

Media-Informationen

Anzeigen-Preisliste Nr. 28, gültig ab 1. Oktober 2021

1. Titelporträt | Verlagsangaben
2. Auflagen- und Empfänger-Analyse
3. Preisliste
4. Formate | Beilagen
5. Online-Werbung
6. Termin- und Themenplan
7. Allgemeine Geschäftsbedingungen



9x

- Fundierte Informationen über Branche und Wettbewerb
- Exklusive Firmenporträts und Anwenderreportagen
- Wertvolle Tipps von Profis für die tägliche Praxis
- Aktuelle Technik, Werkstoffe und Zulieferprodukte



Kurzcharakteristik

exakt Einrichten Ausbauen Modernisieren ist die IVW-geprüfte Fachzeitschrift für das Holz verarbeitende Handwerk in Deutschland. Sie wird überwiegend von Tischlern/Schreibern und Akteuren aus Innenausbau und Montage gelesen. In moderner, ansprechender Aufmachung berichtet **exakt** über neue Fertigungstechniken, zeitgemäßes Design und Gewerk übergreifenden Einsatz neuer Produkte, Werkstoffe und Dienstleistungen. Daneben werden die Themen Betriebsführung und -organisation, Marketing im Handwerk, branchenspezifische IT-Lösungen und neue Medien aufgegriffen.

Erscheinungsweise: Neun Ausgaben jährlich

Jahrgang: 29. Jahrgang 2022

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

Verlag: DRW-Verlag Weinbrenner GmbH & Co. KG
Fasanenweg 18, 70771 Leinfelden-Echterdingen

Postanschrift: Postfach 10 01 57, 70745 Leinfelden-Echterdingen

Telefon: 07 11/75 91-0

Telefax: 07 11/75 91-266

E-Mail: info@drw-verlag.de

Internet: www.exakt-magazin.de

Verlagsleitung

Uwe Schreiner

Tel.-Durchwahl

-240

Anzeigen

Ralf Arnold (Anzeigenleitung) -258

E-Mail: rarnold@drw-verlag.de

Jürgen Huber (Anzeigenverwaltung) -260

Gabriele Schulze (Auftragsbearbeitung) -255

E-Mail: exakt-anz@drw-verlag.de

Redaktion

Stefan Bolz (verantwortlich) -285

E-Mail: sbolz@drw-verlag.de

Ulrike Frenkel -215

E-Mail: ufrenkel@drw-verlag.de

Vertrieb

Reiner Pfeifle (Vertriebsleitung) -247

E-Mail: abo@drw-verlag.de

Bezugspreis (einschl. Zustellgebühr und MwSt.)

Jahresabonnement Inland € 49,95

Jahresabonnement Ausland € 56,25

Einzelverkaufspreis € 5,55

ISSN-Nr:

0946-2058

Auflagenkontrolle:



Auflagen-Analyse:

Exemplare pro Ausgabe im
Jahresdurchschnitt
(1.7.2020 bis 30.6.2021)

Druckauflage: 5 000

Tatsächlich verbreitete

Auflage (tvA): 4 821 davon Ausland: 55

Verkaufte Auflage: 1 362 davon Ausland: 14

- Abonnierte Exemplare: 1 361 davon Mitgliederstücke: 233

- Einzelverkauf: -

- Sonstiger Verkauf: 1

Freistücke: 3 459

**Rest-, Archiv- und
Belegexemplare:** 179

Empfänger-Analyse

Branchen/Berufsgruppen	%	Exemplare
Tischler/Schreiner	68,0	3 278
Innenausbaubetriebe	13,5	653
Möbelhandel mit Montageabteilung	4,4	211
Raumausstatter	3,8	185
Fenster-/Türenhersteller	3,2	152
Parkettleger	2,6	124
Treppenhauer	2,1	101
Rollladenbauer	1,1	55
Restauratoren	1,0	48
Sonstige	0,3	14
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	4 821

Quelle: Erhebung des Verlags, Stand Juni 2021

Medienpartnerschaften:



Bundesverband Innenausbau, Element- und Fertigbau e.V.
www.innenausbau.org



Deutscher Ladenbau Verband (dLv)
www.ladenbauverband.de

Zeitschriftenformat: DIN A4 beschnitten: 210 mm breit × 297 mm hoch
unbeschnitten: 216 mm breit × 303 mm hoch

Satzspiegel: 175 mm breit × 270 mm hoch
4 Anzeigenspalten je 40 mm breit
3 Textspalten je 55 mm breit

Druck- und Bindeverfahren: Offsetdruck auf glänzend gestrichenem Bilderdruckpapier,
70er-Raster, Rückendrahtheftung

Druckunterlagen: in digitaler Form (300 dpi Auflösung)
vorzugsweise ein PDF mit eingebetteten Schriften

E-Mail: exakt-anz@drw-verlag.de

FTP-Server: <ftp.weinbrenner.de>
(Zugangsdaten auf Anfrage)

Termine: Erscheinungsweise: neun Ausgaben
Erscheinungs- und Anzeigenschlusstermine
siehe Termin- und Themenplan, Rubrik 6

Verlag: DRW-Verlag Weinbrenner GmbH & Co. KG
Postanschrift: Postfach 10 01 57, 70745 Leinfelden-Echterdingen
Hausanschrift: Fasanenweg 18, 70771 Leinfelden-Echterdingen
Anzeigenabteilung: Ralf Arnold, Telefon: 07 11/75 91-258, Telefax -266
E-Mail: exakt-anz@drw-verlag.de

Zahlungsbedingungen: Zahlung innerhalb 30 Tagen nach Rechnungsdatum
rein netto, innerhalb 10 Tagen mit 2 % Skonto,
bei Bankeinzug oder Vorauskasse mit 3 % Skonto

USt.-IdNr. DE 147 645 664

Bankverbindungen: Baden-Württembergische Bank
IBAN DE60 6005 0101 0002 4126 27
BIC SOLA DE ST

Anzeigenformate und Preise (alle Preise zuzüglich Mehrwertsteuer)

Format (Satzspiegel)	Breite × Höhe in mm		Grundpreis s/w (€)
1/1 Seite	175 × 270		5 200,-
2/3 Seite	115 × 270	175 × 180	3 470,-
1/2 Seite	85 × 270	175 × 133	2 600,-
1/3 Seite	55 × 270	175 × 87	1 735,-
1/4 Seite	40 × 270	85 × 133	1 300,-
1/8 Seite	40 × 133	85 × 64	650,-
1/16 Seite	40 × 64	85 × 30	325,-

Millimeterpreis im Anzeigenteil 1-spaltig, 40 mm breit: € 5,20

Farbzuschläge: nach Euroskala
2-farbig 550,-
3-farbig 1 100,-
4-farbig 1 650,-

Zuschläge für Vorzugspätze: 2. Umschlagseite 15 % vom Grundpreis
4. Umschlagseite 30 % vom Grundpreis

Formatzuschläge: Anzeigen über Bund/Satzspiegel 15 % vom Grundpreis
(Anschnittformate siehe Rubrik 4)

Rabatte: bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten (Insertionsjahr)

Malstaffel

3-maliges Erscheinen 30 %
6-maliges Erscheinen 40 %
9-maliges Erscheinen 50 %

Farb-, Format-, Platzierungszuschläge und Beilagen-
gebühren werden nicht rabattiert.

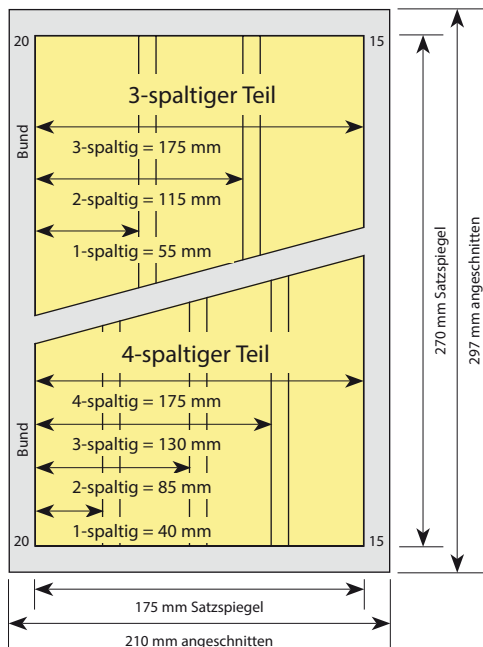
Einhefter: auf Anfrage

Beilagen: siehe Rubrik 4

Aufgeklebte Werbemittel: auf Anfrage

Sonderwerbformen: Banderole (heftumspannend), Glanzveredelung
von Anzeigen (Lackierung) auf Anfrage

Seitenaufbau:



Angeschnittene Anzeigenformate:

Format	Breite × Höhe in mm			
1/1 Seite	210 × 297			
1/2 Seite	100 × 297	oder	210 × 146	
1/3 Seite	70 × 297	oder	210 × 100	
1/4 Seite	55 × 297	oder	210 × 77	

Jeweils zzgl. 3 mm Beschnitt je Anschnittkante

Beilagen:

Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters erforderlich. Beilagen müssen so gestaltet sein, dass sie als Werbung erkennbar sind und nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können. Die Platzierung von Beilagen erfolgt den technischen Möglichkeiten entsprechend.

Technische Daten:

Gefalztes Format maximal 205 × 290 mm. Beilagen müssen aus einem Stück bestehen und so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Bearbeitung entfällt. Erschwernisse bei der Verarbeitung und zusätzliche Arbeiten (z.B. Falzen) werden gesondert berechnet.

Beilagenpreis:

Bis 25 g Einzelgewicht € 300,- je 1000 Stück, je weitere 5 g Einzelgewicht € 35,- je 1000 Stück.

Berechnete Auflage:

auf Anfrage

Benötigte Liefermenge:

auf Anfrage

Teilbeilagen:

Die Belegung einzelner Postleitgebiete ist ab 1 000 Exemplaren möglich.

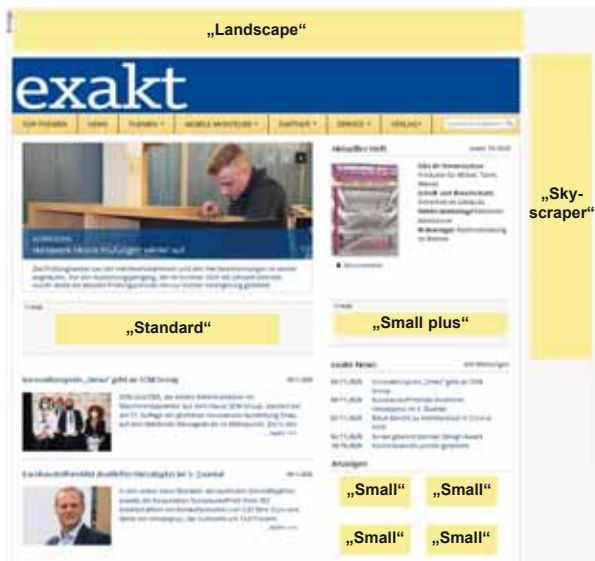
Anlieferungstermin:

10 Werktage vor Erscheinen

Lieferanschrift:

hofmann druck Nürnberg GmbH & Co. KG
Emmericher Straße 10
90411 Nürnberg

Liefervermerk: Für „exakt“, Ausgabe (Nr.)



Sprechen Sie uns an – die Kontaktdaten finden Sie auf unserer Website. Für Abonnenten, Anzeigenkunden und Autoren stehen unsere Media-Informationen und Infopakete bereit.

Tagesaktuelle Meldungen aus der Holzbranche (in Kooperation mit dem Holz-Zentralblatt) als Ergänzung zur Printausgabe runden das Online-Angebot der exakt ab.

Ihre Werbemöglichkeiten auf www.exakt-magazin.de:

Banner (Homepage):

Art des Banners	in Pixel	Preis/Monat (€)	6 Monate	12 Monate
Small	140 x 60	315,-	1 795,-	3 410,-
Small plus	340 x 45	435,-	2 525,-	4 710,-
Standard	440 x 60	565,-	3 220,-	6 120,-
Sky-scraper	120 x 600	765,-	4 360,-	8 285,-
Landscape	1000 x 80	985,-	5 615,-	10 670,-

Formate:	jpg, gif, png, swf (= flash)
Dateigröße:	max. 50 KB
Bannerwechsel:	jederzeit möglich
Banner-Erstellung:	€ 275,-

Produktvideo: Preis und technische Anforderungen auf Anfrage

Sichern Sie sich jetzt Ihren Starter-Bonus von 15 % Rabatt bei einer Laufzeit von 6 Monaten oder mehr!

Kontakt: Ralf Arnold (Verkauf)
 Telefon: 07 11/75 91-258
 E-Mail: rarnold@drw-verlag.de

Timo Fengler (Technische Fragen)
 Telefon: 07 11/75 91-417
 E-Mail: tfengler@drw-verlag.de

www.exakt-magazin.de

www.exakt-magazin.de ist Ihr Einstieg in die Fachzeitschrift: Hier informieren Sie sich über die Themen der aktuellen und der nächsten Printausgabe, hier finden Sie exemplarische Beiträge in voller Länge zu allen Rubriken.

Ein Link zur Xing-Gruppe „Mobile Monteure“, die von uns moderiert wird, erleichtert den Einstieg in dieses Mitmach-Netz. Nehmen Sie Kontakt zu Kollegen auf, tauschen Sie sich aus und finden Sie neue Mitarbeiter oder Arbeitgeber.

Ausgabe	Schwerpunkthemen (Änderungen vorbehalten)	Produktspektrum Werbeumfeld
<p>1-2 2022</p> <p>ET: 07.02.2022 AS: 17.01.2022 DU: 19.01.2022</p>	<p>Top-Thema: Fußböden und Treppen: Trends und Neuheiten Elektrowerkzeuge: Kraftpakete für Werkstatt und Baustelle</p>	<p>Fußböden Parkett, Laminat, Designböden sowie Leisten, Unterlagsbahnen, Pflegemittel, Verlegewerkzeuge Treppen Systemzubehör für Montage und Herstellung sowie Software für Aufmaß, Werkstatt und Handläufe, Geländer und Stufenbeläge Elektrowerkzeuge Werkzeuge zum Schneiden, Bohren, Schleifen, Akkus, Zubehör sowie Multisysteme</p>
<p>3 2022</p> <p>ET: 14.03.2022 AS: 21.02.2022 DU: 23.02.2022</p>	<p>Top-Thema: Holzwerkstoffe: Platten, Furniere, Dekore, Kanten Bauelemente: Fenster und Türen</p>	<p>Holzwerkstoffe & Co Materialien, Oberflächen, Kollektionen Bauelemente: Fenster und Türen Highlights der Fensterbau/Frontale, Innentüren, Funktionstüren, Sicherheits- und Einbruchsschutz, Schall-, Brand- und Rauchschutz</p>
<p>4 2022</p> <p>ET: 19.04.2022 AS: 28.03.2022 DU: 30.03.2022</p>	<p>Top-Thema: Software: Planen, visualisieren, fertigen Holz für draußen: Terrassen, Fassade, Wintergärten</p>	<p>Software Branchensoftware für Tischler und Schreiner, Tools zur Optimierung innerbetrieblicher Prozesse Holz für draußen Terrassendielen, WPC, Fassadenelemente, Wintergärten, Sicht- und Insektenschutz, Zäune, Gartenmöbel, Pflegemittel, Lacke und Lasuren</p>
<p>5 2022</p> <p>ET: 16.05.2022 AS: 24.04.2022 DU: 27.04.2022</p>	<p>Top-Thema: Oberflächen: Schichtstoffe, HPL, CPL sowie Massivholz und Furnier Verbindungstechnik: Schrauben, Kleben, Befestigen</p>	<p>Oberflächen Werkstoffe, Lacke, Lasuren, Öle und Beizen, Werkzeuge und Geräte zur Pflege und Verarbeitung Verbindungstechnik Schrauben, Dübel, Kleber sowie weitere Befestigungsmittel, Tools für Montage und Materialhandling</p>
<p>6-7 2022</p> <p>ET: 27.06.2022 AS: 03.06.2022 DU: 07.06.2022</p>	<p>Top-Thema: HOLZ-HANDWERK, Nürnberg Maschinen für die Holzbearbeitung: Fräsen, Hobeln, Sägen, Schleifen</p>	<p>Holz-Handwerk Neuheiten im Bereich der Standard-Maschinen für die Werkstatt sowie Werkzeuge und Geräte für Baustelle und Montage. Zubehör aus den Bereichen Bohren, Fräsen, Sägen, Hobeln und Schleifen Maschinen für die Holzbearbeitung Maschinen für kleine und mittlere Betriebsgrößen, stationäre und halbstationäre Anwendungen. Betriebsstechnik: Lösungen für Druckluft, Absaugung und Heizung</p>

8-9 | 2022

ET: 22.08.2022
AS: 01.08.2022
DU: 03.08.2022

Top-Thema: Innentüren: Beschläge, Griffe, Zutritt
Küche und Bad: Ausstattung, Oberflächen, Funktionen

Innentüren | Innentüren, Funktionstüren, Sicherheits- und Einbruchsschutz, Schall-, Brand- und Rauchschutz, Türbänder, Türdrücker, Zutrittskontrolle
Küche und Bad | Werkstoffe und Oberflächen für den Nassraumbereich, Armaturen, Abzugshauben, Zubehör

10 | 2022

ET: 04.10.2022
AS: 13.09.2022
DU: 15.09.2022

Top-Thema: Elektrowerkzeuge: Kabellose Alleskönner
Ladenbau: Marken und Produkte inszenieren

Elektrowerkzeuge | Tools zum Bohren, Fräsen, Sägen, Hobeln und Schleifen, Akkutechnik, Zubehör
Ladenbau | Präsentationsmöbel, Licht und Beleuchtung, Technik im Möbel, Bodenbeläge, Werkzeuge zur Planung, Fertigung und Montage

11 | 2022

ET: 02.11.2022
AS: 12.10.2022
DU: 14.10.2022

Top-Thema: Beschläge und Licht
Software: Digitalisierung im Betrieb

Beschläge und Licht | Funktions- und Zierbeschläge, Smarte Möbelkomponenten, Lösungen für den Innenausbau und Ladenbau, Ergonomie-Produkte, Lösungen für temporäre Arbeitsplätze (Homeoffice)
Software | Branchensoftware für Tischler und Schreiner. Tools zur Optimierung innerbetrieblicher Prozesse

12 | 2022

ET: 12.12.2022
AS: 21.11.2022
DU: 23.11.2022

Top-Thema: Fußböden
Innenausbau: Decke, Wandsysteme

Innenausbau | Fußböden, Wandverkleidungen, Deckenpaneele, Akustiklösungen, Brandschutz, Trennwände, Homeoffice-Systeme, Barrierefreies Bauen

ET: Erscheinungstermin | AS: Anzeigenschluss (= Redaktionsschluss) | DU: Druckunterlagen

Bitte beachten: Druckunterlagen für Umschlagseiten müssen fünf Werktage vor den oben angegebenen Terminen angeliefert werden.

Aktuelle Beiträge zu den oben genannten Schwerpunktthemen finden sich auch in der regelmäßigen Berichterstattung.
Weitere Themen, die gleichmäßig über das Jahr behandelt werden:

- Arbeitsschutz
- Aus den Verbänden
- Aus- und Weiterbildung
- Betriebsführung, Marketing
- Branchennews, Hintergründe
- Einbruchschutz
- Firmenporträts, Interviews
- Fuhrpark

- Glas im Innenausbau
- Holzenergie
- Holz in Künstlerhand
- Lager und Logistik
- Leichtbau, Caravan, Tiny Houses
- Mobile Monteure
- Möbelbau
- Montagetechnik

- Neues und Nützliches
- Recht und Normen
- Raumsysteme, Trennwände
- Restaurierung
- Schall- und Brandschutz
- Sonnenschutz, Insektenschutz

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 nach vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
6. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort "Anzeige" deutlich kenntlich gemacht.
7. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - abzulehnen, wenn
 - deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
 - deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
 - deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist
 -Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten.
 Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Musters und dessen Billigung bindend. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages.
 Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
8. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.
- 16a. Aus einer Auflagenminderung kann - vorbehaltlich der Regelung der Ziffer 16b - nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantieauflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung 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 Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber vom 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 Auflagendaten veröffentlichen)
 Abweichend von Nummer 16a berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagendaten veröffentlichen, nur dann zu einer Preisminderung, 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 IVW. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr aus dem Auflagendurchschnitt der vier Quartale vor dem Insertionsjahr, soweit nicht vom Verlag eine absolute Auflagenzahl als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde.
 Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengenstaffel und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisminderung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde. Die mögliche Auflagenminderung errechnet sich als Saldo der Auflagenüber- und Auflagenunterschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Insertionsjahres. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten 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.
18. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.
 Im Geschäftsverkehr mit Käuflern, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen 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-Käuflern nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Käuflern, im Zeitpunkt der Klagerhebung 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.

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 wesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrages ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden.
- Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen - außer bei nicht offensichtlichen Mängeln - innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.
11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
13. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum 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, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

19. Die Werbungsmitler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten.
20. Preisänderungen für erteilte 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 zugelieferten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrages 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 Nutzungs-, 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, derer 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.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages:

- Sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist, treten neue Tarife bei Preisanpassungen auch für laufende Aufträge sofort in Kraft.
- Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen des Auftraggebers nicht sofort erkennbar, so hat der Auftraggeber 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.

Unsere Verlagsvertretungen

PLZ 1, 2, 3, 4, 5, 600-636,
64-69, 7, 880, 882-891,
895-896, 9791-9799

**Belgien, Niederlande,
Luxemburg, Dänemark,
Schweiz, Elsass**

Jan-Benjamin Peters

Hansell 50
48341 Altenberge
Telefon 0 25 05/93 92 50
Telefax 07 11/75 91-266
E-Mail jpeters@magenta.de

Italien

CASIRAGHI GLOBAL MEDIA SRL

Via Cardano 81
22100 Como
Telefon +39/0 31/26 14 07
E-Mail info@casiraghi-adv.com

PLZ 0, 637-639,
80-87, 881, 892-894,
9000-9790, 98-99

Österreich

Mark-Oliver Felchner

Alte Steige 26
87600 Kaufbeuren
Telefon 0 83 41/87 14 01
Telefax 0 83 41/87 14 04
E-Mail m.felchner@verlagsbuero-felchner.de

Polen

ALNUS

Paweł Kierasiński

ul. Żeromskiego 105a/7
26-600 Radom
Telefon +48/6 03 42 62 89
E-Mail info@holzzentralblatt.pl



DRW

DRW-Verlag Weinbrenner GmbH & Co. KG

Fasanenweg 18 | 70771 Leinfelden-Echterdingen