen Bereichen der Website; Maße 150 x 50 Pixel (Sonderhöhen auf Anfrage)
Preis für 1 Jahr: 950,00 Euro
Platzierung im Themenbereich nach Wahl, Promotion rechts neben den Rubrik-Texten auf der Homepage; Maße 150 x 50 Pixel (Sonderhöhen auf Anfrage)
Preis für 1 Jahr: 650,00 Euro

Anzeigen im E-Mail-Newsletter: Textanzeige im wöchentlichen Newsletter: 500,00 Euro. Sprechen Sie mit unserer Anzeigenabteilung.

Sparten-Anzeigen im Branchenverzeichnis: 3 Spalten: Logo: Breite 210 Pixel, Höhe bis 150 Pixel, Claim max. 120 Zeichen, vollständige Adresse, Preis für 1 Jahr – 1. Rubrik: 240,00 Euro, für jede weitere Rubrik: 120,00 Euro Platzierung an Rubrikbeginn auf Anfrage

Sonderpreise: Sonstige Anzeigenpreise auf Anfrage; Kombi-Tarife auf Anfrage; Anzeigengestaltungs-Service auf Anfrage

Datenanlieferung: 7 Tage vor Schaltbeginn per E-Mail
Datei-Format: JPG, GIF, PNG oder Flash

Kurzcharakteristik Maschinen-Verzeichnis

Nachschlagewerk für alle, die täglich mit der Erstellung, Konfektionierung und Verarbeitung von Dokumenten, Briefen und Sendungen zu tun haben. Es enthält in 28 Kategorien Informationen zu vielen hundert Geräten und Maschinen. Das Postmaschinen-Verzeichnis gibt es als klassisches Nachschlagewerk. Die Print-Ausgabe 2018/2019 erscheint im Juli 2018.

Die Maschinengruppen:

Druck

- Blattdrucker
- Rollen-Digitaldrucker

- Mobile Scanner
- Brieföffnermaschinen
- Aktenvernichter
- Direktbedrucker
- Tabber/Etikettierer

Druck-Weiterverarbeitung

- Auf- und Abwickler
- Quer- und Längsschneider
- Block-/Formatschneider
- Trimmer
- Falzmaschinen
- Broschürensysteme

Output

- Kuvertierstraßen
- Sendungs-Komplettsysteme
- Kartenversandmaschinen
- Postboxensysteme
- Sortiermaschinen
- Kartenfalzmaschinen

Poststelle

- Tischkuvertierer
- Frankiermaschinen
- Produktionsscanner

Sendungsverarbeitung

- Transportschutz-Spender
- Paketwaagen
- Umreifungsmaschinen
- Folienverpackungs-Systeme

Erscheinungsweise: einmal jährlich, 10.07.2018
Jahrgang: 11. Jahrgang
Bezugspreis: 14,50 Euro (Einzelpreis inkl. MwSt.) zzgl. Versand

Wer bekommt das Maschinen-Verzeichnis?

Die Print-Ausgabe des Postmaschinen-Verzeichnisses 2018/2019 liegt der gesamten Auflage des Postmaster-Magazins bei und hat damit die gleiche Branchen- und Vertriebsstruktur wie das Postmaster-Magazin. Außerdem gehen mehr als 1.000 Exemplare an den Online-Vertrieb und den Freiverkauf.

Advertorial/Verlagssonderveröffentlichung (Print-Ausgabe):

wahlweise im allgemeinen Teil oder im Tabellen-Teil

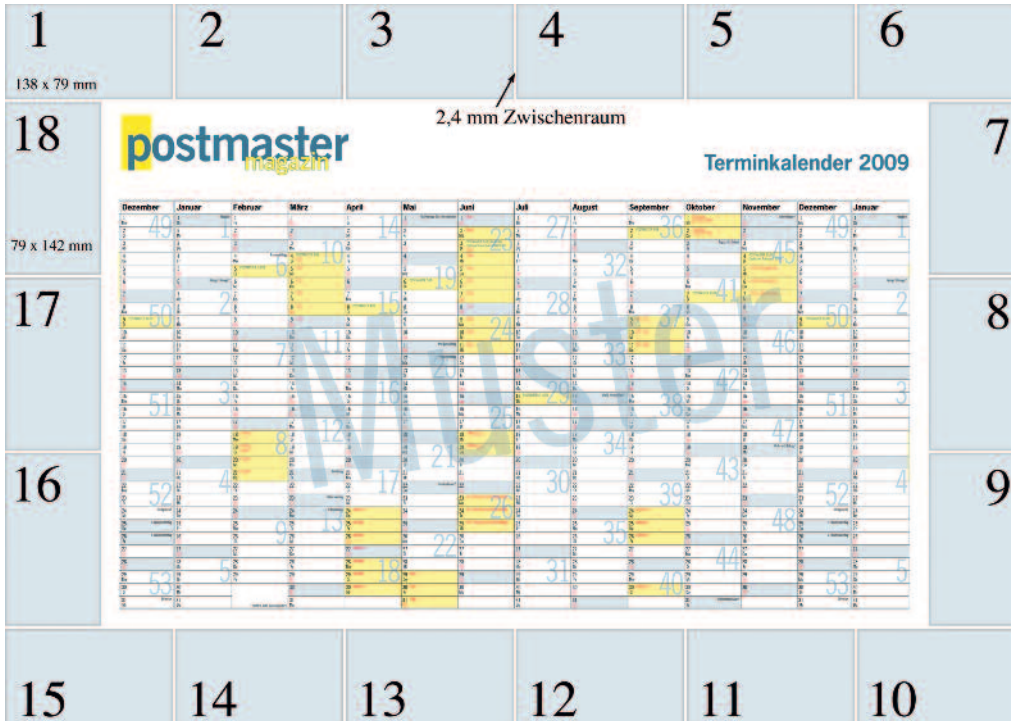
1 Seite farbig	1.600,00 Euro
jede zusätzliche Seite	900,00 Euro

Top-Einträge im Katalogteil des Maschinen-Verzeichnisses:

detaillierter Eintrag mit Firmenlogo und Maschinen-Abbildung

Einzeleintrag	450,00 Euro
ab 3 Einträge je	300,00 Euro
ab 10 Einträge je	180,00 Euro

Die Preise gelten jeweils für 1 Jahr ab Erscheinen der nächsten Print-Ausgabe und werden sofort berechnet.



Erscheinungstermin:
13. 11. 2018

Feldgrößen:
quer: 138 x 79 mm
hoch: 79 x 142 mm

Preis:
1 Feld kostet € 550,-

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 Billigung 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 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 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 Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantieauflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie bei einer Garantieauflage bis zu 50.000 Exemplaren mindestens 20 v. H., bei einer Garantieauflage bis zu 100.000 Exemplaren mindestens 15 v. H., bei einer Garantieauflage bis zu 500.000 Exemplaren mindestens 10 v. H., bei einer Garantieauflage über 500.000 Exemplaren mindestens 5 v. H. beträgt.

Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt.

Als Garantieauflage 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 Preiserminderungsansprüche 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 Preiserminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (Garantieauflage) von bis zu 500.000 Exemplaren 10 v.H. und bei einer Auflage (Garantieauflage) 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 Preiserminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengentafel und für mindestens drei Ausgaben.

Grundlage für die Berechnung der Preiserminderung 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 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 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 offestehender 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 beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss spätestens bis zum Abschluss des Insertionsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden.

Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag.

Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

22 Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt.

Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugefertigten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des 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 Auftrages 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 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/Mediaberatung

bit-Verlag Weinbrenner GmbH & Co. KG

Fasanenweg 18

70771 Leinfelden-Echterdingen

Anzeigenleitung

Joachim Ahnfeldt

Tel.: 0711/75 91-312

Fax: 0711/75 91-348

Mail: jahnfeldt@bitverlag.de

Mediaberatung

Tel.: 0711/7591-303

Fax: 0711/7591-348

Mail: mediaberatung@bitverlag.de