

menschen.management.maschinen.

# MASCHINENRING

## MAGAZIN



- Einzigartige Leser-Blattbindung durch hohen Praxisnutzen
- Top-Reichweite bei den Lohnunternehmern
- Aus den Ringen – für die Ringe





## INHALTSVERZEICHNIS

 Titel-Portrait **1**

Seite 2

 Termin- und Themenplan **2**

Seite 3

 Preisliste **3**

Seite 4

 Formate und technische Angaben **4**

Seite 5

 Auflagen- und Verbreitungs-Analyse **5 E**

Seite 6



## 01. Titel

Das Maschinenring Magazin

## 02. Kurzcharakteristik

Das Maschinenring Magazin ist die Mitglieder-Zeitung der Maschinenringe.

## 03. Zielgruppe

Das Maschinenring Magazin repräsentiert 118.000 technische Dienstleister für Bodenbearbeitung, Aussaat, Düngung, Pflanzenschutz und Ernte!

## 04. Erscheinungsweise

5 mal im Jahr

## 05. Heftformat

235 x 303 mm

## 06. Jahrgang

17. Jahrgang 2016

## 07. Bezugspreis

Jahresabonnement Inland 12,50 EUR

Jahresabonnement Ausland 27,50 EUR

Einzelverkaufspreis 2,50 EUR

Versandkosten 3,00 EUR (bei Einzelverkauf)

## 08. Organ

Offizielles Organ des Bundesverbandes der Maschinenring e. V.

## 09. Mitgliedschaft/Teilnahme

IVW

## 10. Verlag

DLG-Verlag GmbH

Eschborner Landstraße 122

60489 Frankfurt am Main

## 11. Herausgeber

Bundesverband der Maschinenringe (BMR) e.V.

Am Maschinenring 1

86633 Neuburg/Donau

## 12. Anzeigen

Kai-Uwe Busch, Anzeigenleiter

E-Mail: k.busch@dlg.org

Tel: +49 (0) 69 / 2 47 88-483

Eschborner Landstraße 122

60489 Frankfurt am Main

## 13. Redaktionsleitung

Tel: +49 (0) 8431 6499-1060

Am Maschinenring 1

86633 Neuburg/Donau



Ausgabe 1/2017	Ausgabe 2/2017	Ausgabe 3/2017	Ausgabe 4/2017	Ausgabe 5/2017
ET: 11.02.2017 DU: 10.01.2017 AZ: 10.01.2017	ET: 15.04.2017 DU: 14.03.2017 AZ: 10.03.2017	ET: 30.06.2017 DU: 30.05.2017 AZ: 26.05.2017	ET: 30.09.2017 DU: 29.08.2017 AZ: 25.08.2017	ET: 09.12.2017 DU: 07.11.2017 AZ: 03.11.2017
<b>Schwerpunktjahr: Nährstoff Management</b>				
<b>Themen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Bodenbearbeitung</li> <li>■ Aussaat Sommergetreide</li> <li>■ Pflanzenschutz</li> <li>■ Kommunaltechnik/ Grünflächenpflege</li> <li>■ Nährstoff Management</li> </ul>	<b>Themen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Pflanzenschutz</li> <li>■ Silageaufbereitung</li> <li>■ Grünfütterernte</li> <li>■ Nährstoff Management</li> </ul>	<b>Themen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Kommunaltechnik/ Grünflächenpflege</li> <li>■ Pflanzenschutz</li> <li>■ Getreideernte</li> <li>■ Aussaat</li> <li>■ Nährstoff Management</li> </ul>	<b>Themen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Zuckerrüben und Maisernte</li> <li>■ Pflanzenschutz</li> <li>■ Bodenbearbeitung</li> <li>■ Winterdienst</li> <li>■ Nährstoff Management</li> </ul>	<b>Themen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Pflanzenschutzrends 2018</li> <li>■ Aussaat Mais/Zuckerrüben</li> <li>■ Aussaat 2018: Sortenvielfalt</li> <li>■ Kommunaltechnik</li> <li>■ Nährstoff Management</li> </ul>
<b>Termine/Events</b>	<b>Termine/Events</b>	<b>Termine/Events</b> Tag der MR 2017 im Breisgau	<b>Termine/Events</b> Agritechnica 2017	<b>Termine/Events</b>



## 01. Die Maschinenring-Organisation

Der Maschinenring wurde 1958 im niederbayerischen Buchhofen gegründet. Die Maschinenringe haben es sich zur Aufgabe gemacht, den Solidaritätsgedanken zwischen Mitgliedsbetrieben zu stärken. Als Vorreiter der „Sharing Economy“ steht der Maschinenring als NGO seit fast 60 Jahren für das „Teilen“. Teilen von Leistungen, Arbeitskraft und Maschinen in der Landwirtschaft, um wirtschaftlichen Nutzen für landwirtschaftliche Mitgliedsbetriebe zu schaffen. Damit wird der ländliche Raum gefördert, wobei damit ein wichtiger Beitrag zur Stärkung der Landwirtschaft geleistet werden kann.

## 02. Was ist der Maschinenring?

- Rund 192.000 landwirtschaftliche Betriebe, organisiert in 234 lokalen Maschinenringen der 12 Landesverbände, bzw. dem Bundesverband der Maschinenringe e. V. Die Aufgabenschwerpunkte sind Interessenvertretung, Organisation von überbetrieblicher Zusammenarbeit, Information und Qualifizierung.
- Die Mitgliedsbetriebe bewirtschaften bundesweit 7.760.000 ha LF, das entspricht 49 % der deutschen landwirtschaftlich genutzten Fläche. Mit 3.047 Mitarbeitern erwirtschaften die Maschinenringe mit ihren Tochtergesellschaften einen Gesamtumsatz von 1.085.892.817 €.

Als starke landwirtschaftliche Mitgliederorganisation steht der nachhaltige Nutzen für die Mitgliedsbetriebe im Vordergrund.

Durch überbetriebliche Zusammenarbeit können Mitglieder schlagkräftige Großtechnik kostenoptimiert auf ihren Flächen zum Einsatz bringen. Maschinenringe organisieren das und bringen die richtigen Partner zusammen.

Die Maschinenringe sind erster Beratungspartner für alle Fragen der Betriebsorganisation und Arbeits erledigung. Sie stellen für die Mitgliedsbetriebe unterschiedliche Personal- und Techniklösungen zur Verfügung und sind dadurch mittlerweile für viele Betriebe unverzichtbarer Partner für die laufenden betrieblichen Abläufe genauso wie für Notfälle.

Die kostengünstige Nutzbarmachung moderner und arbeitseffizienter Agrartechnik in der Landwirtschaft, die Beschaffung von verlässlichen Zuerwerbs- und Beschäftigungsmodellen für die Mitglieder und die Organisation von Wertschöpfungspotentialen in ländlichen Regionen sind die wichtigsten Bausteine des Angebotes. Durch vielgestaltige Beschäftigungs- und Anstellungsmodelle bieten und vermitteln die Maschinenringe sichere und flexible Arbeitsplätze für die Landwirtschaft und den ländlichen Raum.

Bündelungseffekte durch die Maschinenring-Organisation ermöglichen kostengünstigen Einkauf zahlreicher Verbrauchs- und Investitionsgüter des landwirtschaftlichen Betriebes und für die Betriebsleiterfamilie.





## 01. Anzeigenpreise

Im Satzspiegel bzw. im Anschnitt			
mm-Preis 52 mm Spaltenbreite	s/w 2017	2c 2017	4c 2017
		6,87	7,54
U2, U3 und U4			11.023 €
1/1 Seite	8.182 €	9.049 €	10.338 €
2/3 Seite, Innenteil	5.459 €	6.033 €	6.894 €
1/2 Seite, Innenteil	4.108 €	4.547 €	5.245 €
1/3 Seite, Innenteil	2.729 €	3.016 €	3.483 €
1/4 Seite, Innenteil	2.065 €	2.285 €	2.637 €
1/6 Seite, Innenteil	1.362 €	1.508 €	1.722 €
1/8 Seite, Innenteil	1.041 €	1.148 €	1.317 €
Panoramaseite			
2 x 1/2 Seite	8.182 €	9.049 €	10.338 €

Beilage, Preise inklusive Postgebühr	
bis 25 g	170 €/je Tsd.
26–50 g	188 €/je Tsd.
über 50 g	210 €/je Tsd.
Rabatte	
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.

## 04. Sonderwerbformen

Festformatanzeigen möglich, weitere Informationen auf Anfrage.

### Beikleber

Auf Anfrage



## 01. Kontakt

Verlagsrepräsentanten:

**Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Schleswig-Holstein,  
Berlin, Niedersachsen, Nördl.-Neue Bundesländer und  
Nordrhein-Westfalen:**

**Kai-Uwe Busch**  
**Anzeigenleitung**

Kai-Uwe Busch  
DLG Verlag GmbH  
Tel.: +49 (0) 69 / 2 47 88-483  
Fax: +49 (0) 69 / 2 47 88-484  
Mobil: +49 (0) 173 7576034  
E-Mail: k.busch@dlg.org  
Homepage: www.dlg-verlag.de

**Bayern, Baden-Württemberg, Österreich, Schweiz, Italien  
Südl.-Neue Bundesländer:**

**SW Medienvertretung**  
**Saupe + Weber OHG**  
**Christian Saupe**

Windmühlenstraße 44  
73431 Aalen  
Tel.: +49 (0) 7361 / 52 79 32 0  
Fax: +49 (0) 7361 / 52 79 32 32  
E-Mail: info@saupe-medien.de

**SW Medienvertretung**  
**Saupe + Weber OHG**  
**Kathrin Weber**

Karlstraße 77  
74348 Lauffen  
Tel.: +49 (0) 7133 / 96 11 96  
Fax: +49 (0) 7133 / 96 11 98  
E-Mail: info@saupe-medien.de

## 02. Zahlungsbedingungen/Bankverbindung

Bei Vorauszahlung 3 % Skonto vom Nettobetrag;  
14 Tage nach Rechnungserhalt 2 %, 30 Tage netto

Nassauische Sparkasse, Wiesbaden  
Konto-Nr.: 15 90 00 645;  
BLZ: 510 500 14  
IBAN DE 37 51 05 00 15 01 59 00 645  
SWIFT-BIC: NASSDE557

### Formate und technische Angaben

Druckverfahren:  
Umschlag: 70er Raster Offset, Profil: ISO Coated v2

Inhalt: 70er Raster Heatset, Profil: PSO LWC Improved

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

### Ansprechpartner Druckdaten:

**Rainer Schluck**  
Tel.: +49 (0) 2 09 / 380 68 29 11  
Fax: +49 (0) 2 09 / 380 68 29 29  
E-Mail: r.schluck@dlg-agrofoodmedien.de



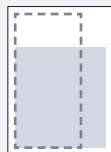
## Anzeigenformate (Breite x Höhe)



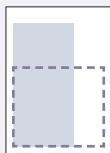
1/1 Seite U2/U3/U4  
235 x 303 mm



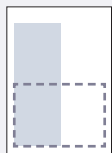
1/1 Seite Innenteil  
215 x 263,5 mm



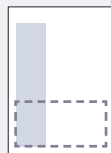
3/4 Seite Innenteil  
160 x 263,5 mm  
215 x 198 mm



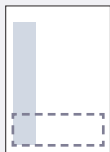
2/3 Seite Innenteil  
142 x 263,5 mm  
215 x 175 mm



1/2 Seite Innenteil  
105,5 x 263,5  
215 x 130



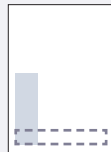
1/3 Seite Innenteil  
69 x 263,5 mm  
215 x 88 mm



1/4 Seite Innenteil  
50 x 263,5 mm  
215 x 66 mm



1/6 Seite Innenteil  
69 x 146 mm  
215 x 49 mm

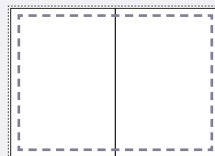


1/8 Seite Innenteil  
50,5 x 146 mm  
215 x 37 mm

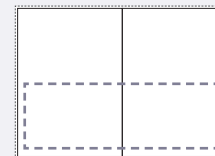


\* plus 3 mm Beschnitt  
nach allen Seiten

## Panorama-Anzeigen (Breite x Höhe)



zwei 1/1 Seiten Innenteil  
450 x 281 mm



zwei 1/2 Seiten Innenteil  
450 x 144 mm

Anzeigen Sonderformat, z. B. Teaser-Anzeigen, Anzeigen im  
Inhaltsverzeichnis o. Ä. auf Anfrage

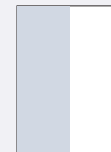
## Angeschnittene Formate



2/3 Seite  
235 x 200 mm



2/3 Seite  
152 x 303 mm



1/2 Seite hoch  
115,5 x 303 mm



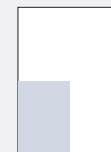
1/2 Seite quer  
235 x 151 mm



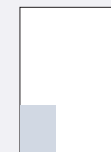
1/3 Seite  
235 x 100 mm



1/3 Seite  
79 x 303 mm



1/4 Seite  
115,5 x 142 mm



1/6 Seite  
79 x 100 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. Anzuliefernde Stückzahl, Gesamtauflage

ca. 120.000 Exemplare.

## 04. Anliefertermin

Bis 10 Tage vor Erscheinungstermin,  
siehe Termin- und Themenplan.

## 05. Format

Maximal 225 mm breit x 293 mm hoch

## 06. Versandanschrift

Information auf Anfrage

## 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 Anzeigen: auf Anfrage

– Maschinelles Aufkleben ist bei paralleler Klebekante zum Bund und mind. 1 cm bis max. 7 cm Entfernung zum Bund in variabler Höhe möglich.

Klebekosten: bei manuellem Aufkleben auf Anfrage.

## 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. Preis auf Anfrage



## 01. Auflagen-Analyse: IVW 2/2016

Verbreitung: 107.504
Verkauf: 103.985
Abonnement: 103.985
Freistücke: 3.519

## 02. Verbreitung Maschinenring Magazin 2. Quartal 2016 Auflage pro Region **(Auswertung eigener Vertrieb)**

Aufstellung Maschinenring Magazin Q2/16 Auflage pro Region		
Region	Exemplare	in % der Verbreitung
Schleswig Holstein	5.388	5,2%
Niedersachsen	9.229	8,9%
Westfalen-Lippe	7.535	7,3%
Sachsen-Anhalt	630	0,6%
Rheinland-Pfalz/Saarland	9.147	8,8%
Hessen	4.527	4,4%
Thüringen	934	0,9%
Sachsen	1.074	1,0%
Baden-Württemberg	19.479	18,7%
Bayern	45.951	44,2%
<b>Summe</b>	<b>103.895</b>	<b>100%</b>





## Top Werbewirkung

- Sehr gute Leistungswerte – Preis-/Leistungssieger!
- zufriedene Leser



### Auflagenführerschaft in Deutschland

(Basis: verkaufte Auflage Deutschland lt. IWW 3/16):  
**Maschinenring Magazin: 102.006**  
 (top agrar = 88.684; dlz agrarmagazin: 38.697)

### Preis-Leistungs-Sieger 1.000er-Preis

(Basis 1/1 Seite 4c; verkaufte Auflage):  
**Maschinenring Magazin: Euro 101,35**  
 (top agrar: 163,66; dlz agrarmagazin: 237,42)

### Mit dem Maschinenring Magazin erreichen Sie:

- **Investitionsfreudige Landwirte**
- **Lohnunternehmer**
- **große Anbaufläche**
- **Haupterwerbsbetriebe**
- **engagierte Unternehmer**

### Maschinenring-Leser sind zufriedene Leser:

- **Hohe Kompetenz:** Die Leser finden den Informationsgehalt von Maschinenring Magazin „gut“ bis „sehr gut“.
- schätzen die exklusive Themenauswahl.



## ■ 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, Auftragsaufträge – 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 Anzeigentext-

tes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Per Datenfernübertragung übermittelte Anzeigentexte 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 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. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung der 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 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 Preiserminderung 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 zur Preiserminderung 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 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.

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. Schriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einzelvertretlich 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-, Katalogsen-

dungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entnahmehilfe 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 die 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.