

1 Verlagsangaben

Verlag

Verlag W. Wächter GmbH
Elsasser Straße 41, 28211 Bremen
www.waechter.de
E-Mail info@waechter.de

Verlagsbüros

Bremen

Verlag W. Wächter GmbH
Elsasser Straße 41, 28211 Bremen
Telefon 0421/348 42-0
Telefax 0421/347 67 66

Berlin

Verlag W. Wächter GmbH
Bismarckstraße 108, 10625 Berlin
Telefon 030/318 69 01-0
Telefax 030/312 82 04

Bankverbindung

Sparkasse in Bremen
IBAN DE25 2905 0101 0001 0042 17
BIC SBREDE22 XXX

Gläubiger-ID: DE06VWW00000479429

Anzeigen



Rita Kropp
Verkaufsleitung

Telefon 0421/348 42-14
Telefax 0421/347 67 66
E-Mail kripp@waechter.de

Neben **DER FACHBERATER** erscheinen im Verlag W. Wächter auch der **Gartenfreund** (verbr. Auflage ca. 200.000 Exemplare) sowie das **Eigenheimer Magazin** (verbr. Auflage rund 72.000 Exemplare).

Sprechen Sie uns an, wenn Sie mehr über die attraktive Leserschaft – Intensiv- und Hobbygärtner im besten Alter – erfahren möchten.



2 Titelporträt



Foto: Heidemann

Die bundesweite Fachzeitschrift für jeden deutschen Kleingärtnerverein

DER FACHBERATER ist das Verbandsorgan des Bundesverbandes Deutscher Gartenfreunde e.V. (BDG). Die Fachzeitschrift ist ein Quartalsobjekt und erzielt bei 5 Lesern pro Exemplar vierteljährlich etwa 100.000 Kontakte. DER FACHBERATER richtet sich an alle **Entscheidungsträger und Gartenfachleute in den Kleingärtnervereinen**. Jeder der etwa 14.000 im BDG organisierten Kleingärtnervereine mit insgesamt einer Million Gärten bezieht diesen Fachtitel.

Leser der Zeitschrift sind die Vorsitzenden und Gartenfachberater in jedem Gartenverein – diese sind zugleich auch **Multiplikatoren und Ansprechpartner** für größere Sammelbestellungen. Für über vier Millionen Menschen, die bundesweit in den Kleingärten aktiv gärtnern, sind sie Ansprechpartner und Ratgeber in allen Fragen der täglichen Gartenpraxis. Die Gartenfachberater nehmen gemeinsam an regelmäßigen Schulungen teil, Erfahrungsaustausch eingeschlossen (Bild).

Damit verfügt DER FACHBERATER über eine **einmalige Zielgruppe in diesem Special Interest Bereich**.

Die beliebtesten Rubriken in DER FACHBERATER sind das gärtnerische Fachthema sowie Inhalte im Bereich Garten, Ökologie und Gesundheit.

Umfragen unter den Lesern von DER FACHBERATER attestieren eine hohe Fachkompetenz und Glaubwürdigkeit, sodass Anzeigen in diesem Umfeld besonders beachtet werden.



11/2022

Verbreitete Auflage: 17.849

Druckauflage: 18.170

3 Anzeigenpreise und -formate

Größe in Seitenteilen	Anzeigenformat in mm Breite x Höhe	Preise in EUR (sw oder Farbe)	angeschnittene Anzeigen in mm* Breite x Höhe
1/1	181 x 260	4.157,-	210 x 297
3/4 hoch	135 x 260	3.119,-	152 x 297
2/3 quer	181 x 170	2.772,-	210 x 190
1/2 hoch quer	89 x 260 181 x 128	2.079,-	106 x 297 210 x 145
1/3 quer	181 x 84	1.386,-	*zuzüglich 3 mm Beschnitt Schmuckfarben aus Euro-Skala. Alle Preise verstehen sich zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer. Preisliste Nr. 33 gültig ab 1.1.2023
1/4 einspaltig zweispaltig blattbreit	43 x 260 89 x 128 181 x 62	1.041,-	
1/8 einspaltig zweispaltig blattbreit	43 x 128 89 x 62 181 x 30	530,-	
1/16 einspaltig zweispaltig	43 x 62 89 x 30	270,-	
1/32 einspaltig	43 x 30	132,-	

mm-Preis für nicht formatgerechte Anzeigen
1-spaltig (43 mm): 4,04 EUR | Mindesthöhe: 10 mm

mm-Preis für Anzeigen im redaktionellen Text
1-spaltig (43 mm): 8,14 EUR | Mindesthöhe: 10 mm

Platzierungsaufschlag für 2. und 4. Umschlagseite: + 20 %

Rabatte

Malstaffel

2 Anzeigen	5 %
4 Anzeigen	10 %
8 Anzeigen	15 %

Mengenstaffel

1 Seite	5 %
3 Seiten	10 %
6 Seiten	15 %
12 Seiten	20 %

Die Mal- und Mengenstaffelrabatte werden für Abnahmen innerhalb eines Abschlusszeitraumes von 12 Monaten gewährt.

Bei Abschlusserteilung werden die Rabatte sofort auf der Rechnung berücksichtigt. Ohne Abschluss erfolgt die Rabattabrechnung per Dezember auf das Kalenderjahr.

Zahlungsbedingungen

Zahlbar ohne Skonto sofort nach Erhalt der Rechnung.

Alle Preise verstehen sich zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Verbreitete Auflage

Exemplare: 17.849



4 Gute Gründe

Jeder Kleingärtnerverein ist Bezieher.

DER FACHBERATER erreicht alle Kleingärtnervereine in Deutschland. Das sind ca. 14.000 Vereine mit insgesamt fast einer Million Gärten.

Das einzige bundesweite Kleingärtner-Medium.

DER FACHBERATER ist die einzige bundesweit erscheinende Kleingärtnerzeitschrift.

Das Entscheider- und Multiplikations-Medium.

Abonnenten sind die Vorsitzenden der Gartenvereine und die Gartenfachberater. Sie sind die Entscheider für die zahlreichen Mitglieder-Gärten. Sie sind Verantwortungsträger für 46.000 Hektar Gartenfläche.

DER FACHBERATER ist auch Medium für Multiplikatoren: Die Leser sind Meinungsbildner, sie kommunizieren ständig mit den Mitgliedern: die Vorsitzenden als Ansprechpartner für die Belange des Vereins, die ausgebildeten Gartenfachberater als

Ratgeber für die gärtnerische Praxis im Nutz- und Ziergarten.

5 Leser pro Heft.

Vier Leserbefragungen ergaben: DER FACHBERATER hat seine Leserzahl kontinuierlich erhöht. Er erreicht fast alle Vorstandsmitglieder und Entscheider im Verein.

Jedes Exemplar hat inzwischen rund 5 Leser.

Intensive Lektüre.

DER FACHBERATER wird lange und intensiv gelesen: Über 75 % der Leser befassen sich eine Stunde oder länger mit der aktuellen Ausgabe.

Mehrfacher Nutzen.

52 % der Leser nutzen DER FACHBERATER viermal und öfter, weitere 33 % wenigstens dreimal.

92 % der Leser sammeln die Zeitschrift und nutzen ältere Ausgaben und Jahrgänge.

Investitionsmarkt Gartenverein.

Die 14.000 deutschen Gartenvereine verfügen über eigene Etats. Sie unterhalten die Vereinsanlagen und investieren in deren Erscheinungsbild.

Top-Zielgruppe für Saat- und Pflanzgut.

Jeder Kleingärtner ist Nutzgärtner. Von den durchschnittlich 370 m² großen Gärten entfällt etwa ein Drittel auf die Nutzgartenfläche.

Sammelbestellungen für die Mitglieder sind in dieser Zielgruppe weit verbreitet.

Gartentechnik: Qualität und Leistung sind gefragt.

Fast jeder Verein besitzt Gemeinschaftsgeräte, viele sogar einen großen Maschinenpark: Leistungsstarke Geräte, die für die großen Vereinsanlagen geeignet sind und auch ausgeliehen werden können.

Die zu bewirtschaftenden Gemeinschaftsflächen machen etwa 15 % der Gesamtflächen eines Vereins aus.

5 Sonderwerbformen

Preise

Beihefter (pro Tausend)	Beilagen (pro Tausend)
bis 4 Seiten 91,00 EUR	bis 25 g: 91,00 EUR
bis 8 Seiten 94,00 EUR	jede weiteren angefangenen 5 g: 3,00 EUR
bis 12 Seiten 97,00 EUR	Mindestformat: 140 x 105 mm
bis 16 Seiten 100,00 EUR	Maximalformat: 200 x 297 mm
Mindestformat: 140 x 105 mm	Postkarten-Beilage 60,00 EUR
Maximalformat: 210 x 297 mm	Format: 148 x 105 mm, 210 x 105 mm

Postgewichtsgebühren für Beihefter, Beilagen und Beikleber

Gewichtsabhängige Portokosten sind weder rabatt- noch AE-fähig. Sie berechnen sich wie folgt:

bis 10 g 4,20 EUR pro Tsd.	bis 20 g 8,40 EUR pro Tsd.
bis 30 g 13,10 EUR pro Tsd.	bis 40 g 17,40 EUR pro Tsd.
bis 50 g 21,70 EUR pro Tsd.	Höheres Gewicht gern auf Anfrage.

Beilagen, Beihefter, Beikleber oder andere Sonderwerbformen wie Selective Binding sind nur bei Gesamtbelegung möglich. Bitte beachten Sie einen Verarbeitungszuschuss von 1,5 % zusätzlich zur Gesamtauflage.

Zuzüglich gewichtsabhängiger Postgebühren. Größere Umfänge und höhere Gewichte gern auf Anfrage.

Beilagen mit Zick-Zack-Falz können nicht maschinell verarbeitet werden.

Sprechen Sie uns für weitere Details gern an.

6 Themen und Termine 2023

Ausgabe	Anzeigenschluss	Druckunterlagen	Erscheinungstermin
1/2022 (Februar)	16.01.2023	26.01.2023	22.02.2023
2/2022 (Mai)	14.04.2023	25.04.2023	23.05.2023
3/2022 (August)	14.07.2023	25.07.2023	22.08.2023
4/2022 (November)	16.10.2023	25.10.2023	21.11.2023

DER FACHBERATER bietet viermal im Jahr Beiträge mit hohem Nutz- und Informationswert für die Leser.

Sprechen Sie uns für inhaltliche Details sowie Sonder- und Fachthemen gern an.

7 Technische Angaben

Technische Daten

Erscheinungsweise:

4-mal jährlich zur Quartalsmitte

Heftformat:

210 mm breit, 297 mm hoch

Satzspiegel:

181 mm breit, 260 mm hoch

Anzeigenteil:

4-spaltig, Spaltenbreite 43 mm

Druckverfahren:

Rollenoffsetdruck

Raster:

60er (150 lpi)

Druckvorlagen:

nur in digitaler Form

Farbskala:

Euroskala

Datenübertragung

FTP/Cloud Zugangsdaten auf Anfrage
(Serverstandort: Deutschland)

E-Mail ntp@waechter.de

Datenträger CD-ROM, DVD oder USB-Stick

Datenformate für Anzeigen

PDF

Als Standarddateiformat empfehlen wir PDF in Version 1.3 (als PDF/X), höhere Versionen nach Absprache. Nur CMYK-Farben, unsepariert.

Datei ohne Kennwortschutz.

EPS

Vektor-EPS, Illustrator 8 kompatibel, Schriften in Pfade, nur CMYK Farben. Andere Dateiformate nur nach voriger Absprache.

Datenübermittlung/ technische Rückfragen an

Verlag W. Wächter GmbH
Abteilung DTP
Bismarckstraße 108
10625 Berlin

Telefon 030/318 69 01-23

Telefax 030/31 50 10 66

E-Mail ntp@waechter.de

Technische Informationen Beihefter/Beilagen

Papiergewicht

Beihefter bis 4 Seiten mind. 90 g/m², 8 und mehr Seiten 70 g/m²

Beilagen bis 4 Seiten 90 g/m², 8–16 Seiten 70 g/m²

Postkarten mind. 150 g-Papier

Niedrigere Grammaturen sind abzustimmen.

Muster

Der Verlag benötigt spätestens vier Wochen vor Erscheinen mindestens 10 verbindliche Originalmuster, um die Verarbeitungstauglichkeit prüfen zu können.

Muster an: Verlag W. Wächter GmbH,
Elsasser Straße 41, 28211 Bremen

Anlieferung

Termin: Spätestens zwei Wochen vor Erscheinungstermin an Druckerei.

Hinweise: Jede Palette ist mit Bestimmungshinweis wie folgt deutlich zu versehen: Zeitschriftentitel, Heftnummer (Monat).

Lieferung an:

Vogel Druck und Medienservice GmbH,
Warenannahme, Leibnizstraße 5, 97204 Höchberg

8 Allgemeine Geschäftsbedingungen

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Zeitschrift oder ePaper zum Zweck der Verbreitung.
1.2 „ePaper“ ist eine ausschließlich in elektronischer Form verbreitete Ausgabe einer Zeitung oder Zeitschrift, deren redaktioneller und werblicher Inhalt (ungeachtet etwaiger Zusatzfunktionen, z.B. Verlinkungen) weitgehend identisch ist mit der gleichnamigen Printausgabe und die im Hinblick auf die darin enthaltenen Anzeigen gemeinsam mit der Printausgabe vermarktet wird. Das Layout des ePapers kann von der gedruckten Ausgabe abweichen.
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, unbeachtet 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 bestimmten 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. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

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.

Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt.

Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt.

Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

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 übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

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

Etwasige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Verzugszinsen sowie 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 und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

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

16. Druckunterlagen werden nur als digitale Daten angenommen. Kosten für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen an den ursprünglich übermittelten Daten hat der Auftraggeber zu tragen.

17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste genannte durchschnittliche Auflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage von 100.000 bis zu 500.000 Exemplaren mindestens 10 % beträgt.

18. Anzeigendaten werden über das Erscheinungsdatum hinaus nicht aufbewahrt oder gesichert.

19. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Gerichtsstand ist, soweit das Gesetz zwingend nichts anderes vorsieht, der Sitz des Verlages; auch für das Mahnverfahren sowie für den Fall, dass der Wohnsitz und der gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt sind, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart. Auf den Vertrag findet deutsches Recht Anwendung.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

a) Der schriftlich oder auch mündlich erteilte Anzeigenauftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.

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

c) Bei fermündlich aufgegebenen Anzeigen bzw. bei fermündlich veranlassenden Änderungen und Abbestellungen übernimmt der Verlag keine Haftung. Der Verlag haftet nicht bei fermündlich aufgegebenen Anzeigen oder fermündlich erteilten Korrekturen für die Richtigkeit der Wiedergabe. Eine Haftung wird auch nicht übernommen, wenn sich Mängel an der Vorlage erst beim Druck zeigen. Der Werbungsreibende hat dann bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Die eventuell entstehenden Mehrkosten z. B. zur Nachbesserung der Druckunterlagen oder für Maschinenstillstand müssen weiterberechnet werden.

d) Die Werbungsmitter und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungsreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

e) Bei Kunden/Werbeagenturen, die zum ersten Mal mit dem Verlag in Geschäftsverbindung treten, kann Vorauskasse bis zum Anzeigenschlusstermin verlangt werden.

f) Bei höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung oder Betriebsstörungen hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80 % der im Durchschnitt der letzten vier IWW-Quartale verkauften Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht. Alle weiteren Ansprüche auf Erfüllung oder Schadensersatz sind ausgeschlossen.

g) Bei Aufträgen für Beilagen, Beihefter, Print-Promotion und Warenproben u.Ä. sind Schadensersatzansprüche gegen den

Verlag wegen Nichtveröffentlichung oder in sonstiger Weise nicht vertragsgerecht erfolgter Veröffentlichungen ausgeschlossen.

h) Bei Druckvorlagen, die zusätzliche Herstellungskosten verursachen, werden diese in Rechnung gestellt. Sind etwaige Mängel bei den Druckdaten nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungsreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist. Bei Überschreitung der im Terminplan festgelegten Daten für die Übersendung der Druckunterlagen kann keine Gewähr für eine einwandfreie Druckwiedergabe übernommen werden.

i) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des Anzeigentextes/Bildmotivs. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter frei, die in diesem Zusammenhang etwa geltend gemacht werden. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden.

j) Rücktrittsrecht für Anzeigen-Aufträge bis jeweils 10 Werktagen vor Anzeigenschlusstermin; für Beilagen-/Beihefter-Aufträge 2 Monate vor dem Beilage-Termin. Bei Beilagen-/Beiheftern mit Konkurrenzausschluss kann kein Rücktrittsrecht gewährt werden.

k) Platzierungsvorschriften werden nur durch ausdrückliche Bestätigung des Verlages anerkannt.

l) Die Rabattstaffelungen beziehen sich auf das Auftragsvolumen innerhalb eines Jahres (Insertionsjahr). Es wird die für den Auftraggeber jeweils günstigere Staffel angewandt.

m) Die geltende Mehrwertsteuer wird auf den Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen. Bei Anzeigen, Beilagen und Beiheftern aus dem Ausland erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung unter der Voraussetzung, dass die Steuerbefreiung besteht und anerkannt wird. Der Verlag behält sich die Nachberechnung der Mehrwertsteuer in der gesetzlich geschuldeten Höhe für den Fall vor, dass die Finanzverwaltung die Steuerpflicht der Anzeige bzw. der Beilage/Beihefter bejaht.