



Offizielles Organ des  
Gesamtverbandes  
Autoteile-Handel e. V.



## Inhalt

- 2 Titelprofil
- 4 Themen und Termine
- 6 Preisliste amz
- 8 Formatbeispiele
- 9 Digitale Druckunterlagen
- 10 Online-Werbung auf amz.de
- 12 Kundenmagazine
- 14 Verzeichnisse/  
Servicepartnereinträge
- 15 Titelporträt
- 16 Auflagen-/  
Verbreitungsanalyse
- 18 Kurzfassung der  
Erhebungsmethode
- 19 Geschäftsbedingungen
- 20 Ansprechpartner

# Titelprofil



**Titel**



Das Fachmagazin für den  
Kfz-Service und den Teilehandel

## Management & Technik aus einer Hand

**amz liefert alle Informationen für den Kfz-Betrieb:**

Von aktuellen Branchennachrichten und  
gesetzlichen Rahmenbedingungen,  
über Automobiltechnik,  
Werkstattpraxis und Werkstattausrüstung  
bis hin zu Servicemarketing,  
Teilemarkt und den GVA-Nachrichten.

**Um die Kfz-Betriebe für die Zukunft fit zu machen,**  
gibt amz Tipps, wie das Servicemarketing zu verbessern ist,  
um Dienstleistungen erfolgreich an den Autofahrer zu bringen.  
Zudem werden wir noch weiter in die Technik eintauchen.  
Dazu gehören die Vorstellung neuer Reparaturverfahren,  
Tipps für den Umgang mit der Fahrzeugelektronik und  
Reportagen aus der Werkstattausrüstungsszene.

amz.de ergänzt die Kompetenz des Printmediums unter  
anderem durch aktuelle Downloads, Online-Services,  
Veranstaltungskalender und Webfilme mit Tipps vom Profi.



## Leserstruktur

### Entscheidungsträger aus Mehrmarken-Werkstätten des freien Kfz-Service-Marktes aber auch aus den gebundenen Vertragswerkstätten.

Gerade der gebundene Markt informiert sich zunehmend in der amz über das Leistungsspektrum des freien Kfz-Teile-Großhandels, um ihre Angebotspalette weiter zu optimieren und auszubauen.

Ohne die Reparaturalternative des freien Kfz-Service-Marktes würden die Kosten rund ums Auto um deutlich mehr als 30 % ansteigen.

### Entscheider aus dem Kfz-Teile-Großhandel

Der freie Kfz-Teile-Großhandel sichert die Versorgung der Mehrmarken-Werkstätten mit Ersatz- und Verschleißteilen. In dieser Funktion übernimmt er die Sortimentsbündelung, die Lagerhaltung, die Logistik sowie die Beratungsleistung. Die im GVA organisierten Großhandelsunternehmen erwirtschaften etwa 80% des Umsatzes der Branche. Als offizielles Organ des GVA ist die amz - auto motor zubehör hier bundesweit präsent wie kein anderes Magazin.

### Führungskräfte und Entscheider aus der Kfz-Zubehör- und der Komponentenindustrie

Die Automobilhersteller produzieren heute nur noch rund 20% der Komponenten in Eigenleistung. Rund 80 % werden von der Zulieferindustrie gefertigt. Die amz informiert über Innovationen, Trends und Aftermarket-Produkte der Kfz-Zulieferer.

## Veranstaltungen

### amz-Forum: Technik im Dialog

Jährlich stattfindende gemeinsame Workshops zu einem aktuellen Thema für Teileindustrie, Teilehandel und Kfz-Werkstätten.

Zielsetzung: In Form einer Informations- und Dialogveranstaltung wird eine kommunikative Ebene zwischen den Teilnehmern hergestellt und ein branchenspezifisches Thema in der Praxis behandelt.

# Zielgruppen-Differenzierung als Basis für Ihren Werbeerfolg!

Ausgabe	1/2	3	4	5	6
<b>Anzeigenschluss</b>	<b>14.01.2010</b>	<b>11.02.2010</b>	<b>12.03.2010</b>	<b>14.04.2010</b>	<b>14.05.2010</b>
<b>Druckunterlagenchluss</b>	<b>20.01.2010</b>	<b>17.02.2010</b>	<b>18.03.2010</b>	<b>20.04.2010</b>	<b>20.05.2010</b>
<b>Erscheinungstermin</b>	<b>05.02.2010</b>	<b>05.03.2010</b>	<b>07.04.2010</b>	<b>06.05.2010</b>	<b>08.06.2010</b>
<b>amz Schwerpunktt Themen*</b>	<p><b>Kfz-Filter und Schmierstoffe</b>            Profit im Ölgeschäft            • Tipps für das Kundengespräch beim Filterwechsel            • Argumente für den Filter- und Ölservice            • News und Infos von den Herstellern/Anbietern            • Kraftstoff-, Öl-, Luft- und Innenraumfilter für den Kundendienst und die Werkstatt</p> <p><b>Events, Tag der offenen Tür, Kunden-Aktionen „Lösungsansätze für die Kfz-Werkstatt und Service“</b></p> <p><b>Filter-Spezial: Alles zum Thema Filter für Kfz</b>            Tipps: Wie man mit Filtern in der Werkstatt mehr Profit machen kann. Infos von den großen Filterherstellern            • Übersicht Kraftstoff-, Öl- und Luftfilter in der Kfz-Werkstatt            • Schmierstoff-Marketing in der Kfz-Werkstatt            • Tipps für die Argumentation bei Longlifeölen            • Produktübersicht der Ölanbieter</p>	<p><b>Klimaservice</b>            Mit Klima-Service Kunden gewinnen            • Kundendienst-Aktionen            • Neue Produkte und Dienstleistungen            • Kundenkontaktprogramme            • Marketingtipps der Klima-Experten            • Produkte zur Verkaufsförderung</p> <p><b>Kundendienst durch Direktannahme</b>            Aktionen zur Kundenbindung            • Direktmarketing u. Mailings            • Werbung und Werbemittel            • Kundendienstaktionen</p> <p><b>Klimaservice in der Kfz-Werkstatt</b>            • Alles rund um den Klimaanlage-Service und die Klimaanlage-Wartung            • Argumente für Innenraumfilter            • Vermarktung von Innenraumfiltern</p> <p><b>Tipps für Teile- und Zubehör-Verkauf</b></p>	<p><b>Waschen &amp; Pflegen</b>            Fahrzeugpflege als Erfolgsrezept            • die professionelle Autowäsche für Kfz-Betriebe            • Zusatzgeschäfte mit Pflegeprodukten            • Produkte für das Waschgeschäft            • Cross-Selling bei Pflege und Serviceleistungen            • Point of Sale – Ausrichten auf Zusatzverkäufe            • Neue Pflegeprodukte für Handel und Werkstatt</p> <p><b>Trends im Räder- und Reifengeschäft</b>            • Tipps für das Kundengespräch bei Reifen u. Felgen            • Übersicht neue Reifen und LM-Felgen            • Einlagerung vom Kundenreifen            • Systeme zur Kundenrädereinlagerung</p> <p><b>Frühjahrsfit und Fahrzeugpflege</b>            • neue Pflegeprodukte            • Gebrauchtwagenaufbereitung als Mittel zur Verkaufsförderung            • Fahrzeugaufbereitung als Zusatzgeschäft            • Entscheidungskriterien für Anwender</p> <p><b>Zubehörpräsentation und worauf man achten muss</b></p>	<p><b>Werkstatt-Systeme und -Konzepte</b>            Fullservice- und Teilkonzepte für Kfz-Betriebe            Werkstatt-Konzept-Anbieter in der Übersicht:            • Aktionen, Leistungen, Inhalte der einzelnen Werkstatt-Konzepte            • Stimmen aus den Systemzentralen</p> <p><b>Alles für das Gebrauchtwagengeschäft</b>            • Gebrauchtwagen-Garantien            • GW-Pflegemittel für Profis            • Pflege-Konzepte für Kfz-Betriebe            • Elektrik / Elektronik im modernen Automobil            • Elektronik im Aftersalesbereich            • Neue Technologien und elektronische Systeme            • Trends für Wartung und Reparatur            • Nachrüstungen von Hightech-Zubehör als Zusatzgeschäft in der Werkstatt            • Umrüstung auf Autogas - News, Trends, Fakten            • Tipps für Vermarktung und Umrüstung</p>	<p><b>Die Unfallschadenabwicklung im Kfz-Betrieb</b>            • Alles zum Thema Karosserie &amp; Lack            • Tipps von den Prüforganismen zum Thema Karosserie &amp; Lack            • Lacke            • Spritzpistolen            • Lackierzubehör            • Spotrepair und Hagel-schaden-Instandsetzung            Tipps für die Unfall-Reparatur Schadenabwicklung bei der Versicherung</p> <p><b>Abwicklung von Glasschäden</b>            • Windschutzscheiben ersetzen            • Scheibenreparatur bei Steinschlägen            • Tipps für das Glasgeschäft in der Werkstatt</p> <p><b>Alles zum Thema Bremse</b>            • Bremsendienst, Bremsenwartung als Service            • Bremsflüssigkeitswechsel            • Entwicklungen bei Scheibenbremsen und Bremsbelägen für den Aftermarkt            • Tipps zur Bremsenprüfung</p>
<b>amz Werkstattpraxis*</b>	<p><b>Wartung und Inspektion</b>            • Tipps und Tricks für die Serviceintervallzurückstellung            • Diagnosegeräte für die Inspektion            • Software für Wartungspläne</p>	<p><b>Klimaanlagen</b>            • Profitipps für Klimaservice und -diagnose            • Klimakomponenten tauschen            • Werkzeuge und Geräte für den Klimaservice</p>	<p><b>Reifenservice</b>            • Fehler beim Räderauswuchten vermeiden            • Montage von UHP-Reifen            • Reifenservicegeräte und Hilfsmittel</p>	<p><b>Fahrzeugelektronik</b>            • Fehlersuche mit aktueller Diagnose- und Messtechnik            • Neuheiten bei Diagnosegeräten            • Informationssysteme</p>	<p><b>Karosseriereparatur</b>            • Neue Fügeverfahren bei der Karosseriereparatur            • Handwerkzeuge und Geräte für die Karosserie-Reparatur            • Profi-Tipps für den Bremsenservice</p>

Ausgabe	7/8	9	10	11	12
<b>Anzeigenschluss</b>	14.07.2010	13.08.2010	20.09.2010	14.10.2010	17.11.2010
<b>Druckunterlagenschluss</b>	20.07.2010	19.08.2010	24.09.2010	20.10.2010	23.11.2010
<b>Erscheinungstermin</b>	05.08.2010	06.09.2010	12.10.2010	05.11.2010	09.12.2010
<b>amz Schwerpunktt Themen*</b>	<p><b>Vorschau zur Automechanik</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Neue Produkte, Technik-Komponenten, News und Highlights, Trends und Aussichten</li> <li>• News aus dem Bereich Automobiltechnik und neue, darauf bezogene Reparaturmethoden</li> <li>• Ersatzteile, Komponenten und Zubehör</li> <li>• Infos aus dem Bereich der Zulieferer für den Aftermarket</li> </ul> <p><b>Zusatzgeschäfte im Kfz-Betrieb durch neue Leistungen</b></p> <p><b>Verkaufsförderung mit Zubehör und Ersatzteilen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktiver Verkauf von Dach- und Heckträgern, Fahrrad-, Kanu-, Skiträgern etc.</li> <li>• Verkauf von Urlaubs-Zubehör</li> <li>• Trends bei Rädern und Reifen</li> <li>• Zubehörneuigkeiten und -marketing</li> </ul> <p><b>Mehr Umsatz durch Stoßdämpfer-Service</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stoßdämpferaktionen im Kundendienst</li> <li>• News im Bereich Fahrwerkstechnik</li> </ul> <p><b>Motoreninstandsetzung als Reparaturalternative</b></p>	<p><b>Automechanik Hauptheft Berichte, Interviews, Meinungen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Großes Messeheft mit einer Vorschau der Produkte und Dienstleistungen der Aussteller auf der Messe</li> <li>• Produkte für den Kfz-Aftermarket</li> <li>• Besucherinformationen zur Fachmesse</li> <li>• Branchen-Highlights, Veranstaltungstipps</li> </ul> <p><b>Große Vorschau zur Automechanik</b></p> <p>Alles was den Fachbesucher an News, Produkten, Komponenten und Dienstleistungen auf der Automechanik interessiert</p> <p>Hintergrundberichte und Vorstellungen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Highlights, Kommentare, Fakten und Infos</li> <li>• Produkt- u. Anbieterübersicht zur Messe</li> </ul> <p><b>Die Kfz-Zulieferer im Aftermarket</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Technische Highlights, News und Trends aus dem Bereich der Zulieferindustrie und Teilerhersteller in der Erstausrüstung und im Kfz-Aftermarket</li> <li>• neue Produkte, Dienstleistungen und Trends der Messe-Aussteller im Überblick.</li> </ul> <p><b>Werkstattausrüstung Spezial</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Neuheiten zur Automechanik 2010</li> </ul>	<p><b>Winterfitaktionen für die Werkstatt</b></p> <p>Automechanik-Messenachlese</p> <p>Werkstatt-Wintergeschäft</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipps für Vorbereitung auf das Wintergeschäft – Alles für Werkstatt und Teilegeschäft</li> <li>• Frostschutzmittel</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trends bei Fahrzeugbatterien</li> <li>• Tipps für das Batteriegeschäft</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vermarktungstipps für Zubehör</li> <li>• Winterreifen-Marktübersicht</li> <li>• Tipps für das Geschäft mit Winterreifen</li> </ul> <p>So wird Winterfit ein Erfolg für die Werkstatt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipps für den Verkauf von Produkten u. Dienstleistungen in der Kfz-Werkstatt</li> </ul>	<p><b>Zusatzgeschäfte durch Spezialisierungen</b></p> <p>Um- und Einbau von Einrichtungen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Behindertengerechte Umbauten</li> <li>• Ausrüstung von Servicefahrzeugen</li> <li>• Umrüstung auf alternative Antriebe</li> <li>• Profit mit Oldtimerrestauration</li> <li>• Tipps, was die Werkstatt anbieten kann</li> </ul> <p><b>Vorschau zur Essen MotorShow</b></p> <p>Tuning als Zusatzgeschäft nutzen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• News aus dem Bereich der Zulieferer</li> <li>• Entwicklung im Teilemarkt</li> <li>• Verkaufsförderung im Servicegeschäft</li> <li>• News im Bereich Zubehör und Teile</li> </ul> <p><b>Wintergeschäft im Kfz-Betrieb durch</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kundendienst-Aktionen</li> <li>• Produkte und Präsentation</li> <li>• Batterie, Frostschutz, Fahrzeugcheck</li> <li>• Verkauf von Winterausrüstung</li> </ul>	<p><b>Investitionsvorschau für Kfz-Betriebe &amp; Teilehandel</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Produktpräsentation von Teilen für den Kfz-Aftermarket und die moderne Werkstatt</li> <li>• Trends im Teile- und Zubehörgeschäft</li> <li>• Betriebs- und Werkstatt-Planung</li> <li>• Konzepte für Neu- und -umbauten</li> </ul> <p><b>Sauberkeit im Betrieb</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Berufsbekleidung: Kauf oder Miete</li> <li>• Reinigungsmittel und -Geräte</li> <li>• Alles für die Sauberkeit im Betrieb</li> </ul> <p><b>Tipps zum Bauen u. Einrichten von Kfz-Betrieben</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Von der Planung bis zur Realisation in den Bereichen Werkstatt und Teilelager</li> <li>• Ökologisches und ökonomisches Bauen: Strom, Wasser, Energie</li> </ul>
<b>amz Werkstattpraxis*</b>	<p><b>Motoreninstandsetzung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Werkstattarbeiten am Motor</li> <li>• Kompressionsprüfung</li> <li>• Druckverlusttest</li> </ul>		<p><b>Winterservice</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• BatterieTest- und Ladegeräte</li> <li>• Batterien in der Werkstatt prüfen und laden</li> <li>• Profitipps für den Zubehöreinebau</li> </ul>	<p><b>Spezialisierungen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alles rund um die Achseinstellung</li> <li>• Fehlersuche am Fahrwerk</li> <li>• Achsmessgeräte</li> </ul>	<p><b>Fahrzeugprüfung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bremsenprüfung</li> <li>• Bremsen- und Fahrwerksprüfstände</li> <li>• Hebetchnik</li> </ul>

**Ständige Rubriken**

Diagnosetechnik, Produktneuheiten für den Werkstattprofi, Dieselmotoren, Wartungs- und Reparaturtipps

**\* Bitte lassen Sie uns Ihr redaktionelles Material bis 4 Wochen vor dem jeweiligen Anzeigenschluss-Termin zukommen.**



# P Anzeigen-Preisliste

Nr. 48 – gültig ab 1. Januar 2010

Format	Grundpreis s/w in €	2-farbig in €	3-farbig in €	4-farbig in €
2/1-Seite	10 630,-	11 330,-	12 030,-	12 730,-
1/1-Seite	4 865,-	5 235,-	5 605,-	5 975,-
2/3-Seite	3 220,-	3 530,-	3 840,-	4 150,-
1/2-Seite	2 432,-	2 677,-	2 922,-	3 170,-
1/3-Seite	1 610,-	1 780,-	1 950,-	2 120,-
1/4-Seite	1 216,50	1 349,-	1 481,50	1 615,-
1/8-Seite	608,25	679,50	750,75	820,-

**Textteil: Millimeter-Preis s/w 1-spaltig (60 mm): 6,70 €**  
**Anschnitt- und Satzspiegelformate siehe Seite 8**

- 1 Auflage**  
 Druckauflage .....26 318 Exemplare  
 tatsächlich verbreitete Auflage:  
 im Jahresdurchschnitt (lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17) ..25 973 Exemplare
- 2 Zeitschriftenformat** ..... 210 mm breit, 297 mm hoch, DIN A4  
**Satzspiegel** ..... 188 mm breit, 272 mm hoch  
**Spaltenzahl** ..... 3 Spalten = Spaltenbreite 60 mm
- 3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen**  
 Offsetdruck, Klebebindung. Anlieferung von digitalen Druckunterlagen erforderlich (siehe Seite „Digitale Druckunterlagen“).

- 4 Termine**  
 Erscheinungsweise ..... 10 Ausgaben im Jahr  
 Erscheinungstermin ..... siehe Terminplan  
 Anzeigen- und Druckunterlagenschluss ..... siehe Terminplan

- 5 Verlag** ..... Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG  
 Hausanschrift ..... Hans-Böckler-Allee 7, 30173 Hannover  
 Postanschrift ..... 30130 Hannover  
 Anzeigenabteilung ..... siehe Ansprechpartner (Seite 20)

- 6 Zahlungsbedingungen**  
 8 Tage nach Rechnungsdatum 2% Skonto,  
 sonst 30 Tage ohne Abzug.  
 Bankeinzugsverfahren ist möglich.  
 USt-Ident.-Nr. DE 115 697 748

#### Bankverbindungen

Bankverbindung für Anzeigenrechnungen:  
 Sparkasse Hannover (BLZ 250 501 80), Konto-Nr. 1 019 900  
 IBAN-Nr.: DE 41 2505 0180 0001 0199 00  
 BIC: SPKHDE2H

Bankverbindung für Vertriebsrechnungen:  
 Nord/LB, Hannover (BLZ 250 500 00), Konto-Nr. 101 418 200

#### 7 Anzeigenformate und Preise

Allen Preisen ist der aktuelle Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.  
 Farbpreise beinhalten Normalfarben nach Euro-Skala.

## 8 Rabatte:

bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten (Insertionsjahr)

### Malstaffel

2-mal	5 %
5-mal	10 %
10-mal	15 %

### Mengenstaffel

2 Seiten	10 %
5 Seiten	15 %
8 Seiten	20 %

Beilagen und technische Kosten sind nicht rabattierbar.

Bei umfangreicheren Abschlüssen Bedingungen auf Anfrage.

## 9 Kombinationsrabatt:

Werben Sie zusätzlich in weiteren Publikationen unseres Hauses. Sie erreichen eine höhere Marktdurchdringung und können mit Rabattvorteilen rechnen. Nutzen Sie diesen Synergieeffekt. Lassen Sie uns über Ihre Vorteile sprechen.

## 10 Preise für Vorzugsplätze:

Titelseitenpaket € 10 990,—

beinhaltet Titelseite, 2 Seiten Text zur Titelanzeige sowie den exklusiven Wallpaper-Banner auf amz.de  
Bestätigte Titelseiten können nicht storniert werden.

2., 3., 4. Umschlagseite/4-farbig € 6 900,—

## 11 Farbzuschläge:

Jede zusätzliche Normalfarbe (Euro-Skala):

1/1 Seite	€ 370,—	2/3 Seite	€ 310,—
1/2 Seite	€ 245,—	1/3 Seite	€ 170,—
1/4 Seite	€ 132,50	1/8 Seite	€ 71,25

Sonderfarben (z. B. HKS)

Preise auf Anfrage

## 12 Zuschläge für Anzeigen im Sonderformat:

Anzeigen über Bund 10 % Zuschlag v. s/w GP

(Heftformat zuzügl. 3 mm Bundzugabe)

Anzeigen über Satzspiegel, 10 % Zuschlag v. s/w GP

angeschnittene Anzeigen

(Heftformat zuzügl. 3 mm Beschnitt-

zugabe je Anschnittkante)

Sonderformate, Junior-Page, Insel-Anzeige 25 % Zuschlag v. s/w GP

## 13 Preise für Gelegenheits-/Stellenanzeigen:

– Preis pro mm (1-spaltig, 44 mm breit) –

Verkäufe, Kaufgesuche,

Stellenangebote, Verschiedenes

Stellengesuche bis 50 mm/1-spaltig, s/w

andere Formate auf Anfrage

Chiffregebühr Inland

Chiffregebühr Ausland

€ 3,—  
grátis

€ 10,50

€ 16,—

## 14 Einhefter:

	2-seitig	4-seitig	6-seitig	8-seitig
€	4 775,—	6 620,—	8 465,—	10 310,—
Rabatte:	2-mal	5-mal	8-mal	
	10 %	15 %	20 %	

Einhefter bitte im unbeschnittenen Format von mind. 213 mm Breite und 305 mm Höhe/max. 213 mm Breite und 310 mm Höhe anliefern (Klebebindung).

## 15 Beilagen (nicht rabattierbar):

bis 25 g pro Tausend

€ 215,—

zuzüglich Vertriebszusatzkosten

Höchstformat 200 mm breit und 290 mm hoch.

Preise für schwerere Beilagen und Teilbelegungen auf Anfrage.

Die Vorlage eines Musters vor Auftragsannahme ist erforderlich.

## 16 Aufgeklebte Postkarten (in Verbindung mit 1/1 Anzeigenseite):

Beilagengebühr pro Tsd.

€ 82,—

zuzügl. Vertriebszusatzkosten

## 17 Auflage:

Die Anlieferungsmenge für Beilagen, Einhefter und Postkarten

beträgt in der Regel 26 500 Exemplare. Eine Erhöhung der Auflage

zu besonderen Anlässen behält sich der Verlag vor.

## 18 Lieferanschrift für die Positionen 14 bis 16

LNT Papierverarbeitung GmbH

Im Bahlbrink 4, 30827 Garbsen-Berenbostel

Liefervermerk: amz, Ausgabe ...

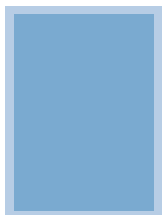
Lieferung frei Druckerei

# Informationsblatt Formate

Ergänzung zur Anzeigenpreisliste 48 – gültig ab Januar 2010

# P

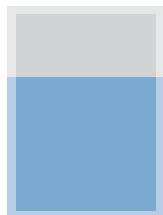
Heftformat: amz – A4 (210 × 297 mm) / **Sonderheft (205 × 293 mm)**



### 1/1-Seite

S: 188 × 272  
A: 216 × 203

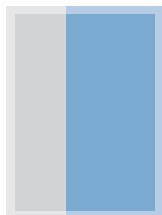
S: 184 × 250  
A: 211 × 299



### 2/3-Seite

S: 188 × 180  
A: 216 × 197

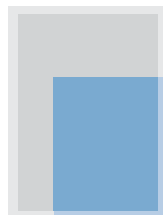
S: 184 × 165  
A: 211 × 185



### 2/3-Seite

S: 124 × 272  
A: 135 × 303

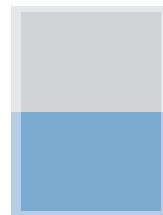
S: 120 × 250  
A: 132 × 299



### Junior Page

S: 140 × 180  
A: 151 × 197

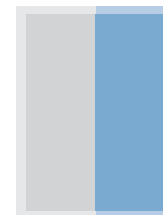
S: 138 × 175  
A: 151 × 195



### 1/2-Seite

S: 188 × 134  
A: 216 × 151

S: 184 × 122  
A: 211 × 142



### 1/2-Seite

S: 92 × 272  
A: 103 × 303

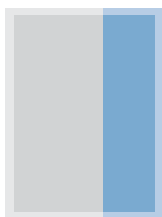
S: 90 × 250  
A: 102 × 299



### 1/3-Seite

S: 188 × 88  
A: 216 × 105

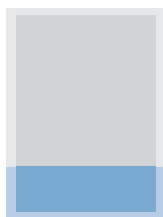
S: 184 × 80  
A: 211 × 100



### 1/3-Seite

S: 60 × 272  
A: 71 × 303

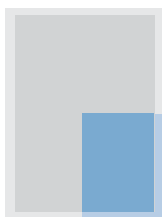
S: 58 × 250  
A: 69 × 299



### 1/4-Seite

S: 188 × 65  
A: 216 × 82

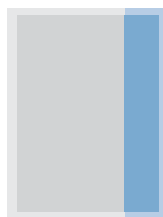
S: 184 × 58  
A: 211 × 78



### 1/4-Seite

S: 92 × 134  
A: 103 × 151

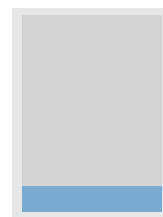
S: 90 × 122  
A: 102 × 142



### 1/4-Seite

S: 44 × 272  
A: 55 × 303

S: 43 × 250  
A: 55 × 299



### 1/8-Seite

S: 188 × 31  
S: 184 × 28




### 1/8-Seite

S: 92 × 65  
S: 90 × 58

S = Formate für Anzeigen im Satzspiegel, Breite × Höhe in mm

A = Formate für angeschnittene Anzeigen, Breite × Höhe in mm, **inkl.** Beschnittzugabe (3 mm je Beschnittkante)

 Anschnittkanten = Anzeigenformat über den Satzspiegel hinaus

**Um digitale Druckunterlagen einwandfrei weiterverarbeiten zu können, müssen folgende Bedingungen erfüllt sein:**

#### **Dateiformat**

Druckfertige PDF- oder EPS-Dateien (mit eingebetteten Schriften und Bilddateien) aus QuarkXPress, InDesign, Illustrator, Photoshop oder Freehand. Bitte ohne Schnittmarken, Passkreuze, etc. auf das Endformat abspeichern.

Bei Anlieferung offener Dateien (inkl. Schriften und hochauflösende Bilder) sowie Dateien aus Programmen wie WORD, EXCEL, PowerPoint, Pagemaker oder CorelDraw kann keine Gewährleistung für die Qualität der Anzeigen übernommen werden. Bei diesen Formaten werden je nach Aufwand die Selbstkosten in Rechnung gestellt.

#### **Bilddaten**

Auflösung von Farb- oder Graustufenbilder mind. 300 dpi  
Strichzeichnungen mind. 1200 dpi

#### **Farbmodus**

CMYK, keine RGB- oder Sonderfarben

#### **Druckverfahren**

Rollenoffsetdruck

#### **Datenträgerformat**

CD-ROM (Macintosh/Windows), DV-ROM (Macintosh)

#### **Datentransfer**

- E-Mail: [anzeigendaten-amz@schluetersche.de](mailto:anzeigendaten-amz@schluetersche.de)
- ISDN /Mac/Leonardo Pro 0511/8550-6669
- ISDN PC Fritz!Data und FTP-Verbindung gern auf Anfrage

#### **Datei-Information**

Bitte nennen Sie bei der Datenanlieferung *Zeitschrift\_Ausgabe\_Inserent* und senden parallel die genauen Auftragsdaten sowie einen schrift- und standverbindlichen Ausdruck der Anzeige.

Bei Farbanzeigen ist zusätzlich ein Proof, der den Empfehlungen der FOGRA bzw. ECI für den Rollenoffsetdruck entspricht, notwendig. Proofart und Papierklasse bitte erfragen.

#### **Anzeigenauftrag**

Die genannten Angaben ersetzen nicht den schriftlichen Anzeigenauftrag. Senden Sie diesen bitte direkt an die Anzeigenabteilung.

#### **Eingangs- und Verarbeitungskontrolle**

Der Verlag übernimmt keine Haftung für Farbabweichungen und Textstellungen im Anzeigenmotiv, wenn Dateien nicht in der oben angegebenen Art und Weise abgespeichert und farbverbindliche Proofs nicht mitgeliefert wurden.

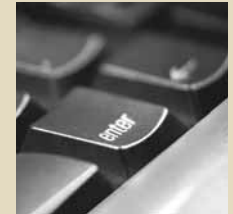
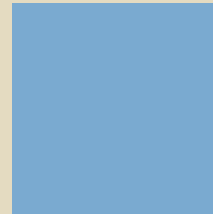
#### **Technische Kosten**

Für die Gestaltung/Herstellung von Anzeigen und Eingriffe bei nicht maßgerechten Vorlagen sowie die Aufbereitung aller Vorlagen, die nicht dem Druckverfahren entsprechen, werden die Selbstkosten in Rechnung gestellt.

#### **Technische Fragen/Kontakt**

E-Mail an [anzeigendaten-amz@schluetersche.de](mailto:anzeigendaten-amz@schluetersche.de) oder  
Telefon 0511/8550-2521 • Telefax 0511/8550-2401

# Digitale Druckunterlagen



## www.amz.de / www.nkwpartner.de

Gute Printmedien leisten viel für Ihre Kommunikation – in Verbindung mit modernen und zielgruppenorientierten Online-Medien noch mehr. Mit unserem neuen Premium-Paket mit Titelseite – Titelstory – Wallpaper sind Sie cross-medial aufgestellt. Fragen Sie nach weiteren Möglichkeiten: Webfilme mit komplettem Service – Kundenmagazine mit E-Paper – immer auf der Höhe der Zeit mit amz – auto motor zubehör und NKWpartner.

## Bannerformate und Preise



### Wallpaper

(A: 975 x 90; B: 160 x 800)

für Ihren exklusiven Cross-Media-Auftritt,  
nur in Verbindung mit Titelseite amz und  
Titelstory buchbar

s. Seite 7



### Full-Size-Banner

(468 x 60)

verschiedene Platzierungen  
€ 1 050,- pro Monat

wöchentliche Buchung mit  
Aufpreis möglich



### Content-Ad

(300 x 250)

verschiedene Platzierungen  
€ 1 250,- pro Monat

wöchentliche Buchung mit  
Aufpreis möglich

# Newsletter / Sponsoring

## Inhalt

- Auswahl der Top News nach Themenbereichen
- Was gibt es Neues im Bereich Veranstaltung und Praxis-Seminare

## Wir bieten Ihnen

- den direkten Weg zu Ihrer Zielgruppe
- Versand an mehr als 5.800 Empfänger – direkt per Email in das Postfach Ihrer Kunden
- die direkte Verbindung zu [www.amz.de](http://www.amz.de) bzw. [www.nkwpartner.de](http://www.nkwpartner.de)
- Werbefläche von 468 x 60
- Zweiwöchentlichen Versand (entspricht je nach Monat 2–3 Aussendungen)

## Preis

- € 850,- pro Monat
- Festpreis: nicht rabatt- oder provisionsfähig

## Technische Daten

- Datenanlieferung: mindestens 1 Woche vor Schaltbeginn an [ehlerding@schluetersche.de](mailto:ehlerding@schluetersche.de)
- max. Dateigröße: 40KB
- Formate: flash, gif, jpeg, HTML

## Premium Newsletter Paket

- crossmediales Paket (Print, Online und Newsletter)
- Werbefläche 468 x 60 im Newsletter
- Newsletterdetails siehe oben
- Artikel auf [www.amz.de](http://www.amz.de) (mit Kennzeichnung „Anzeige“)
- 1/8 Seite Teaser-Text in der jeweiligen Ausgabe der amz – auto motor zubehör mit URL zum Artikel
- Link vom Artikel zur gewünschten Website
- Preis auf Anfrage



## Haben Sie Fragen oder benötigen Sie ein konkretes Angebot?

Bitte sprechen Sie uns an:

Tanja Ehlerding  
Telefon 0511 8550-2647  
[ehlerding@schluetersche.de](mailto:ehlerding@schluetersche.de)

## Kundenmagazine vom Kfz-Spezialisten

**Wir gestalten Ihre individuelle Kundenansprache:**

Sie wollen Ihre Produkte und Dienstleistungen exklusiv und ausführlich Ihrer Zielgruppe präsentieren? Wir machen es möglich. Nutzen Sie unsere redaktionelle Fachkompetenz und unser Know-How bei der Produktion von Printmedien.



Im Preis des *Kundenmagazins* sind folgende Leistungen enthalten:

- Redaktionsleistung, 1–2 Besuche des Redakteurs vor Ort (innerhalb Deutschland)
- Layoutkosten (bei digitalen Daten). Scan- bzw. Bildbearbeitungskosten werden ggf. gesondert berechnet.
- Druck- und Weiterverarbeitung
- Beilagengebühren – Vollbeilage in amz
- steht auch als e-paper zur Verfügung
- Porto und Versand

Preis auf Anfrage

Haben Sie Fragen oder benötigen Sie ein konkretes Angebot?

Bitte sprechen Sie uns an:      Eckhard Schulte  
Telefon 0511 8550-2610  
schulte@schluetersche.de

## **Wir gestalten Ihre individuelle Kundenansprache – Crossmedial**

Nutzen Sie die Kombinationsmöglichkeiten unserer Crossmedia-Pakete:

- Kundenmagazine           – hohe Reichweite und Grundinformation
- Web-TV                     – mittlere Reichweite und weitergehende Informationen
- Veranstaltungen         – beschränkte Teilnehmerzahl und hohe Informationstiefe

Crossmediale Werbung weist einen größeren Empfängerkreis für Ihre Anzeigenkampagne auf, und ermöglicht eine differenzierte und zielgerichtete Kundenansprache.

Sprechen Sie uns auf die unterschiedlichen Varianten an!

# Verzeichnisse und Servicepartnereinträge

## 1 Verzeichnisse

### Der Service-Partner in Ihrer Nähe

Ihr Visitenkarteneintrag – der direkte Draht zum Kunden  
 Format: 43 mm breit x 25 mm hoch  
 (weitere Formate auf Anfrage) ..... € 50,- pro Ausgabe

### Motoreninstandsetzer in Ihrer Nähe

Firmeneintrag ..... € 42,- pro Ausgabe  
 Filialeintrag ..... € 32,- pro Ausgabe

## Ihr Kfz-Anzeigenteam berät Sie gern!

Der Service-Partner in Ihrer Nähe

The image displays a collection of 12 business cards for Pitoniak Müller, organized in a 3x4 grid. Each card is a 'Service-Partner in Ihrer Nähe' card, featuring the company logo, name, and contact information for a specific location (PLZ 2, PLZ 3, PLZ 4, PLZ 5, PLZ 6, PLZ 7, PLZ 8). The cards are presented in a clean, professional layout with a light blue and white color scheme.

### 1 Kurzcharakteristik:

Als Fachmagazin informiert die amz Führungskräfte und Entscheidungsträger in der Kfz-Branche und im Teilehandel über Neuheiten aus der Automobiltechnik, der Werkstatt-Technik und -ausrüstung. Weiterhin liefert amz Tipps, Ratschläge und Berichte aus den Bereichen Management, Service-Marketing und Verkauf. Als Organ des GVA berichtet amz über den Kfz-Teilemarkt sowie die Zubehör- und Komponentenindustrie.

### 2 Organ:

Organ des GVA  
Gesamtverband Autoteile-Handel e. V.

### 3 Herausgeber:

Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG

### Verlagsleitung:

Klaus Krause

### Verlagsbereichs- leitung Kfz-Medien

Eckhard Schulte

### 4 Redaktion:

Jürgen Rinn, Chefredakteur

### 5 Anzeigen:

Christian Welc, Anzeigenleitung

### 6 Jahrgang/Jahr:

98. Jahrgang 2010

### Erscheinungsweise:

10-mal jährlich

### 7 Verlag:

Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG

### 8 Postanschrift:

30130 Hannover

### Hausanschrift:

Hans-Böckler-Allee 7, 30173 Hannover

### 9 Telefon:

0511 8550-0

### 10 Telefax:

0511 8550-2600

### 11 E-Mail:

kfz@schluetersche.de

### Internet:

www.amz.de

### 12 Erscheinungs-/ Redaktionsplan:

siehe Seite 4/5

### 13 Bezugspreis amz

Jahresabonnement: Inland: € 62,- inkl. Versandgebühren inkl. MwSt.,  
Ausland: € 62,- zuzügl. € 21,- Versandgebühren Europa und Welt.  
Einzelheft: € 7,- inkl. MwSt., zuzüglich Versandgebühren (EU-Steuer-  
regelung wird berücksichtigt)

### 14 Umfangs-Analyse 2008 = 10 Ausgaben

#### Format der Zeitschrift:

DIN A4

#### Gesamtumfang:

1 262 Seiten = 100 %

#### Redaktioneller Teil:

878 Seiten = 70 %

#### Anzeigenteil:

384 Seiten = 30 %

davon

#### Gelegenheitsanzeigen:

10 Seiten = 2,6 %

#### Einhefter:

4 Stück /14 Seiten = 3,6 %

#### Service-Partner:

10 Seiten = 2,6 %

#### Anzeigen von Verlagen und Druckereien:

22 Seiten = 5,7 %

#### Beilagen:

6 Stück

#### davon Teilbeilagen:

2 Stück

} vom  
Anzeigen-  
umfang

### 15 Inhalts-Analyse des redaktionellen Teils:

#### Gesamtumfang

**878 Seiten = 100 %**

#### Kfz-Szene, aktuell

31 Seiten = 3,53 %

#### Automobile Trends

49 Seiten = 5,58 %

#### Automobil-Markt

35 Seiten = 3,99 %

#### Automobil-Technik

76 Seiten = 8,66 %

#### Wechselnde Themen

105 Seiten = 11,96 %

#### Werkstatt-Praxis

86 Seiten = 9,79 %

#### Werkstatt-Ausrüstung

96 Seiten = 10,93 %

#### Werkstatt-Markt

43 Seiten = 4,90 %

#### GVA-Nachrichten

80 Seiten = 9,12 %

#### Messen

57 Seiten = 6,49 %

#### Teilemarkt

96 Seiten = 10,93 %

#### Management & Betrieb

62 Seiten = 7,06 %

#### Profile

14 Seiten = 1,59 %

#### KBA-Zahlen

34 Seiten = 3,87 %

#### Rückspiegel

10 Seiten = 1,14 %

#### Sonstiges

4 Seiten = 0,46 %

Die Schlütersche Verlagsgesellschaft verpflichtet sich gemäß den Anerkennungsrichtlinien nach § 47 b StVZO gegenüber ihren Abonnenten, innerhalb der Fachzeitschrift amz – auto motor zubehör die fachlich einschlägigen Auszüge aus dem Verkehrsblatt des Bundesministeriums für Verkehr zur Durchführung von Abgasuntersuchungen frühzeitig und vollständig zu veröffentlichen. Durch den Nachweis eines Abonnementes der amz – auto motor zubehör werden die Voraussetzungen der aktuellen AU-Anerkennungsrichtlinien erfüllt.

# Auflagen- und Verbreitungsanalyse



## 16 Auflagenkontrolle IVW, Berlin

## 17 Auflagen-Analyse

Exemplare pro Ausgabe im Durchschnitt für die Zeit vom 1. Juli 2008 bis 30. Juni 2009

<b>Druckauflage</b>	<b>26 318</b>
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>25 973</b>
<b>Verkaufte Auflage</b>	<b>2 032</b>
<b>davon Einzelverkauf</b>	<b>103</b>
<b>Abonnierte Exemplare</b>	<b>1 929</b>
<b>davon Mitgliederstücke</b>	<b>1 198</b>
<b>Freistücke</b>	<b>23 941</b>
<b>Rest,- Archiv- und Belegexemplare</b>	<b>345</b>

## 18 Geographische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage %	Exemplare
Bundesrepublik	98,3	25 537
Ausland	1,7	436
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage</b>	<b>100,0</b>	<b>25 973</b>

## Aufgliederung der Inlandsauflage nach PLZ-Gebieten:

PLZ-Bereich 0	= 6,73 %	= 1 718 Exemplare
PLZ-Bereich 1	= 5,37 %	= 1 372 Exemplare
PLZ-Bereich 2	= 10,36 %	= 2 646 Exemplare
PLZ-Bereich 3	= 11,21 %	= 2 862 Exemplare
PLZ-Bereich 4	= 13,00 %	= 3 320 Exemplare
PLZ-Bereich 5	= 11,34 %	= 2 896 Exemplare
PLZ-Bereich 6	= 9,10 %	= 2 324 Exemplare
PLZ-Bereich 7	= 12,06 %	= 3 080 Exemplare
PLZ-Bereich 8	= 10,53 %	= 2 689 Exemplare
PLZ-Bereich 9	= 10,30 %	= 2 630 Exemplare
Inland	= 100 %	= 25 537 Exemplare

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Seite 18

## 19 Branchen/Wirtschaftszweige/Fachrichtungen/Berufsgruppen

Nummer der Grundsystematik	Empfängergruppen (Bezeichnung laut „Systematik der Wirtschaftszweige“ des Statistischen Bundesamtes)	Anteil an tats.verbr. Auflage		Mehrfachnennungen	
		%	Exemplare	%	Exemplare
	<b>Kraftfahrzeuggewerbe</b>	<b>90,9</b>	<b>23 609</b>		
50.20.1	Pkw-Werkstätten			95,6	22 570
50.20.1	Lkw-Werkstätten			9,1	2 148
50.20.1	Karosserie-Betriebe (auch Kfz-Betriebe, die Karosseriearbeiten vornehmen)			88,2	20 823
50.20.3	Lackier-Betriebe (auch Kfz-Betriebe, die Lackierarbeiten vornehmen)			49,2	11 615
	Groß- und Einzelhandel				
50.10.2-3	mit Pkw			75,1	17 730
50.10.2-3	mit Nutzfahrzeugen			2,8	661
50.10.2-3	mit Motorrädern			8,3	1 959
50.10.2-3	mit Reifen			80,4	18 982
50.10.2-3	mit Ersatzteilen und Zubehör			95,7	22 594
50.50	Tankstellen	1,3	338		
34.1-3, 35.41-43	Industrie u. a. Herstellung von Kraftfahrzeugen, Kraftfahrzeugteilen, Zubehör	6,8	1 766		
23.2, 25.11-12	Werkstattausrüstungen, Mineralölen				
01-75	Betriebe mit eigenem Fuhrpark und zum Teil angeschlossener Kfz-Werkstatt	0,7	182		
-	Sonstige	0,3	78		
	<b>Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt</b>	<b>100,0</b>	<b>25 973</b>		

Die Merkmale 20–24 wurden nicht erhoben.

# Kurzfassung der Erhebungsmethode

- zur Verbreitungsanalyse
- zur Empfänger-Strukturanalyse

## 1. Untersuchungsmethode

- Verbreitungsanalyse durch Dateiauswertung
  - Empfänger-Strukturanalyse durch Dateiauswertung
- Total-Erhebung

## 2. Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung

### 2.1. Beschaffenheit der Datei

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst. Aufgrund der vorhandenen postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen, bzw. Inland- und Auslandsempfänger sortiert werden.

2.2. Gesamtzahl Empfänger in der Datei .....58 244

2.3. Gesamtzahl wechselnde Empfänger .....54 166

### 2.4. Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen

- Verkaufte Auflage .....	2 032
davan: abonnierte Exemplare .....	1 929
Einzelverkauf .....	-
sonstiger Verkauf .....	103
- Freistücke .....	23 941
davan: ständige Freistücke .....	4 011
wechselnde Freistücke .....	19 830
Werbeexemplare .....	100
- Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) .....	25 973
davan: Inland .....	25 537
Ausland .....	436

## 3. Beschreibung der Untersuchung

### 3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil)

Grundgesamtheit (tvA) .....	25 973 = 100,00 %
davon in der Untersuchung	
nicht erfasst .....	450 = 1,73 %
- Einzelverkauf .....	-
- sonstiger Verkauf .....	350
- Werbeexemplare .....	100

Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA) .....

3.2 Tag der Dateiauswertung..... 30.07.2009

### 3.3 Beschreibung der Datenbasis

Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitung in Deutschland und im Ausland wurden auf die tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt gemäß AMF-Ziffer 17 projiziert.

3.4 Zielperson der Untersuchung ..... entfällt

3.5 Definition des Lesers ..... entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung ... 01.07.08 bis 30.06.09

3.7 Durchführung der Untersuchung ..... Verlag



# Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind Vertragsbestandteil des zwischen Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG (Verlag genannt) und einem Werbtreibenden oder sonstigen Inserenten (Auftraggeber genannt) geschlossenen Vertrages über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder Beilagen sowie anderer Werbemittel (Werbemittel) in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung. Aufträge gelten erst dann als angenommen, wenn sie schriftlich durch den Verlag bestätigt worden sind. Ist der Auftraggeber eine Agentur, so bezieht sich der jeweilige Auftrag auf einen Kunden der Agentur und darf nicht gleichzeitig Werbung anderer Agenturen enthalten.

1. Ist kein Erscheinungstermin vereinbart, sind vereinbarte Werbemittel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen.  
Ist im Rahmen eines Abschlusses über mehrere Anzeigen das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen bzw. anderer Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern diese innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
2. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtsprüfungen, 40 % des Insertionspreises als Stornogebühr dem Verlag zu erstatten. Dem Auftraggeber bleibt der Nachweis vorzubehalten, dass kein oder nur ein geringer Schaden entstanden sei. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
3. Anzeigen und Beilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen einer Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig vor dem Veröffentlichungszeitpunkt beim Verlag eingehen, dass man dem Auftraggeber gegebenenfalls noch vor dem Anzeigenschluss über eine nicht wunschgemäße Berücksichtigung benachrichtigen kann. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
4. Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
5. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber ist selbst für die Inhalte der bestellten Veröffentlichungen und für alle gemachten Angaben verantwortlich. Es ist ausschließlich Sache des Auftraggebers, wettbewerbsmarken-, urheber- oder namensrechtliche Fragen sowie Fragen bzgl. der Preisangabe bei Premium-Dienste-Rufnummern vor Erteilung des Auftrages von sich aus zu klären. Werden Mehrwert-Rufnummern in Werbeanzeigen veröffentlicht, verpflichtet sich der Auftraggeber die Pflichtangaben zu den Preisen gemäß TKG einzuhalten und zu veröffentlichen. Es dürfen keine Werbebanner mit rechts- oder sittenwidrigen Inhalten angeboten werden, insbesondere keine Werbung veröffentlicht werden, die i. S. d. § 131 StGB zum Rassenhass aufstacheln, Gewalt verherrlichen oder verharmlosen, sexuell anstößig sind, i. S. d. § 184 StGB pornographisch sind, den Krieg verherrlichen oder verharmlosen, geeignet sind, Kinder oder Jugendliche sittlich schwer zu gefährden oder in ihrem Wohl zu beeinträchtigen oder auf Angebote mit solchem Inhalt hinzuweisen. Der Verlag übernimmt keine Gewähr für den Inhalt, insbesondere für den Wahrheitsgehalt der bestellten Werbung. Im Falle der Inanspruchnahme durch Dritte, die ihre Ansprüche im Zusammenhang mit den veröffentlichten Inhalten gegen den Verlag machen, haftet allein der Auftraggeber, der den Verlag und die Agentur von allen diesbezüglichen Ansprüchen Dritter freistellt.
6. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen des Vertrages – und Beilagenaufträge sowie Aufträge für Durchhelfer und Einkleber 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. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden.  
Anzeigen, Beilagen-, Durchhelfer- und Einkleberaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines entsprechenden Modells und dessen Billigung durch den Verlag bindend. Anzeigen, Beilagen, Durchhelfer und Einkleber, 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.
7. 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.
8. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige zum dem Verlag nächstmöglichen Zeitpunkt. Beides aber nicht in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde und soweit der Abdruck einer Ersatzanzeige dem Verlag zumutbar ist. Lässt der Verlag eine ihm dafür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages.

Wegen Verletzung vertraglicher und außervertraglicher Pflichten, insbesondere wegen Unmöglichkeit, Verzug, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlungen haftet der Verlag – auch für seine leitenden Angestellten und sonstigen Erfüllungsgehilfen – nur in Fällen des Vorsatzes und der groben Fahrlässigkeit, und zwar der Höhe nach beschränkt auf den bei Vertragsschluss voraussehbaren vertragstypischen Schaden. Diese Haftungsbegrenzung gilt nicht bei schuldhaftem Verstoß gegen wesentliche Vertragspflichten, soweit dadurch die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet wird, für Schäden an Leben, Körper oder Gesundheit wegen einer von dem Verlag zu vertretenden Pflichtverletzung.

9. 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 Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
10. Sind keine besonderen Größenvorschläge gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Preisberechnung zugrunde gelegt.
11. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung innerhalb von 14 Tagen nach Veröffentlichung der Anzeige bzw. eines anderen bestellten Werbemittels, übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufend 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.
12. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden 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 Anzeigenschlusses 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.
13. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschaffen werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
14. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für den Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführung hat der Auftraggeber zu tragen.
15. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisreduzierung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit dem ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisreduzierung berechtigter Mangel, wenn sie
  - bei einer Auflage bis zu 50 000 Exemplaren 20 %,
  - bei einer Auflage bis zu 100 000 Exemplaren 15 %,
  - bei einer Auflage bis zu 500 000 Exemplaren 10 %,
  - bei einer Auflage über 500 000 Exemplaren 5 % beträgt.

Darüber hinaus sind bei den Abschlüssen Preisreduzierungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag den Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

16. Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postwege weitergeleitet. Die Eingänge auf Chiffreanzeigen 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 an Stelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 500 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann demnach ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

17. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
18. Erfüllungsort und Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus dem geschlossenen Vertrag ist Hannover, wenn der Auftraggeber Kaufmann ist. Das gilt auch, wenn der Auftraggeber im Inland keinen allgemeinen Gerichtsstand hat oder sein Wohnsitz unbekannt oder im Ausland ist.
19. Sollten eine oder mehrere der vorstehenden Bestimmungen unwirksam sein oder werden, so wird hierdurch die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmungen treten die gesetzlichen Vorschriften, soweit nicht die Parteien eine Einigung herbeiführen, die den durch die unwirksame Bestimmung beabsichtigten Zweck erreicht.

# Ihre Ansprechpartner



 schlütersche  
 Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG

## Herausgeber und Verlag:

**Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG**  
 Postanschrift: 30130 Hannover  
 Hausanschrift: Hans-Böckler-Allee 7, 30173 Hannover  
 Telefon 0511 8550-0  
 Telefax 0511 8550-2600  
 www.schluetersche.de

## Verlagsbereichsleitung KFZ-Medien:

**Eckhard Schulte**  
 Telefon 0511 8550-2610  
 schulte@schluetersche.de

## Anzeigenleitung:

**Christian Welc**  
 Telefon 0511 8550-2643  
 welc@schluetersche.de

## Anzeigenverkaufsleitung:

**Gitta Lemke**  
 Telefon 0511 8550-2648  
 lemke@schluetersche.de

## Anzeigenverkauf:

**Marion Bäre**  
 Telefon 0511 8550-2645  
 baere@schluetersche.de

**Tanja Ehlerding**  
 Telefon 0511 8550-2647  
 ehlerding@schluetersche.de

## Techn. Anzeigenabwicklung:

**Ulf Schröder**  
 Telefon 0511 8550-2521  
 anzeigendaten-amz@schluetersche.de

## Abonnementverwaltung & Vertrieb:

Telefon 0511 8550-2636  
 vertrieb@schluetersche.de

## Redaktion:

**Jürgen Rinn** (Chefredakteur)  
 Finkenstraße 2, 97264 Helmstadt  
 Telefon 09369 982171  
 Telefax 09369 982172  
 rinn@schluetersche.de

**Richard Linzing** (stellvertr. Chefredakteur)  
 Bergstraße 15, 87778 Stetten  
 Telefon 08261 7628983  
 Telefax 08261 7628984  
 linzing@schluetersche.de

**Klaus Kuss** (Redakteur)  
 Hagmoos 6 a  
 87616 Marktobendorf, OT Bertoldshofen  
 Telefon 08342 9184190  
 Telefax 08342 9184192  
 kuss@schluetersche.de

**Thomas Vahle** (Chef vom Dienst)  
 Telefon 0511 8550-2615  
 Telefax 0511 8550-2600  
 vahle@schluetersche.de

**Dr. Frauke Weber** (Redakteurin)  
 Finkenweg 10, 65582 Diez  
 Telefon 06432 988613  
 Telefax 06432 988614  
 frauke.weber@schluetersche.de