



Inhalt

- 1 Titel
- 2 Titelportrait
- 3 Themen – Termine
- 4/5 Preise
- 6 Format Karte
- 7 Sonderwerbformen
- 8/9 Holzhelden
- 10/11 Verbreitung, Auflage
- 12/13 Leseranlyse
- 14 Digitale Druckunterlagen
- 15 AGB
- 16 Ansprechpartner

Titelporträt

Fachzeitung für das Holz- und kunststoffverarbeitende Handwerk



genau – die Verbandszeitung des Bundesinnungsverbandes

Seit 1976 informiert die **genau** kontinuierlich über Fakten, Trends und Hintergründe rund um das Tischler- und Schreinerhandwerk. Als Verbandszeitung des Bundesverbandes Tischler Schreiner Deutschland richtet sich die **genau** an alle Innungsbetriebe des Gewerks. Sie erscheint elf Mal im Jahr, aktuell in einer Auflage von knapp 20 000 Exemplaren. Die thematischen Schwerpunkte gliedern sich in die Rubriken:

• Aktuell/Branche:

Was tut sich im Tischler- und Schreinerhandwerk? Welche Trends zeichnen sich ab? Wo eröffnen sich Marktnischen? Meldungen, Reportagen und Hintergrundberichte geben aktuelle Antworten.

• Betrieb:

Praxisorientierte Beiträge zu Themen wie Finanzierung, Marketing oder Betriebsführung informieren über alles, was Betriebsinhaber wissen müssen. Dazu kommen passgenaue „Checklisten für den Chef“.

• Technik:

Von Maschinen und Werkzeugen über Werkstoffe und Beschläge bis hin zu Software-Anwendungen – Kurzberichte bringen neue Produkte und Lösungen auf den Punkt. Außerdem können Tischler und Schreiner von Marktübersichten und Anwenderbeispielen profitieren.

Leser

... sind neben den Betriebsinhabern, mitarbeitenden Ehepartnern und Angestellten auch die Meinungsbildner der gesamten Holzbranche.

Medialeistungen

- ... hohe verbreitete Auflage
- ... direkte Ansprache der Entscheider
- ... Erreichen der Zielgruppe ohne Streuverluste
- ... aktuelle Berichte aus der Branche
- ... kurze und prägnante Berichterstattung
- ... eine hohe Leser/Blattbindung

Ausgabe	Erscheinungs-termin	Anzeigen-schluss	Druckunter-lagenschluss	Themen – Technikteil *	Technik Special	Messen und Ausstellungen
1	09.01.12	09.12.11	14.12.11	<ul style="list-style-type: none"> • Boden – Die Welt trifft sich in Hannover • Holz Neue Möglichkeiten des Werkstoffs 	Kanten	<u>Im Januar</u> <ul style="list-style-type: none"> • Deubau, Essen 10.01.–14.01.2012 • DOMOTEX, Hannover 14.01.–17.01.2012 • IMM, Köln 16.01.–22.01.2012
2	02.02.12	19.01.12	24.01.12	<ul style="list-style-type: none"> • Fenster/Türen Neue Normen, neue Chancen, neue Technologien • Oberfläche 	Elektrowerk-zeuge	<u>Im Februar</u> <ul style="list-style-type: none"> • Dach und Holz, Stuttgart 31.01.–03.02.2012 • ZOW, Bad Salzuflen 06.02.–09.02.2012
3	15.03.12	28.02.12	02.03.12	<ul style="list-style-type: none"> • Holz Handwerk 2012 Die Messehighlights 2012 		
4	16.04.12	29.03.12	03.04.12	<ul style="list-style-type: none"> • Beschläge Alles dreht sich, alles bewegt sich • Licht 	Leichtbau	
5	07.05.12	20.04.12	25.04.12	<ul style="list-style-type: none"> • Treppen Von modern bis klassisch • Software 	Verbindungs-technik	<u>Im März</u> <ul style="list-style-type: none"> • Usetec, Köln 05.03.–07.03.2012 • I.H.M., München 14.03.–20.03.2012 • Holz-Handwerk fensterbau/frontale, Nürnberg 21.03.–24.03.2012
6	04.06.12	18.05.12	23.05.12	<ul style="list-style-type: none"> • Outdoor Neue Möglichkeiten für das Handwerk • Betriebstechnik Das macht die Werkstatt flott 	Schleifen	
7/8	02.07.12	15.06.12	20.06.12	<ul style="list-style-type: none"> • Boden Expansion nach unten • Elektrowerkzeuge Neues aus der Welt der Stecker 	Fräsen und Bohren	
9	03.09.12	17.08.12	22.08.12	<ul style="list-style-type: none"> • Fenster/Türen Trends aus Holz, Kunststoff und Alu • Oberfläche – Lacke, Öle und Beschichtungen 	Platten	<u>Im Mai</u> <ul style="list-style-type: none"> • Xylexpo, Mailand 08.05.–12.05.2012
10	08.10.12	21.09.12	26.09.12	<ul style="list-style-type: none"> • Werkstoffe Holz und seine Konkurrenten • Beschläge Das macht Fenster und Türen sexy 	Sägen und Hobeln	<u>Im September</u> <ul style="list-style-type: none"> • IAA Nutzfahrzeuge, Hannover 20.09.–27.09.2012
11	05.11.12	19.10.12	24.10.12	<ul style="list-style-type: none"> • Küche und Bad Handwerk gewinnt • Innenausbau – Materialien und Werkzeuge 	Aufmaß	<u>Im November</u> <ul style="list-style-type: none"> • Denkmal, Leipzig 22.11.–24.11.2012
12	10.12.12	23.11.12	28.11.12	<ul style="list-style-type: none"> • Betriebstechnik Staub, Energie und Handling • Elektrowerkzeuge 	Strom und Beschlag	<u>Vorschau Januar 2013</u> <ul style="list-style-type: none"> • BAU, München 14.01.2013–19.01.2013
1/13	07.01.13	13.12.12	18.12.12	<ul style="list-style-type: none"> • Bau 2013 Eine Vorschau auf die tollen Münchner Tage • Bodenbeläge – Wo Handwerk zählt 	Glas	

***Ständiges Thema:** Fuhrpark: Tests/Informationen über neue Transporter und Fahrzeugeinbauten



Anzeigen-Preisliste

Nr. 9 – gültig ab 1. Januar 2012

- 1 Druckauflage** 20 153 Exemplare
(1. Quartal 2011)
- 2 Zeitungsformat**
Papierformat 225 mm breit, 305 mm hoch
Satzspiegel 200 mm breit, 284 mm hoch
Spaltenzahl 3 Spalten = Spaltenbreite à 64 mm
 4 Spalten = Spaltenbreite à 47 mm
- 3 Druckverfahren, Druckunterlagen**
 Rotationsoffset-Akzidenzrotation. Rückendrahtheftung.
 Anlieferung von digitalen Druckunterlagen erforderlich (s. Seite 14).

4 Termine

Erscheinungsweise monatlich, 1 Doppelausgabe
 Erscheinungstermine siehe Terminplan

5 Zahlungsbedingungen

8 Tage nach Rechnungsdatum 2 % Skonto sonst 30 Tage ohne Abzug.
 Bankeinzug ist möglich. Ust-Ident-Nr. DE 115 697 748

6 Bankverbindungen

Für Anzeigenrechnungen:
 Sparkasse Hannover (BLZ 250 501 80); Konto-Nr. 1 019 900
 IBAN-Nr. DE41 2505 0180 0001 0199 00; BIC KSKHDE2H
 Für Vertriebsrechnungen:
 Nord/LB, Hannover (BLZ 250 500 00); Konto-Nr. 101 418 200

7 Rücktrittsrecht

Bis max. 3 Monate vor Erscheinungstermin. Bei Rücktritt werden
 30 % des Anzeigenpreises berechnet.

8 Anzeigenformate und Preise

Allen Preisen ist der aktuelle Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.
Anschnittformate sind nicht möglich.

Format	Breite x Höhe mm	Grundpreis s/w in c	2-farbig in c	3-farbig in c	4-farbig in c
2/1-Seite	430 x 284	6 063,-	6 311,-	6 559,-	6 807,-
1/1-Seite	200 x 284	3 841,-	4 092,-	4 342,-	4 592,-
2/3-Seite	132 x 284 hoch 200 x 188 quer	2 598,-	2 850,-	3 101,-	3 352,-
1/2-Seite	98 x 284 hoch 200 x 140 quer	1 915,-	2 168,-	2 420,-	2 672,-
1/3-Seite	64 x 284 hoch 200 x 92 quer	1 304,-	1 557,-	1 810,-	2 062,-
1/4-Seite	47 x 284 hoch 200 x 68 quer 98 x 140 hoch	957,-	1 211,-	1 464,-	1 717,-
1/6-Seite	64 x 140 hoch 200 x 44 quer	611,-	865,-	1 119,-	1 372,-
1/8-Seite	64 x 108 hoch 98 x 68 200 x 32 quer 47 x 140 hoch	478,-	732,-	986,-	1 270,-
Millimeterpreise					
Anzeigenteil	47 mm	3,57	5,09	6,61	8,13
Kleinanzeigen	unter 1/8 Seite	2,96	3,46	3,97	4,47
Textteil	64 mm	4,08	5,60	7,12	8,64

9 Vorzugsplatzierungen

	s/w	2-farbig	3-farbig	4-farbig
Titelseite Kopf-anzeige	47 x 44	570,- € (ohne weitere Farbzuschläge)		
Rückseite	1/1 Seite	4 677,- €	4 927,- €	5 176,- €

Inselanzeige im Textteil, mindestens an 3 Seiten textangrenzend (Spaltenbreite 64 mm); max. 80 mm hoch

	s/w	2-farbig	3-farbig	4-farbig
mm-Grundpreis	5,81 €	7,02 €	8,54 €	10,06 €

Platzierung: Für alle anderen bindenden Platzvorschriften ... Zuschlag 25 %

10 Rubrikanzeigen (nicht rabattfähig) Spaltenbreite 47mm

Verkäufe, Geschäftsverbindungen, Stellenangebote etc.....	€	3,00
Stellenanzeigen, -gesuche	€	2,00
Chiffregebühr.....	€	12,00

Anzeigentexte bitte maschinengeschrieben verfassen oder handgeschrieben in deutlich lesbarer Schrift (Druckbuchstaben). Für Fehler, die auf unleserliche Manuskripte zurückzuführen sind, wird keine Gewähr übernommen. Farbige Anzeigen auf Anfrage

11 Sonderwerbformen (Seite 8) auf Anfrage

12 Unternehmens-/Produkt-Reportage

ganzseitig, 4 c	€	2 350,00
halbseitig, 4 c	€	1 550,00

13 Beilagen (mögl. 130g/m² – Papier)

bis 25 g Beilagengewicht, pro 1000 Exemplare.....	€	150,00
bis 50 g Beilagengewicht, pro 1000 Exemplare.....	€	200,00
höhere Gewichte.....		auf Anfrage

zzgl. Vertriebszusatzkosten; zzgl. evtl. Kosten für Handbeilage

Oversize-Beilage

bis 25 g Beilagengewicht, pro 1000 Exemplare.....	€	175,00
bis 50 g Beilagengewicht, pro 1000 Exemplare.....	€	225,00

Größe auf Anfrage

14 Mittelhefter: (gefalzt)

4 Seiten	€	4 800,00
8 Seiten	€	6 600,00
weitere Umfänge		auf Anfrage

Anlieferformat: 236 mm breit, 315 mm hoch (aufgrund Beschnitt).
Abweichende Maße in der Breite auf Anfrage möglich.
Bei 4 Seiten wird kein Überfalz benötigt.

15 Durchhefter 3- oder 4-seitig € 3 050,00

Genaue Anlieferformate bitte erfragen

16 CW Niemeyer Druck GmbH

Böcklerstraße 13, 31789 Hameln
Anlieferungszeiten: Mo-Fr 08:00 bis 15.00 Uhr
Liefervermerk: genau, Ausgabe...; Lieferung frei Druckerei.

17 Rabatte

Malstaffel.....	Mengenstaffel
3 Anzeigen 5 %	1 Seiten 3 %
5 Anzeigen 10 %	3 Seiten 5 %
8 Anzeigen 15 %	5 Seiten 10 %
10 Anzeigen 20 %	10 Seiten 20 %

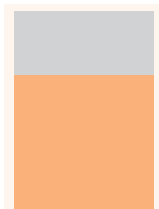
Beilagen/Einhefter werden rabattiert:
1 Beilage/Einhefter = 1 Anzeigenseite

18 Bezugspreis

Inland 18,50 €; Ausland 29,50 €; zzgl. MwSt.



1/1-Seite
200 x 284
3 841,- €

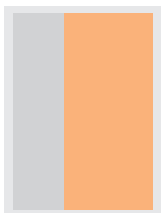


2/3-Seite
200 x 188
2 598,- €

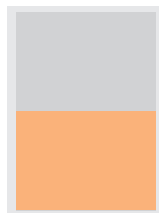
Heftformat: 225 x 305
Satzspiegel: 200 x 284
(Anschnittformate sind nicht möglich)
Preise: Grundpreise s/w

Informationsblatt Formate

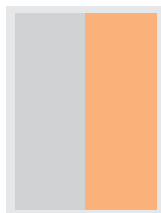
Anzeigenpreisliste Nr. 9 – gültig ab 1. Januar 2012



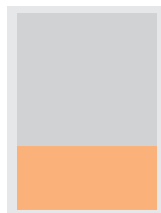
2/3-Seite
132 x 284
2 598,- €



1/2-Seite
200 x 140
1 915,- €



1/2-Seite
98 x 284
1 915,- €



1/3-Seite
200 x 92
1 304,- €



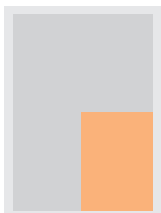
1/3-Seite
64 x 284
1 304,- €



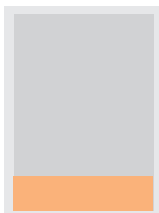
1/4-Seite
200 x 68
957,- €



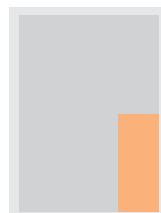
1/4-Seite
47 x 284
957,- €



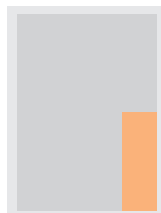
1/4-Seite
98 x 140
957,- €



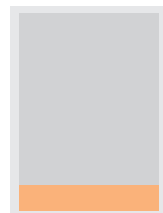
1/6-Seite
200 x 44
611,- €



1/6-Seite
64 x 140
611,- €



1/8-Seite
47 x 140
478,- €



1/8-Seite
200 x 32
478,- €



1/8-Seite
64 x 108
478,- €



1/8-Seite
98 x 68
478,- €

AD SPECIAL
BUCHEN
SIE JETZT!
FORMAT 2012

genau Oversize-
Beilage

genau 7-8/11
genau

Im Duett
unschlagbar



Inhalt im Juli/August

- Augenblicke: Im Interview mit Carlo Frick
- Qualität im Alltag: Betriebsaufstellung
- Wegweis: So wählen Sie die richtige
- Industrie: Maschinen in der Fabrik
- Innovation: Neuen Ansätze in der
- Interview: Interview mit dem



100 Jahre
u
3/11
Wie feiern Jubiläum,
Sie haben Grund zu
jubeln...
Der Akustiker

Flying Page

Produkt-/Unternehmensreportage



Durchhfter



Mittelhefter

**Heben Sie sich vom
Wettbewerb ab!**

Ihr „Wunsch-Format“
nicht dabei?

Sprechen sie uns an!



Panoramaseiten

Das bieten wir Ihnen:

- Hohe Kontaktqualität und optimale Response-Werte durch ein erstklassiges fachredaktionelles Umfeld
- Hohe Markenaufmerksamkeit durch positiven Image-Transfer
- Direkten Zugang zur Zielgruppe, neue Möglichkeiten im Bereich CRM und Direkt-Marketing
- Schnellen, direkten Zugang zu Produkt- und Unternehmensinformationen
- Kontaktstarke Online-Werbemöglichkeiten mit optimalem Branding-Effekt

**Das Branchen-Portal für Entscheider der gesamten Holzbranche**

Ein klar strukturiertes, redaktionelles Konzept macht holzhelden.de zu einem nutzwerten und unterhalt-samen Online-Medium für Macher im Tischler- und Schreinerhandwerk.

Auf übersichtlich gestalteten Sites finden User aktuelle News und praxisorientiert aufbereitete Informationen, die für ihre Branche relevant sind. Außerdem gibt es Berichte, Tipps und Checklisten rund um eine erfolgreiche Unternehmensführung.

www.holzhelden.de schafft Verbindungen

Überzeugen Sie sich von der Leistungsfähigkeit unseres Portals und erschließen Sie mit holzhelden.de neue Märkte.



3 Werbeformen, Preise

- Firmenvideo/Produktvideo (gestellt vom Kunden)
Laufzeit: drei Monate
1 250,- € / Dauer: max. 4 Minuten
 - Bilderreihe (gestellt vom Kunden)
Laufzeit: drei Monate
600,- € / Anzahl bis 20 Bilder
 - Text (gestellt vom Kunden)
Laufzeit: ein Monat
200,- € / Länge bis ¼ DIN A4 Seite
- Zusätzlich: Hinweis im Print-Medium: (prominent am Ende eines Artikels) mit Verweis auf weitere Informationen im Netz auf Bilder/Text /Video
 - Unternehmens- Portraits (Verlagsproduktion)
Laufzeit: drei Monate
3 500,- € / Dauer: max 3 Minuten
 - Hyperlinks (Verschlagwortung)
z.B. Texte werden mit je max. 5 Wörtern besetzt (Fenster öffnet sich)

Werbeform	Format	Laufzeit 3 Monate
Fullbanner	486 x 60 Pixel, max 40 KB	600,- €
Superbanner	728 x 90 Pixel, max 40 KB	650,- €
Expandable-Superbanner	728 x 300 (90) Pixel, max 40 KB	700,- €
Medium Rectangle	300 x 250 Pixel, max 40 KB	750,- €
Skyscraper	600 x 120 Pixel, max 40 KB	750,- €
Wide-Skyscraper	600 x 160 Pixel, max 40 KB	800,- €
Expandable-Skyscraper	600 x 420 (160) Pixel, max 40 KB	800,- €
Wallpaper	728 x 90 + 600 x 130 Pixel, max 40 KB	850,- €

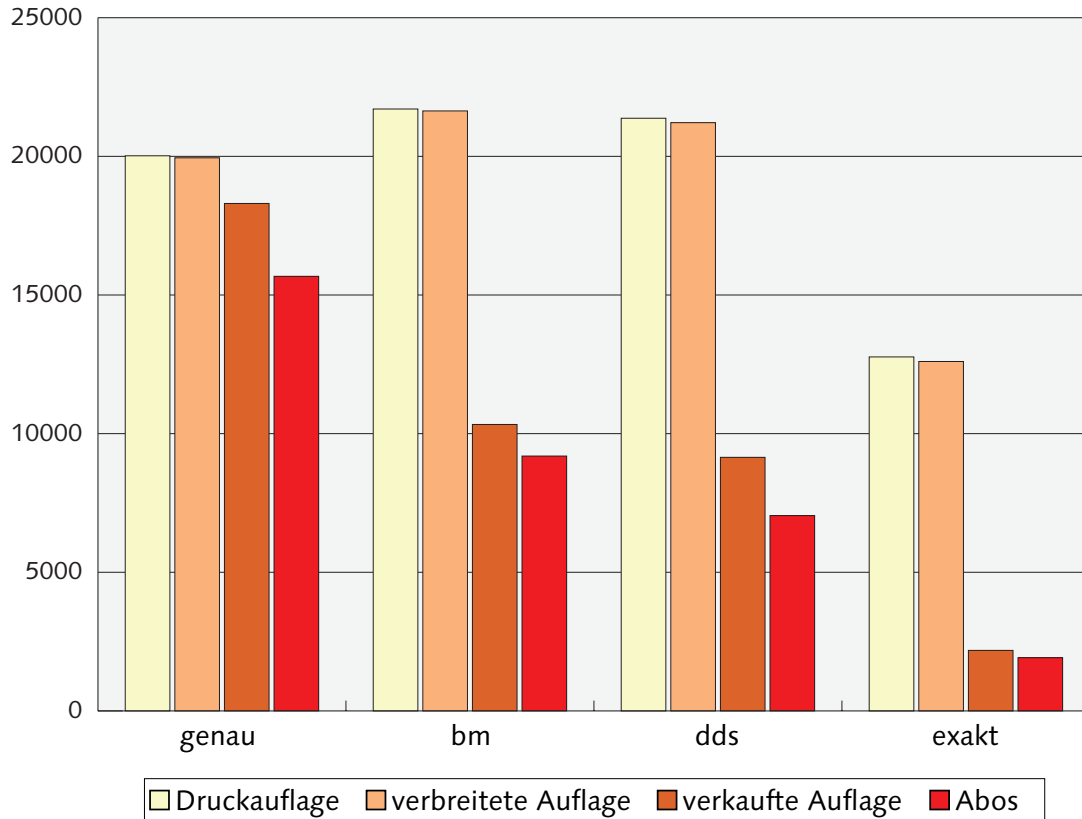
Datenanlieferung

mindestens 1 Woche vor Schalttermin per E-Mail an:
wirtschaft@schluetersche.de
mit Hinweis auf die Laufzeit.
mögliche Formate: GIF-/JPG/Flash oder HTML

Rabatte

Nach Umsatz

ab 1 000,-	€	5%
ab 3 000,-	€	10%
ab 5 000,-	€	15%
ab 7 000,-	€	20%
ab 9 000,-	€	25%

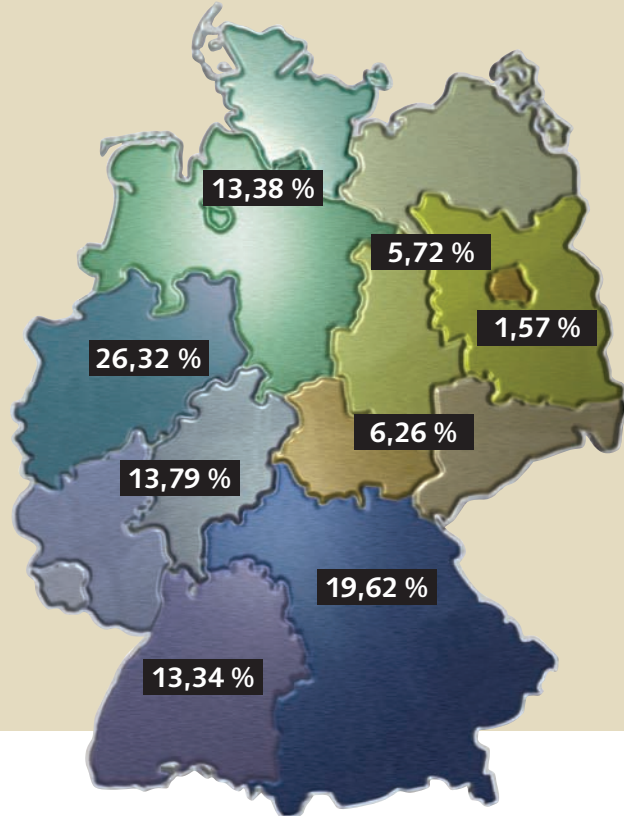


Die genau hat sich als neue Größe neben den zwei marktführenden Magazinen etabliert.

Wo wird die genau gelesen?

Nielsen 1:	Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein, Niedersachsen.....	13,38 %
Nielsen 2:	Nordrheinwestfalen.....	26,32 %
Nielsen 3A:	Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland	13,79 %
Nielsen 3B:	Baden-Württemberg.....	13,34 %
Nielsen 4:	Bayern	19,62 %
Nielsen 5:	Berlin.....	1,57 %
Nielsen 6:	Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt	5,72 %
Nielsen 7:	Thüringen, Sachsen.....	6,26 %

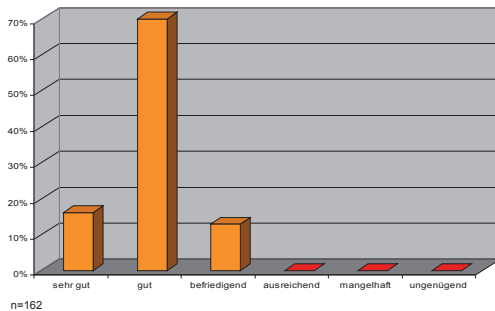
Quelle: Vertriebsdaten Schlütersche



Leseranalyse

Leserumfrage genau 2011

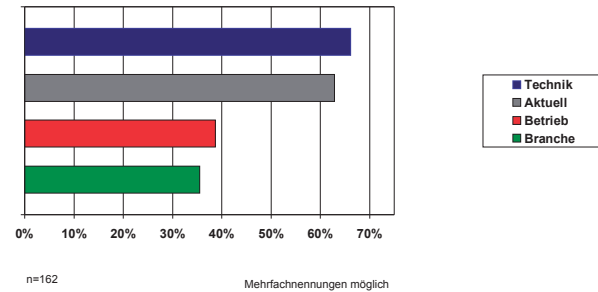
Wie beurteilen Sie die Zeitung genau insgesamt?



1

Leserumfrage genau 2011

Welche Rubriken interessieren Sie am meisten?

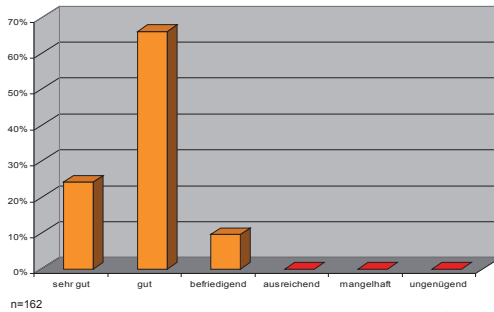


2

Leseranalyse

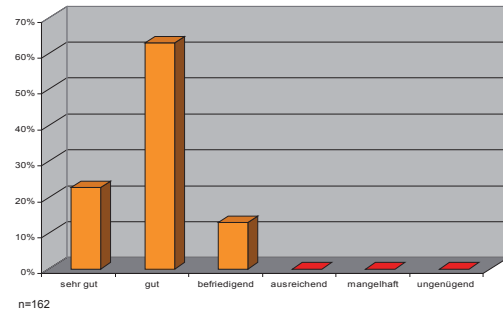
Leserumfrage genau 2011

Wie gefällt Ihnen die Gestaltung der genau?



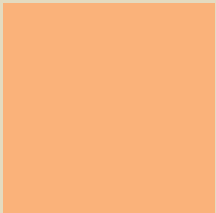
Leserumfrage genau 2011

Wie beurteilen Sie die Sprache und den Stil der genau?



Die Leserumfrage ergab eine gute bis sehr gute Beurteilung. Danke, wir freuen uns!

Digitale Druckunterlagen



Digitale Druckunterlagen

1. Zeitschriftenformat

225 mm breit x 305 mm hoch

Satzspiegel

200 mm breit x 284 mm hoch

4 Spalten = Spaltenbreite 47 mm

3 Spalten = Spaltenbreite 64 mm

2. Druck- und Bindeverfahren

Rotationsoffset-Akzidenzrotation, Rückendrahtheftung

3. Datenübermittlung und Kontakt

E-Mail: anzeigendaten-gen@schluetersche.de

FTP-Verbindung gern auf Anfrage

Bei Rückfragen: Telefon 0511 8550-2522, 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.

Profil Uncoated ISO12647

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. Fehlbildungen aufgrund von unvollständigen oder fehlerhaften Dateien, falschen Einstellungen oder unvollständigen Angaben werden berechnet. Dies gilt auch für zusätzliche Satz- oder Repararbeiten sowie für die Erstellung fehlerhafter Proofs.

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 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 abzuzweckeln, 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 veröffentlichten Anzeigenschluss 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 ausschließliche 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 Werbeanzeigen mit rechts- oder sittenwidrigen Inhalten angeboten werden, insbesondere keine Werbung veröffentlicht werden, die i. S. d. § 131 StGB zum Hass 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 nur im dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde und soweit der Abdruck einer Ersatzanzeige dem Verlag zu unzumutbar ist. Ssst 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.

Wenn 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. Probeanzeigen werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeanzeige. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei Übersendung des Probeauftrages 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 laufendsten 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 Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

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 Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt 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 zu Preiserminderung 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 Preiserminderungsansprüche 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 einzelfvertraglich 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 Varen-, 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. Druckerunterlagen 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



Anzeigenleitung

Andreas Dirschauer

Telefon 0511 8550-2477

dirschauer@schluetersche.de



Anzeigenverkauf

Anna Dau

Telefon 0511 8550-2484

Telefax 0511 8550-2402

dau@schluetersche.de

Herausgeber

Tischler Schreiner Deutschland

(Bundesinnungsverband für das
Tischler-/Schreinerhandwerk im
Bundesverband Holz und Kunststoff)
Littenstraße 10

10179 Berlin

Telefon 030 308823-11

Telefax 030 308823-12

schreiner@tischler.org

Verlag

Schlütersche Verlagsgesellschaft

mbH & Co. KG

Hans-Böckler-Allee 7

30173 Hannover

Postanschrift: 30130 Hannover

Telefon 0511 8550-0

www.schluetersche.de

Redaktion

Irmke Frömling, Chefredakteurin

Telefon 0511 8550-2455

Lutz Odewald

Telefon 0511 8550-2440

genau.redaktion@schluetersche.de

Druckunterlagen

Telefon 0511 8550-2522

anzeigendaten-gen@schluetersche.de

Vertrieb

Telefon 0511 8550-2422

Telefax 0511 8550-2405

vertrieb@schluetersche.de