

DLG LEBENSMITTEL

DIE FACHZEITSCHRIFT FÜR SENSORIK, TECHNIK & QUALITÄT

NEU:

Monatlicher
Newsletter

Partner
Zeitschrift

**ANUGA
FOOD
TEC**





Die Medienmarke: **DLG** **LEBENSMITTEL** DIE FACHZEITSCHRIFT FÜR SENSORIK, QUALITÄT & PRODUKTION

- Fachinformation: Magazin + Karriere Guide
Monatlicher Newsletter
- Fachbücher: Wirtschaft/Wissenschaft
- Fachveranstaltung: Seminare – Foren
- Sensorikzubehör

Partner
Zeitschrift



Zielgruppe: Investitionsentscheider, Entwickler, Techniker

Themenspektrum: Technik, Sensorik,
Qualität und Produktion

INHALTSVERZEICHNIS

Titel-Portrait	Seite 3
Termin- und Themenplan	Seite 4
Preisliste	Seite 5
Kontakte	Seite 6
Formate und technische Angaben	Seite 7
Empfänger-Struktur-Analyse	Seite 9
Leser-Struktur-Analyse	Seite 10





01. Titel

DLG Lebensmittel

02. Kurzcharakteristik

DLG Lebensmittel ist die Fachzeitschrift der DLG e.V. (Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft), die mit 30.000 Mitgliedern eine der führenden Organisationen der deutschen Agrar- und Ernährungswirtschaft ist. **DLG Lebensmittel** ist die führende Fachzeitschrift für Technologie, Sensorik, Qualität und Herstellung von Lebensmitteln. **DLG Lebensmittel** informiert 4 x pro Jahr über aktuelle Themen, Trends und Projekte in den wichtigsten Lebensmittelbranchen.

DLG Lebensmittel ist die Partner-Zeitschrift der Anuga FoodTec.

03. Zielgruppe

DLG Lebensmittel ist die wichtigste Informationsquelle für alle, die sich in den Bereichen Produktionstechnik, Produktentwicklung, Qualitätssicherung und Lebensmittelqualität beschäftigen. Hier informieren sich zudem die Investitionsentscheider „Produktionsanlagen“ der Getränke-/Lebensmittelhersteller über neue Techniklösungen.

04. Erscheinungsweise

4 x im Jahr

05. Heftformat

DIN A4

06. Jahrgang

19. Jahrgang 2024

07. Bezugspreis

Einzelverkaufspreis Inland

5,50 EUR zzgl. Versand 3.- EUR

Einzelverkaufspreis Ausland

5,50 EUR zzgl. Versand 7.- EUR

08. Organ

–

09. Mitgliedschaft/Teilnahme

IVW

10. Verlag

DLG-Verlag GmbH

Eschborner Landstraße 122

60489 Frankfurt am Main

11. Herausgeber

DLG e.V.

Eschborner Landstraße 122

60489 Frankfurt am Main

12. Anzeigenleitung

Kai-Uwe Busch

E-Mail: k.busch@dlg.org

Tel: 069 24788-483

13. Redaktionsleitung

Guido Oppenhäuser

E-Mail: g.oppenhaeuser@dlg.org

Tel: 069 24788-213



Anzeigenrelevante Messen 2024:

- ProSweets Cologne, 28. bis 31.01.2024
- BioFach: 13. bis 16.02.2024

- Anuga FoodTec, 19. bis 22.03.2024
- Fachpack, 24. bis 26.09.2024

- ProSweets Cologne, Februar 2024

Ausgabe	Lebensmittel- technologie	Verpackung	Ingredienzen	Analytik/Hygiene	Veranstaltungen	Special	Qualität, Sensorik, New Food
1/2024 ET: 01.03.24 AS: 26.01.24 DU: 02.02.24 Anuga FoodTec Messeheft	Anuga FoodTec Special ■ Pulver- und Schüttguttechno- logie	■ Verpackungsde- sign/nachhaltige, recyclbaren Verpackungsmate- rialien	■ Alternative Prote- ine/Plant-based/ Premixe	■ Hygienic Design/ Hygieneüberwa- chung	■ Anuga FoodTec 2024 (Messe- Preview) ■ ProSweets Colo- gne 2023 (Messe- Rückblick)	■ Fermentation – Basis der Protein- wende	■ Internationale Entwicklungen und Trends in der Sensorik
2/2024 ET: 24.05.24 AS: 19.04.24 DU: 26.04.24	■ Schwerpunkt Technologie Süß- & Backwaren	■ Prüfen, Verpacken und Kennzeichnen	■ Stabilisieren/Fär- ben/Texturieren	■ Hygienetechnik/ Prozessanalytik	■ Anuga FoodTec 2024 (Messe- Rückblick) ■ BioFach 2024 (Rückblick)	■ Special: Automa- tisierung, Robotik, KI	■ Upcycling in der Lebensmittelver- arbeitung
3/2024 ET: 30.08.24 AS: 26.07.24 DU: 02.08.24	■ Schwerpunkt Technologie Milch & Getränke	■ Handling & Trans- port	■ Mikronährstoffe/ Aromen/Süßungs- mittel/Funktio- nelle Ingredienzen	■ Messen & Regeln	■ Fachpack 2024 (Messe-Preview)	■ Special: Hygiene	■ Sensorische Schnellmethoden
4/2024 ET: 08.11.24 AS: 04.10.24 DU: 11.10.24	■ Schwerpunkt Technologie Pro- teine & Fleisch- waren	■ Lagertechnik/ Roboterbasierte Verpackungs- anlagen, Verpa- ckungslinien	■ Reformulieren/ Pflanzenfasern/ Hydrokolloide	■ Hygienische Komponenten/ Reinigung	■ Fachpack 2024 (Messe-Rückblick) ■ ProSweets Colo- gne 2024 (Messe- Preview)	■ Special: Energie	■ Food Fraud – Innovative Technologien gegen Lebensmit- telbetrug

Sonderheft 08.11.2024
+ DLG Lebensmittel Karriere Guide 2024
Auflage 25.000 Exemplare

01. Anzeigenpreise

Im Satzspiegel			
	s/w 2024	2c 2024	4c 2023
U2, U3 und U4	4.807 EUR	5.045 EUR	5.501 EUR
1/1 Seite	4.004 EUR	4.513 EUR	5.308 EUR
2/3 Hochformat	2.932 EUR	3.780 EUR	4.122 EUR
1/2 Seite	2.420 EUR	2.809 EUR	3.327 EUR
1/3 Seite	1.879 EUR	2.137 EUR	2.492 EUR
1/4 Seite	1.609 EUR	1.868 EUR	2.213 EUR
1/6 Seite	1.068 EUR	1.330 EUR	1.656 EUR
1/8 Seite	662 EUR	927 EUR	1.239 EUR
Panoramaseite			
2x 1/2 Seite 4c	6.068 EUR		
2x 1/1 Seite 4c	9.172 EUR		
Beilage			
bis 25 gr.	2.350 EUR		
Einhefter			
4-seitig	5.450 EUR		
Mengenstaffeln			
Bei der Schaltung von 2 Anzeigen:	10 % Rabatt		
Bei der Schaltung von 3 Anzeigen:	15 % Rabatt		
Bei der Schaltung von 4 Anzeigen:	20 % Rabatt		

02. Zuschläge

nicht rabattierbar

Platzierung

bindende Platzierungsvorschriften (ab 1/4 Seite)
Zuschlag auf den jeweiligen Anzeigenpreis 10 %

03. Rabatte

bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten (Insertionsjahr)
2 Anzeigen = 10 %, 3 Anzeigen = 15 %, 4 Anzeigen = 20 %
Beilagen werden nicht rabattiert, Beihefter werden rabattiert
(1 Blatt = 1/1 Anzeigenseite).

04. Rubriken

pro mm 1-spaltig, 44 mm breit, Stellengesuche 1,85 EUR, Stellenangebote 2,25 EUR, Gelegenheitsanzeigen 2,55 EUR, Chiffre-Gebühr inkl. Offerten-Porto 17,- EUR

05. Sonderwerbeformen

Festformatanzeigen möglich, weitere Informationen auf Anfrage.

06. DLG Lebensmittel-Newsletter

Erscheinungsweise: monatlich, letzter Donnerstag im Monat
Empfänger: 12.500 deutschsprachig
Werbemittel: Advertorial (Wort-Bild-Anzeige)
Euro 850,- je Newsletteraussendung



01. Kontakt

Anzeigenleitung

Kai-Uwe Busch

Tel: +49 69 24788-483,

Fax: +49 69 24788-484

Mobil: +49 173 7576034

E-Mail: k.busch@dlg.org

Homepage: www.dlg-verlag.de

in den PLZ-Bereichen 0, 1, 6, 7, 8, 9 sowie Ausland

DLG-Verlag GmbH

Kai-Uwe Busch

Eschborner Landstrasse 122

60489 Frankfurt

Tel: +49 69 24788-483

Fax: +49 69 24788-484

E-Mail: k.busch@dlg.org



in den PLZ-Bereichen 2, 3, 4, 5

Verlagsbüro Köhler

Edeltraud Köhler

In der Meffert 31

42799 Leichlingen

Tel: +49 2175 8882234

Fax: 49 2175 8882235

E-Mail: ek@koehler-adservice.de



02. Zahlungsbedingungen/Bankverbindung

30 Tage netto

Nassauische Sparkasse, Wiesbaden

IBAN DE37 5105 0015 0159 0006 45

SWIFT-BIC: NASSDE55XXX

Formate und technische Angaben

Druckverfahren: Offsetdruck

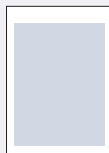
E-Mail: k.busch@dlg.org (nicht über 9 MB)

Dateiformate: Belichtungsfähige PDFs (Schriften eingebunden, Bilder mit 300 dpi) mit Farbandruck/Proof.

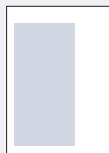
Nicht geeignet: JPEG-Komprimierung, Daten aus Schreibprogrammen (z.B. Word), Haarlinien, RGB/LAB-Bilder. Zusätzlicher Aufwand für die Belichtung von Daten, welche nicht belichtungsfähig oder nicht wie vorgegeben geliefert werden, wird in Rechnung gestellt. Reklamationsansprüche sind in diesem Fall ausgeschlossen.



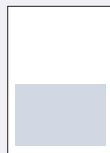
Anzeigenformate (Breite x Höhe) im Satzspiegel (ohne Beschnitt):



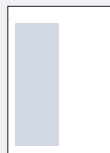
1/1 Seite
178 x 260 mm



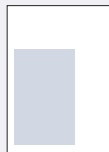
2/3 Seite hoch
116,6 x 260 mm



1/2 Seite quer
178 x 127 mm



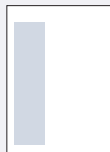
1/2 Seite hoch
86 x 260 mm



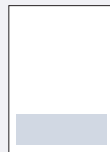
Junior Page
116,6 x 165 mm



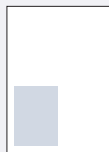
1/3 Seite quer
178 x 78 mm



1/3 Seite hoch
55,3 x 260 mm



1/4 Seite quer
178 x 58,5 mm



1/4 Seite hoch
86 x 127 mm

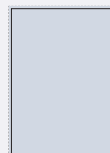


1/6 Seite quer
116,6 x 58,5 mm
1/6 Seite hoch
55,3 x 127 mm



1/8 Seite quer
116,6 x 37 mm
1/8 Seite hoch
55,3 x 82,7 mm

Anzeigenformate (Breite x Höhe) im Anschnitt (plus 3 mm Beschnitt):



1/1 Seite
210 x 297 mm



2/3 Seite hoch
210 x 198 mm



1/2 Seite quer
210 x 148,5 mm



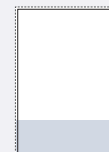
1/2 Seite hoch
105 x 297 mm



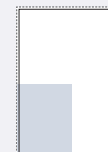
1/3 Seite quer
210 x 99 mm



1/3 Seite hoch
70,3 x 297 mm



1/4 Seite quer
210 x 74 mm



1/4 Seite hoch
105 x 148,5 mm

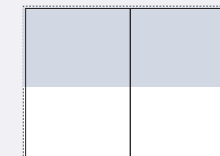


1/6 Seite quer
210 x 49,5 mm

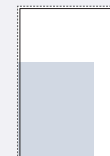
Anzeigenformate (Breite x Höhe) Panorama (plus 3 mm Beschnitt):



2/1 Seite
420 x 297 mm



2 x 1/2 Seite
420 x 148,5 mm



Junior Page
132 x 188 mm



01. Beilagen

Bedingung für die Auftragsannahme und -bestätigung durch den Verlag ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters mit Größen- und Gewichtsangabe. Beilagen dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungstreibenden werben. Sie müssen so gestaltet sein, dass sie mit dem Textteil der Zeitschrift nicht verwechselt werden können. Die Platzierung erfolgt den technischen Möglichkeiten entsprechend.

02. Beilagenhinweis

Ein Beilagenhinweis wird kostenlos im Anzeigenteil aufgenommen.

03. Benötigte Auflage

8.500 Exemplare

04. Anliefertermin

Bis 7 Tage nach Anzeigenschluss, siehe Termin- und Themenplan Seite 3.

05. Format

Maximal 200 mm breit x 290 mm hoch

06. Versandanschrift

Bonifatius GmbH
Karl-Schurz-Straße 26
33100 Paderborn

07. Technische Angaben

Beilagen werden lose eingelegt. Sie müssen aus einem Stück bestehen und so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Verarbeitung entfällt. Erschwernisse bei der Verarbeitung und zusätzliche Arbeiten (z.B. Falzen) werden gesondert in Rechnung gestellt. Beilagen, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters zur Prüfung der Möglichkeiten von Verarbeitung und Versand angenommen werden. Sofern die Beilage aus mehreren Blättern besteht muss sie zum Bund, also in Einsteckrichtung, geschlossen sein.

08. Aufgeklebte Postkarten

auf Beiheftern oder Anzeigen werden wie folgt berechnet: 54.– EUR pro Tausend inkl. Portokostenanteil zzgl. Klebekosten: Maschinelles Aufkleben ist bei paralleler Klebekante zum Bund und mind. 1 cm bis max. 7 cm Entfernung zum Bund in variabler Höhe möglich.

Klebekosten: 20.– EUR pro Tausend. In anderen Fällen, auch bei schräger Platzierung, werden Klebekosten von 133.– EUR pro Tausend für manuelles Aufkleben berechnet.

09. Weitere Werbemittel

(Warenmuster, CD/DVD etc) werden als Beilage berechnet. Klebekosten auf Anfrage mit Vorlage eines verbindlichen Musters. Aufkleben ist bei paralleler Klebekante zum Bund und mind. 2 cm bis max. 7 cm Entfernung vom Bund in variabler Höhe möglich.



01. Auflagenkontrolle: IVW 2/2023

02. Auflagen-Analyse:

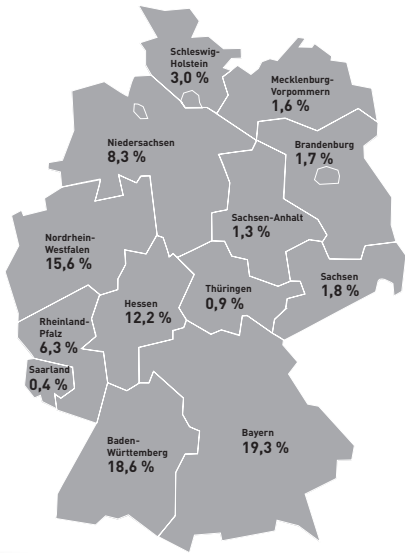
Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt (2. Quartal 2023)

Auflagen- und Verbreitungsanalyse			
Druckauflage	8.500		
Verbreitete Auflage (tvA)	8.438	davon Ausland	195
Verkaufte Auflage	252	davon Ausland	45
Abonnierte Exemplare	252	davon Mitgliederstücke	45
Einzelverkauf		davon Ausland	
Einzelverkauf-Lieferung		davon Ausland	
Sonstiger Verkauf	1	davon Ausland	1
Freistücke	8.186	davon Ausland	150
davon ausgelegt	1.000		

03. Verbreitung nach Bundesländern (eigene Erhebung):

	%	Versandadressen
Bayern	19,3	4.076
Baden-Württemberg	18,6	3.929
Berlin	0,7	148
Brandenburg	1,7	359
Bremen	0,7	148
Hamburg	1,3	275
Hessen	12,2	2.577
Mecklenburg-Vorpommern	1,6	338
Nordrhein-Westfalen	15,6	3.295
Niedersachsen	8,3	1.753
Rheinland-Pfalz	6,3	1.331
Sachsen-Anhalt	1,3	275
Sachsen	1,8	380
Saarland	0,4	84
Schleswig-Holstein	3,0	634
Thüringen	0,9	190
Ausland	6,3	1.331
gesamt	100,0	21.121

3.1 Verbreitung nach Bundesländer:



Unsere Leser sind Top-Entscheider

Wechselversand nach Heftschwerpunkten:
Besucher Anuga FoodTec

Standardversand: DLG-Community + Abonnenten

+ Preis-/Leistungssieger 1.000er-Preis

Basis 1/1 Seite 4c 2023; verbreitete Auflage Deutschland (IVW 2/23):

DLG Lebensmittel: Euro 610,81

dei: Euro 664,83

Lebensmittel Technik: Euro 720,17

01. Branchen/Wirtschaftszweige

Branche:	Anteil	
	%	Adressen Wechselversand
Getränke	12,2	2.566
Aromen, Essenzen, Gewürze	2,1	444
Backwaren	9,0	1.901
Feinkost/Fertiggerichte/Instant/Babynahrung	5,4	1.141
Eiscreme	1,9	401
Fleisch, Geflügel, Fisch, Wurst	12,8	2.703
Kaffee, Tee	2,9	613
Süßwaren, Kakao, Zucker	5,1	1.077
Konserven, Sauerkonserven	3,5	741
Molkerei (Milch, Käse,...)	11,5	2.429
Obst, Gemüse, Kartoffeln	4,1	866
Öl, Fett, Margarine	4,3	908
Stärke, Getreidemahlerzeugnisse, Cerealien	1,3	275
Teigwaren	4,5	959
Tiefkühlkost	7,5	1.584
Sonstige (inkl. Maschinenhersteller)	11,9	2.513
Gesamt	100	21.121

02. Betriebsbereiche

Betriebsbereiche:	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Produktion, Betriebsleitung	28,0	2.364
F + E (Forschung + Entwicklung), Konstruktion	22,2	1.869
Qualitätssicherung	19,5	1.647
Geschäftsleitung	16,3	1.376
Marketing	3,1	262
Einkauf	5,5	464
Labor	1,6	135
Abfüllung/Verpackung	3,8	321
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100	8.438

03. Tätigkeitsmerkmale

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
F + E, Qualitätssicherung, Maschinenentwicklung	60,5	5.103
Geschäftsführung/ Vorstand	12,0	1.011
ohne Angabe	6,8	575
Ndl.-, Werks-, Betriebs-, Bereichs-, Projektleitung	14,8	1.249
Abteilung (ohne Person)	5,7	484
Assistenz	0,2	16
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100	8.438

Kurzfassung der Erhebungsmethode

1. Methode:

Empfänger Strukturanalyse durch Dateiauswertung

2. Grundgesamtheit tvA:

8.438

3. Stichprobe:

Totalerhebung

4. Zielperson der Untersuchung:

Die in der Datei erfassten Empfänger

5. Zeitraum der Untersuchung:

30.08.2023

6. Durchführung der Untersuchung:

DLG Vertrieb

■ Allgemeine Geschäftsbedingungen

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

2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

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

6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmte Nummern, 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.

7. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich gemacht.

8. Der Verlag behält sich vor, Aufzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist.

9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Per Datenfernübertragung übermittelte Anzeigenvorlagen übernimmt der Verlag wie angeliefert. Verantwortlich für die Erstellung der Daten sowie für die Durchführung aller Korrekturen ist allein der Ersteller bzw. Lieferant der Daten. Der Verlag nimmt keine Eingriffe am gelieferten Datenbestand vor. Für Fehler in diesen Unterlagen und deren Folgen haftet der Auftraggeber. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an.

10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages.

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 innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

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

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

14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung der laufenden Aufträge 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 und von dem Ausgleich offener stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Der Verlag liefert mit Rechnung 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.

16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckvorlagen, Filme und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen der ursprünglich vereinbarten Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres 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 vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein Preis-minderung berechtigender Mangel, wenn sie

bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20 v.H.

bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren 15 v.H.

bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren 10 v.H.

bei einer Auflage über 500.000 Exemplaren 5 v.H. beträgt.

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.

18. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe 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 A4 (Gewicht 1.000 g)

überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

19. Filme werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurück gesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Gerichtsstand ist 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 zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlagert, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

21. Zusätzliche Vereinbarungen des Verlages

a. Mit der Erteilung eines Anzeigenauftrages erkennt der Auftraggeber die Allgemeinen und die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Verlages an.

b. Die Werbemittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlerprovision darf an den Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

c. Unterläuft bei der Wiederholung einer Anzeige der gleiche Fehler wie in der ersten Veröffentlichung, so sind Ansprüche auf Zahlungsminderung oder Ersatz ausgeschlossen, wenn der Auftraggeber nach der ersten Veröffentlichung nicht sofort reklamiert hat.

d. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden sie erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungstreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.

e. Im Falle höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistungen von Schadenersatz. Insbesondere wird auch kein Schadenersatz für nicht oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen geleistet.

f. Der Verlag ist berechtigt, im Einzelfall das allgemeine Zahlungsziel zu verkürzen.