



Inhalt

- 2 Titelporträt
- 4 Anzeigen-Preisliste (P)
- 6 Formate (F)
- 7 Technische Angaben und Termine (F)
- 8 Titelporträt (AMF 1)
- 9 Auflagen-/Verbreitungsanalyse (AMF 2)
- 10 Kurzfassung der Erhebungsmethode (AMF 2)
- 11 Geschäftsbedingungen
- 12 Ansprechpartner

Titelporträt

Zeitschrift für fortschrittliche Veterinärmedizin



© Simon Gayer - Fotolia



© Picture-Factory - Fotolia

Titel

DER PRAKTISCHE TIERARZT ist das offizielle Organ des Bundesverbandes Praktizierender Tierärzte.

Themen

Übersichtlich gegliedert nach den Fachgebieten Kleintier, Pferd und Nutztier bietet DER PRAKTISCHE TIERARZT Informationen über aktuelle Entwicklungen in der Tiermedizin:

- Berichte über neue Diagnostikverfahren, Medikamente und Therapien
- wertvolle Fachinformationen aus Originalien und Referaten
- Beiträge über Management und Marketing in der Tierarztpraxis sowie Tipps zur Praxiseinrichtung



© Hunta - Fotolia



© Gerhard Seybert - Fotolia



© Kathrin39 - Fotolia

- 6x im Jahr ATF-anerkannte interaktive Fortbildung, wechselnd für Kleintier-, Pferde- und Nutztierpraktiker je als Sonderbeilage
- Sonderhefte zur Weitergabe an Tierhalter, Pferdezüchter und Landwirte.

Leserschaft und Leistung

- die praktizierenden Tierärzte in Kleintier-, Pferde- und Nutztierpraxen sowie Tierkliniken in Deutschland
- eine verbreitete Auflage von 7 538 Exemplaren (natürlich IVW-geprüft – siehe auch Seite 9).
- eine große Stamm-Leserschaft: Das dokumentieren 6 193 verkaufte Hefte – Monat für Monat.

**Nutzen Sie diese starke Basis
für Ihren Werbeerfolg!**



1 Anzeigenpreise und Formate (Preise in Euro, zzgl. MwSt)

Format	Spaltenzahl	Breite × Höhe mm Satzspiegel	Breite × Höhe mm Anschnitt + ringsherum 3 mm Beschnitt	Grundpreis s/w in €	2-farbig in €	3-farbig in €	4-farbig in €
2/1-Seite	8-spaltig	404 × 272	420 × 297	4 339,-	4 720,-	5 098,-	5 478,-
1/1-Seite	4-spaltig	188 × 272	210 × 297	2 170,-	2 550,-	2 928,-	3 309,-
2/3-Seite	*) 2-spaltig	124 × 272 hoch	132 × 297	1 444,-	1 697,-	1 950,-	2 203,-
	4-spaltig	188 × 180 quer	210 × 194				
1/2-Seite	2-spaltig	92 × 272 hoch	100 × 297	1 084,-	1 275,-	1 466,-	1 653,-
	4-spaltig	188 × 134 quer	210 × 148				
1/3-Seite	*) 1-spaltig	60 × 272 hoch	68 × 297	722,-	848,-	975,-	1 101,-
	4-spaltig	188 × 88 quer	210 × 102				
1/4-Seite	2-spaltig	92 × 134 Eckfeld	–	543,-	636,-	732,-	826,-
	4-spaltig	188 × 65 quer	210 × 79				
1/6-Seite	*) 1-spaltig	60 × 134 hoch	–	361,-	424,-	489,-	552,-
	2-spaltig	92 × 88 quer	–				
1/8-Seite	2-spaltig	92 × 65 quer	–	271,-	318,-	365,-	414,-
	4-spaltig	188 × 31 quer	–				

*) Textspalten

Millimeterpreise

1-spaltig, 44 mm breit im Anzeigen- oder Textteil € 2,14
 1-spaltig, 60 mm breit im Textteil € 2,86

2 Vorzugsplatzierungen/Zuschläge

Platzierung

Titelseite, 210 x 217 mm, 4c und Newsletter	€ 4 387,-
Titelseite mit Altarfalz und Newsletter.....	€ 9 509,-*
Titelseite mit 1/2 Altarfalz und Newsletter.....	€ 7 366,-*
2. oder 4. Umschlagseite, 4c	€ 3 636,-
2. USS mit Klappcover, insges. 3-seitig.....	€ 9 043,-*
3. und 4. USS mit Klappcover, insges. 4-seitig	€ 10 907,-*
1. ganzseitige rechte Anzeigenseite, 4c	€ 3 407,-
* ggf. zzgl. Kuvertierung	

Rücktrittsrecht bis max. 3 Monate vor Erscheinungstermin.
Bei Rücktritt werden 30 % des Anzeigenpreises berechnet.
Für sonstige bindende Platzvorschriften 25 % Zuschlag auf den s/w-Preis.

Farbe (wird rabattiert)

Farbzuschlag pro Farbe aus der Eurokala pro Millimeter:

1-spaltig, 44 mm breit im Anzeigen- oder Textteil.....	€ 0,43
1-spaltig, 60 mm breit im Textteil	€ 0,57
Farbzuschlag mindestens	€ 52,00

3 Rabatte

bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten (Insertionsjahr)

Malstaffel	Mengentaffel
ab 3 Anzeigen 5 %	ab 1 Seite 5 %
ab 6 Anzeigen 10 %	ab 3 Seiten 10 %
ab 9 Anzeigen 15 %	ab 6 Seiten 15 %
ab 12 Anzeigen 20 %	ab 12 Seiten 20 %

4 Rubriken (nicht rabattfähig)

Gelegenheitsanzeigen pro mm (1-spaltig, 44 mm breit)	€ 2,03
Stellengesuche, pro mm (1-spaltig, 44 mm breit).....	€ 1,41
Chiffrefregebühr.....	€ 12,00

Mindestbreite 2-spaltig: Stellen-, Praxis- und Versicherungsanzeigen

Anzeigentexte bitte maschinengeschrieben verfassen oder handgeschrieben in deutlich lesbarer Schrift (Druckbuchstaben).

Für Fehler, die auf unleserliche Manuskripte zurückzuführen sind, wird keine Gewähr übernommen.

5 Sonderwerbformen

Einkleber/Durchhefter

2-seitiger Einkleber	€ 3 309,-
4-seitiger Einkleber	€ 4 166,-
4-seitiger Durchhefter	€ 4 964,-

Papierstärke 115 g bis max. 150 g

Bitte im unbeschnittenen Format (216 x 303 mm) liefern.

Bitte 5 mm Abstand mit Bild- und Textelementen zum beschnittenen Format.

2-seitiger Einkleber: Einzelblatt im unbeschnittenen Format

4-seitiger Einkleber: Doppelblatt gefalzt auf das unbeschnittene Format

4-seitiger Durchhefter: Zwei 2-seitige Einzelblätter im unbeschnittenen Format

Eine nachträgliche Trennung wird in Rechnung gestellt.

Einkleber werden rabattiert: 1 Einkleber = 1 Anzeigenseite.

Beilagen (maschinelle Beilegung; 4 gerade Seiten)

lose eingelegt, maximale Größe 200 x 290 mm,

bis 25 g Stückgewicht, je 1000 Exemplare € 306,- |

bis 50 g Stückgewicht, je 1000 Exemplare € 395,- |

Schwerere Beilagen auf Anfrage.

Beilagen werden rabattiert: 1 Gesamtbeilage = 1 Anzeigenseite.

Auftragsannahme nach Vorlage von einem verbindlichen Muster.

Aufgeklebte Postkarte

in Verbindung mit einer 1/1-Anzeigenseite

Werbekosten je 1000 Ex. € 123,- |

Postkarte je 1000 Ex. (maschinelle Klebung) € 37,- |

Platzierung..... auf Anfrage

Lieferanschrift für die Sonderwerbformen

Grafisches Centrum Cuno GmbH & Co. KG

Gewerbering West 27, 39240 Calbe

Liefervermerk: Der praktische Tierarzt, Ausgabe ...

Lieferung frei Druckerei

6 Kontakt siehe Seite 8 oder 12

7 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.: DE41 2505 0180 0001 0199 00

BIC: SPKHDE2H

Bankverbindung für Vertriebsrechnungen:

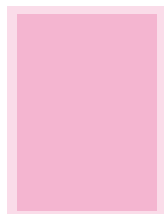
Nord/LB, Hannover (BLZ 250 500 00), Konto-Nr. 101 418 200

IBAN-Nr. DE89 2505 0000 0101 4182 00

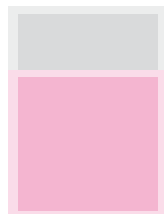
BIC: NOLADE2H

Media 2012

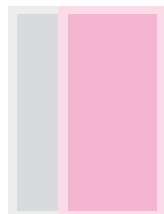
5


Heftformat: A4 (210 × 297 mm)

1/1-Seite

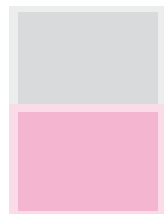
S: 188 × 272
A: 216 × 303


2/3-Seite

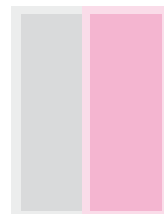
S: 188 × 180
A: 216 × 200


2/3-Seite

S: 124 × 272
A: 138 × 303


1/2-Seite

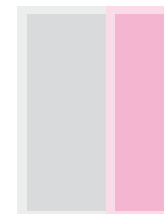
S: 188 × 134
A: 216 × 154


1/2-Seite

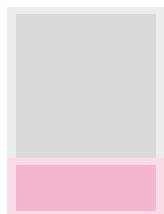
S: 92 × 272
A: 106 × 303


1/3-Seite

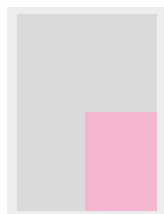
S: 188 × 88
A: 216 × 108


1/3-Seite

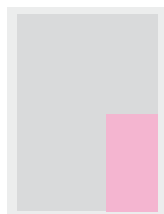
S: 60 × 272
A: 74 × 303


1/4-Seite

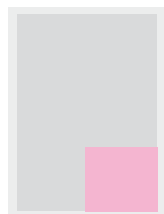
S: 188 × 65
A: 216 × 85


1/4-Seite

S: 92 × 134


1/6-Seite

S: 60 × 134


1/6-Seite

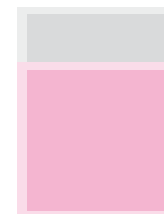
S: 92 × 88


1/8-Seite

S: 188 × 31


1/8-Seite


S: 92 × 65


Titelseite

A: 216 × 223

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

A = Formate für angeschnittene Anzeigen, Breite × Höhe
in mm, inkl. Beschnittzugabe (3 mm ringsherum).
Bitte 5 mm Abstand mit Bild- und Textelementen zum
beschnittenen Format.

 Anschnittkanten =
Anzeigenformat über den Satzspiegel hinaus

1. Zeitschriftenformat

210 mm breit x 297 mm hoch, DIN A 4
unbeschnitten: 216 mm breit x 303 mm hoch

Satzspiegel

188 mm breit x 272 mm hoch
4 Spalten = Spaltenbreite 44 mm
3 Spalten = Spaltenbreite 60 mm

2. Druck- und Bindeverfahren

Bogenoffsetdruck, Klebebindung

3. Datenübermittlung und Kontakt

E-Mail: anzeigendaten-dpt@schluetersche.de

FTP-Verbindung gern auf Anfrage

Bei Rückfragen: Telefon 0511 8550-2521, Telefax 0511 8550-2401

Bitte nennen Sie bei der Datenübermittlung *Zeitschrift_Ausgabe_Inserent* und senden parallel die genauen Auftragsdaten sowie einen schrift- und standverbindlichen Ausdruck der Anzeige.

4. Datenformate

Wir empfehlen die Anlieferung von PDF/X-3 Daten. Offene Daten (z.B. InDesign, QuarkXpress, usw.) sind zu vermeiden. Mindestens muss die Datei druckfähig sein, d.h. alle verwendeten Schriften sind einzubetten. Halbtonebilder benötigen eine Auflösung von 300 dpi, Strichbilder mindestens 600 dpi.

5. Farben

Druckfarben (CMYK) nach ISO 12647-2 (PSO). Zur Konvertierung und Kontrolle des Farbraums (ICC-Color Management) wird speziell auf die Standard-Offsetprofile der ECI verwiesen (kostenloser Bezug des Pakets "ECI_Offset_2009" bei www.eci.org).

6. Proof

Farbverbindliches Proof nach "Medienstandard Druck" (bvdm). Digital erstellte Prüfdrucke müssen zur Kontrolle der Farbverbindlichkeit den FOGRA Medienkeil enthalten (kostenpflichtig zu beziehen bei www.fogra.org). Andrucke müssen einen offiziellen Druckkontrollstreifen aufweisen. Papierklassen für Referenzproofs bitte erfragen.

7. Datenarchivierung

Daten werden archiviert, unveränderte Wiederholungen sind deshalb in der Regel möglich. Eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.

8. Gewährleistung

Bei Anlieferung von unvollständigen oder abweichenden Daten (Texte, Farben, Abbildungen) übernehmen wir keine Haftung für das Druckergebnis. Fehlbelichtungen aufgrund von unvollständigen oder fehlerhaften Dateien, falschen Einstellungen oder unvollständigen Angaben werden berechnet. Dies gilt auch für zusätzliche Satz- oder Reproarbeiten sowie für die Erstellung fehlerhafter Proofs.



Ausgabe	Erscheinungstag	Anzeigenschluss	Druckunter-schluss
1	02.01.12	09.12.11	15.12.11
2	01.02.12	11.01.12	17.01.12
3	01.03.12	09.02.12	15.02.12
4	02.04.12	12.03.12	16.03.12
5	01.05.12	10.04.12	13.04.12
6	01.06.12	09.05.12	15.05.12
7	02.07.12	08.06.12	15.06.12
8	01.08.12	10.07.12	17.07.12
9	03.09.12	10.08.12	17.08.12
10	01.10.12	10.09.12	14.09.12
11	01.11.12	11.10.12	17.10.12
12	03.12.12	12.11.12	16.11.12
01	02.01.13	06.12.12	11.12.12



- 1 Titel** **Der Praktische Tierarzt**
- 2 Kurzcharakteristik** Zeitschrift für fortschrittliche Veterinärmedizin – „Der Praktische Tierarzt“ ist das offizielle Organ des Bundesverbandes Praktizierender Tierärzte (bpt). „Der Praktische Tierarzt“ berichtet über aktuelle Entwicklungen der Tiermedizin: Dazu gehören Erfahrungsberichte über neue Heilmittel und -methoden, aktuelle Fachinformationen aus Originalen und Referaten sowie wertvolle Tipps zum Thema Praxisführung / Praxismanagement.
- 3 Zielgruppe** Praktizierende Tierärzte in Kleintier- und Nutztierpraxen sowie Veterinärmediziner in Tierkliniken und Gemischtpraxen, Studenten.
- 4 Erscheinungsweise** ... monatlich
- 5 Heftformat** DIN A4
- 6 Jahrgang** 93. Jahrgang
- 7 Bezugspreis** auf Anfrage
- 8 Organ** Offizielles Organ des Bundesverbandes Praktizierender Tierärzte e. V. (bpt)
- 9 Mitgliedschaft** –
- 10 Verlag** Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
 Postanschrift 30130 Hannover
 Hausanschrift Hans-Böckler-Allee 7, 30173 Hannover
 Internet www.schluetersche.de
 E-Mail vet@schluetersche.de
- 11 Herausgeber** Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
- 12 Anzeigen** **Bettina Kruse (Anzeigenleitung)**
 Telefon/Fax 0511 8550-2555, Fax 0511 8550-2406
 E-Mail bettina.kruse@schluetersche.de
Jessica Böning (Anzeigenverkauf)
 Telefon/Fax Tel. 0511 8550-2429, Fax 0511 8550-2406
 E-Mail vet@schluetersche.de
- 13 Redaktion** Dr. Birgit Leopold-Temmler

14 Umfangs-Analyse 2010 = 12 Ausgaben

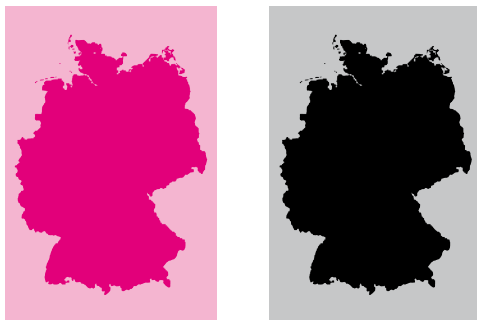
Gesamtumfang	1 238 Seiten = 100 %
Redaktioneller Teil	865 Seiten = 70 %
Anzeigenteil*	373 Seiten = 30 % *
davon:	
Stellen- und Rubrikanzeigen	11 Seiten = 3 %
Durchhefter/Einkleber*	62 Seiten = 17 % *
Verlagseigene Anzeigen	55 Seiten = 15 %
Beilagen	18 Stück

* Durchhefter und Einkleber werden statt mit 4 oder 2 Seiten einheitlich mit 1 Seite gerechnet.

15 Inhalts-Analyse Redaktion 2010 = 865 Seiten

Originalien Kleintiere	125 Seiten = 14 %
Vetkolleg Kleintiere	52 Seiten = 6 %
Fachinformationen Kleintiere	32 Seiten = 4 %
Summe Kleintiere	209 Seiten = 24 %
Originalien Pferde	81 Seiten = 9 %
Vetkolleg Pferde	52 Seiten = 6 %
Fachinformationen Pferde	22 Seiten = 3 %
Summe Pferde	155 Seiten = 18 %
Originalien Nutztiere	96 Seiten = 11 %
Vetkolleg Nutztiere	37 Seiten = 4 %
Fachinformationen Nutztiere	30 Seiten = 3 %
Summe Nutztiere	163 Seiten = 18 %
Magazin	56 Seiten = 7 %
Magazin Brennpunkt	26 Seiten = 3 %
Industrie und Wirtschaft	82 Seiten = 10 %
Praxisseiten	95 Seiten = 11 %
Kongress	23 Seiten = 3 %
Termine/Veranstaltungen	11 Seiten = 1 %
Sonstiges	45 Seiten = 5 %

865 Seiten = 100 %



1 Auflagenkontrolle IVW, Berlin

2 Auflagen-Analyse

Exemplare pro Ausgabe im Durchschnitt
für die Zeit vom 1. Juli 2010 bis 30. Juni 2011:

Druckauflage	7 624	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	7 538	davon Ausland 528
Verkaufte Auflage	6 193	davon Ausland 446
Abonnierte Exemplare	2 029	davon Mitgliederstücke –
Sonstiger Verkauf	4 164	
davon zum vergünstigten Abo-Preis an Mitglieder des Bundesverbandes Praktizierender Tierärzte	4 125	
Freistücke	1 345	
Rest,- Archiv- und Belegexemplare	86	

3 Geographische Verbreitungs-Analyse

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Deutschland	93	7 010
Ausland	7	528
Tatsächlich verbreitete Auflage	100	7 538

Auflagen- und Verbreitungsanalyse

2



1. Untersuchungsmethode

– Verbreitungsanalyse (AMF-Schema 2, Ziffer 18)
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 Auslandsempfängern sortiert werden.

2.2. Gesamtzahl Empfänger in der Datei 8 496

2.3. Gesamtzahl wechselnder Empfänger –

2.4. Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen

- Verkaufte Auflage 6 193
davon: abonnierte Exemplare 2 029
Einzelverkauf –
sonstiger Verkauf 4 164

- Freistücke 1 345
davon: ständige Freistücke 402
wechselnde Freistücke 154
Werbeexemplare 789

- Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) 7 538
davon: Inland 7 010
Ausland 528

3. Beschreibung der Untersuchung

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil)

Grundgesamtheit (tvA) 7 538 = 100,00 %
davon in der Untersuchung

nicht erfasst: 789 = 10,47 %

- Einzelverkauf –
- Sonstige –
- Werbeexemplare 789

Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA) 6 749 = 89,53 %

3.2 Tag der Dateiauswertung 22.07.2011

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 ... 01.07.10 bis 30.06.11

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 Verlags-gesellschaft mbH & Co. KG (Verlag genannt) und einem Werbetreibenden 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 Agenturkunden 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 Rechtspflichten, 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 Rassenaufstacheln, 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, Sonderaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen des Vertrages – und Beilagenaufträge sowie Aufträge für Durchhüter 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-, Durchhüter- und Einkleberaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines entsprechenden Modells und dessen Billigung durch den Verlag bindend. Anzeigen, Beilagen, Durchhüter 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 und 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 Abruch der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige zum dem Verlag nächstmöglichen Zeitpunkt. Beides aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde und soweit der Abruch 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 Vertragsabschluss 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. Probeanzeigen werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probezeuge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei Übersendung des Probezeuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

10. Sind keine besonderen Größenvorschriften 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 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.

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 Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtumschlag des mit der 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 Preisminderung 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 Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

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 dennoch 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 zurückgeschickt. 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.



Anzeigenleitung

Bettina Kruse

Telefon 0511 8550-2555
Telefax 0511 8550-2406
bettina.kruse@schluetersche.de



Anzeigenverkauf

Jessica Bönig

Telefon 0511 8550-2429
Telefax 0511 8550-2406
vet@schluetersche.de



Schluetersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG

Hans-Böckler-Allee 7, 30173 Hannover
www.schluetersche.de