



Ab 2017 Fachorgan der DGVM,  
Deutsche Gesellschaft für Verkehrsmedizin, Heidelberg

# Mediadaten 2017

Titelpräsentation	2
Marktforschung	3
Auflage und Verbreitung	4
Termin- und Themenplan	5
Anzeigenpreise	6
Technische Angaben	8
Anzeigenpreise Online	9
Allgemeine Geschäftsbedingungen	10

Weitere Informationen unter  
[www.zvs-online.de](http://www.zvs-online.de)  
[www.kirschbaum.de](http://www.kirschbaum.de)



Ihr Fachverlag für Verkehr und Technik

## Fachmedien im Kirschbaum Verlag



**ZVS**  
Zeitschrift für Verkehrssicherheit  
Zielgruppe:  

- Verkehrspsychologen
- Verkehrsmediziner
- Ingenieure und Juristen aus Wissenschaft, Forschung, Praxis, Verwaltung

 Auflage: TvA 1470 Exemplare

**Straße und Autobahn**  
Zielgruppe:  

- Entscheider in
- Strassenbauunternehmen,
- Strassen- und Verkehrsverwaltungen auf Kommunal-, Landes- und Bundesebene,
- Planungs- und Ingenieurbüros,
- Hochschulen

 Auflage: TvA 6 423 Exemplare

**Straßenverkehrstechnik**  
Zielgruppe:  

- Entscheider in
- Planungs- und Ingenieurbüros,
- Strassen- und Verkehrsverwaltungen auf Kommunal-, Landes- und Bundesebene,
- Verkehrsmanagement,
- Hochschulen

 Auflage: TvA 3 575 Exemplare

**Schriftenreihe Fahreignung**  
Das umfassende Buchprogramm des Kirschbaum Verlages und auch seine „Schriftenreihe Fahreignung“ finden Sie in unter  
[www.kirschbaum.de](http://www.kirschbaum.de)

### Zeitschrift für Verkehrssicherheit

Seit über 50 Jahren nimmt die ZVS Zeitschrift für Verkehrssicherheit im deutschsprachigen Raum eine führende Stellung als wissenschaftliche und praxisorientierte Fachzeitschrift auf dem Gebiet der Verkehrssicherheit ein. Seit 2012 wird sie im Kirschbaum Verlag, Fachverlag für Verkehr und Technik, herausgegeben, in dem auch die „Gelbe Reihe Fahreignung“ erscheint.

### Inhalte

Im Fokus der Fachzeitschrift steht dabei alles, was in den Fachbereichen

- Verkehrsmedizin
- Verkehrspsychologie
- Fahrausbildung
- Fahrsicherheitstechnik/ Unfallrekonstruktion
- Intelligente Infrastruktur

unter dem Aspekt der Verkehrssicherheit direkt oder indirekt mit dem menschlichen Verhalten zu tun hat, es beeinflusst oder kompensiert. Denn hier ist für die Verkehrssicherheit ausweislich der allgemeinen Statistiken für Unfallrisiken am meisten zu gewinnen.

Die ZVS bietet dazu mit ihrem interdisziplinären Ansatz eine wichtige Wissensquelle. Mit ihrer Kombination aus wissenschaftlichen Beiträgen und

praxisorientierten Fachinformationen liefert sie einen fundierten Überblick über aktuelle Forschung, Trends, Diskussionen und wesentliche Rechtswicklung.

Wichtige Institutionen der Verkehrssicherheitsarbeit sind Mitherausgeber der ZVS. Dies garantiert Wissen aus erster Hand.

### Zielgruppen

Die ZVS richtet sich an

- Verkehrspsychologen
- Verkehrsmediziner
- Ingenieure und
- Juristen aus
  - Wissenschaft, Forschung
  - Praxis
  - Verwaltung

die sich mit dem direkten oder indirekten Verhalten von Verkehrsteilnehmern, mit Fahrsicherheitstechnik und intelligenter Infrastruktur beschäftigen, um die Verkehrssicherheit weiter zu steigern. Besonders angesprochen sind auch Entscheidungsträger für Verkehrssicherheit und Fahrerlaubnisswesen in der Verwaltung.

## »Mobilität im Straßenverkehr – das ist unsere Sache«

## 10 gute Gründe warum es sich lohnt, Ihre Kunden über „ZVS – Zeitschrift für Verkehrssicherheit“ anzusprechen

**1 Sehr nahe am Leser**  
Neun von zehn Befragten (90 %) lesen jede oder fast jede Ausgabe von „ZVS – Zeitschrift für Verkehrssicherheit“

**2 Diesen Titel oder keinen**  
82 % der Befragten möchten auf „ZVS – Zeitschrift für Verkehrssicherheit“ nicht verzichten. Andere Titel spielen eine untergeordnete Rolle

**3 Schulnote 1,6**  
82 % der Befragten bewerten „ZVS – Zeitschrift für Verkehrssicherheit“ mit der Schulnote „gut“ oder „sehr gut“. Im Durchschnitt wird die Note 1,6 vergeben

**4 Konkreter Nutzen – konkret bestätigt**  
Ebenso bewerten 82 % der Befragten den konkreten Nutzen für die berufliche Praxis mit der Schulnote „gut“ oder „sehr gut“. Im Durchschnitt wird die Note 1,8 vergeben

**5 Kann ich weiterempfehlen**  
Kompetenz und Aktualität bescheinigen fast alle der Befragten (98 %). 94 % können „ZVS – Zeitschrift für Verkehrssicherheit“ weiterempfehlen

**6 Themenangebot bestätigt**  
Fachbeiträge zu Fahreignungsbegutachtung und Rehabilitation (82 %) haben den höchsten Stellenwert

**7 Wer lange liest, sieht viel!**  
Die durchschnittliche Lesedauer beträgt 55,06 Minuten. Immerhin 40 % der Befragten lesen eine Stunde und darüber

**8 Zeitschrift im Umlauf – Viele lesen mit**  
Für jedes Exemplar von „ZVS – Zeitschrift für Verkehrssicherheit“ errechnet sich eine durchschnittliche Zahl von Mitlesern von rund 3 Personen. Das erhöht den weitesten Leserkreis der tVA (tatsächlich verbreitete Auflage) auf 4.470 Personen (1.490 x 3)

**9 Struktur der Leser**  
54 % der Befragten geben an, dass sie im Bereich der Fahreignung (Begutachtung/Rehabilitation) tätig sind. Danach folgen Verkehrsplaner (16 %) und Fahrausbilder (14 %)

**10 Print ist Premium**  
Fachzeitschriften (92 %) und Fachgespräche mit Kollegen (90 %) sind, weit vor Websites (22 %), mit die wichtigsten Informationsquellen bei der täglichen Arbeit

### Redaktion

#### Schriftleitung

Dipl.-Ing. Jürgen Bönninger  
FSD, Dresden  
(Fahrzeugsicherungstechnik, Unfallrekonstruktion, Fahrkompetenz)

Prof. Dr. Jürgen Gerlach  
Bergische Universität Wuppertal  
(Verkehrsinfrastruktur)

Prof. Dr. Matthias Graw  
Institut für Rechtsmedizin LMU, München  
(Verkehrsmedizin)

Dipl.-Psych. Wolf-Rüdiger Nickel  
Past-Präsident ICADTS  
(Verkehrspsychologie)

#### Markt und Praxis

Volker Rutkowski  
E-Mail v.rutkowski@kirschbaum.de

### Anzeigen

Volker Rutkowski (verantwortlich)  
Dieter Sturm (Stellvertretung)  
Telefon (0228) 954 53-23  
E-Mail d.sturm@kirschbaum.de  
Elisabeth Kozur  
Telefon (0228) 954 53-26  
E-Mail e.kozur@kirschbaum.de

### Vertrieb

Stephanie Hank  
Telefon (0228) 9 54 53-35  
E-Mail s.hank@kirschbaum.de

Bezugspreis  
Jahresabonnement Inland 89,00 € } zzgl.  
Ausland 89,00 € } Versand  
Einzelverkaufspreis 24,80 € }

### Auflage und Verbreitung

(Jahresdurchschnitt)

Druckauflage 1 500 Exemplare  
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) 1 470 Exemplare  
Verkaufte/abonnierte Auflage 795 Exemplare  
Freistücke 995 Exemplare  
Rest-, Archiv- und Belegexemplare 30 Exemplare

### Geografische Verbreitung

– Deutschland 1 390 Exemplare  
– Ausland 80 Exemplare

### Verlag

Kirschbaum Verlag GmbH  
Postfach 210209, 53157 Bonn  
Siegfriedstr. 28, 53179 Bonn  
Telefon (0228) 954 53-0  
Telefax (0228) 954 53-27 (Zentrale)  
www.kirschbaum.de

### Herausgeber

Bernhard Kirschbaum

Kirschbaum Verlag GmbH · Siegfriedstraße 28 · 53179 Bonn · Tel. (0228) 95453-0 · Fax 95453-37 · E-Mail: anzeigen@kirschbaum.de

Heft-Nr.	Erscheinungs-termin	Anzeigen-/ Druckunter-lagenschluss*)	Fachbeiträge	Markt und Praxis	Messetermine/Veranstaltungen
1	16.01.2017 <b>Ausgabe zum Deutschen Verkehrsgerichtstag</b>	21.12.2016	SCHWERPUNKT Senioren im Straßenverkehr Fahrsicherheitstechnik/Unfallforschung Intelligente Infrastruktur	ZVS-aktuell	25.–27.01. <b>Deutscher Verkehrsgerichtstag</b> , Goslar 06.–07.03. <b>Symposium Verkehrssicherheit von Straßen</b> , Weimar 13.–14.03. <b>Symposium Verkehrssicherheit von Straßen</b> , Wuppertal
2	März		THEMENHEFT DGVP/DGVM-Symposium Rostock 2016 · Verkehrsunfälle · Wasser, Schiene, Luft · Alkohol und Drogen · Automatisiertes Fahren · Verkehrspsychologische Themen		
3	23.05.2017	27.04.2017	Verkehrspsychologie, Verkehrsmedizin, Fahrsicherheitstechnik/Unfallforschung Intelligente Infrastruktur	Special   Alkohol- und Drogentest ZVS-aktuell	
4	17.09.2017 <b>Erhöhte Verbreitung: Ausgabe zum DGVP/DGVM Symposium 2017</b>	21.08.2017	Verkehrspsychologie, Verkehrsmedizin, Fahrsicherheitstechnik/Unfallforschung Intelligente Infrastruktur	Special   Alkohol- und Drogentest ZVS-aktuell	06.–07.10. <b>Gemeinsames Symposium DGVP/DGVM</b> , Leipzig
5	16.11.2017	17.10.2017	Verkehrspsychologie, Verkehrsmedizin, Fahrsicherheitstechnik/Unfallforschung Intelligente Infrastruktur	ZVS-aktuell	



**Anzeigenpreise und Formate** Alle Preise in € zuzüglich Mehrwertsteuer

Format	Satzspiegel-Formate Breite × Höhe in mm	Anschnitt-Formate Breite × Höhe in mm*	Grundpreise s/w	Preise 4-farbig
1/1 Seite	185 × 260	210 × 297	1090,-	2020,-
1/2 Seite quer hoch	185 × 128 91 × 260	210 × 146 104 × 297	650,-	1170,-
1/3 Seite quer hoch	185 × 84 58 × 260	210 × 106 70 × 297	490,-	980,-
1/4 Seite quer hoch	185 × 64 91 × 128 44 × 260	210 × 86 104 × 146 53 × 297	400,-	940,-
1/8 Seite quer 2-spaltig hoch	185 × 32 91 × 64 44 × 128	210 × 54 104 × 86 60 × 146	250,-	860,-
2. US	185 × 260	210 × 297		2040,-
3. US	185 × 260	210 × 297		2060,-
4. US	185 × 260	210 × 297		2160,-

\*zuzüglich 3 mm Beschnittzugabe je Schnittkante – tVA: 1490 Exemplare

### Zuschläge

#### Farbe

Normalfarben (ISO-Farben) sind schon bei den jeweiligen Formaten eingerechnet s. o.

Je Sonderfarbe

€ 490,-

Bei Abrechnung nach Millimeter gilt die jeweils nächstliegende Formatanzeige als Berechnungsgrundlage.

Alle anderen Farbtöne gelten als Sonderfarbe

#### Format

Anzeigen über Bund:

€ 190,-

Anzeigen über Satzspiegel, angeschnittene Anzeigen:

€ 130,-

### Rabatte

Bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres (Beginn mit dem Erscheinen der ersten Anzeige)

#### Malstaffel

3-maliges Erscheinen 5 %  
6-maliges Erscheinen 10 %  
12-maliges Erscheinen 15 %  
18-maliges Erscheinen 20 %

#### Mengenstaffel

ab 2 Seiten 5 %  
ab 4 Seiten 10 %  
ab 6 Seiten 15 %  
ab 12 Seiten 20 %

Technische Kosten werden nicht rabattiert.

**Mehrjahresaufträge/Kombinationsaufträge** auf Anfrage. Produktanzeigen sowie Stellen- und Gelegenheitsanzeigen werden jeweils separat rabattiert.

### Rubrik

Millimeterpreis 1-sp. (= 44 mm breit) im 4-spaltigen Heftteil: € 1,60

Millimeterpreis 1-sp. (= 58 mm breit) im 3-spaltigen Heftteil: € 2,10

#### Rubrikanzeigen (pro mm 1-sp):

**Stellenangebote:** € 1,60

**Stellensuche/Privatanzeigen:** € 1,40

**Sonstige Verkäufe/Kaufgesuche:** € 1,60

**Verschiedenes:** € 1,60

Chiffregebühr inkl. Porto: € 11,30

### Sonderwerbformen

#### Beihefter

(Bruttopreis in 5 nach Papiergewicht)

bei Draht-  
heftung  
-  
bei Klebe-  
bindung  
€ 1600,-

2-seitig = 1 Blatt

4-seitig = 2 Blatt

€ 3200,-

2-seitig mit Lasche = 1,5 Blatt

€ 1600,-

#### Beilagen

lose eingelegt, maximale Größe 205 × 290 mm

Preis bis 25 g Gesamtgewicht

gesamte Auflage pro Tsd. € 530,-

Preis bis 50 g Gesamtgewicht

gesamte Auflage pro Tsd. € 620,-

inkl. Postgebühren

Beilagen werden nicht rabattiert.

#### Werbemittel

Postkarten (Tipp-on-cards) und maschinell zu bearbeitende Aufkleber

pro Tsd. € 130,-

Warenproben oder beispielsweise elektronische Datenträger wie CDs, die evtl. nur manuell verarbeitet werden können:

Preis auf Anfrage

Mindestformat der Anzeige 1/1 Seite

Weitere Sonderwerbformen auf Anfrage.

### Kontakt

Kirschbaum Verlag GmbH  
Siegfriedstraße 28, 53179 Bonn  
www.kirschbaum.de

Telefon (02 28) 95453-26, -23, -24, -25, -46

Telefax (02 28) 95453-37

E-Mail anzeigen@kirschbaum.de

### Zahlungsbedingungen

#### Bankverbindung

Bankverbindung: Postbank Köln

IBAN DE 22 3701 0050 0227 6205 05 BIC PBNKDEFFXXX

Zahlung innerhalb von 21 Tagen nach Rechnungserhalt netto ohne Abzug; bei Bankeinzug bis zum Erscheinungstermin 2 % Skonto.

USt-Ident-Nr. DE 122272691



## Zeitschriftenformat

210 mm breit x 297 mm hoch, DIN A4  
Unbeschnitten: 213 mm breit x 303 mm hoch

## Satzspiegel

185 mm breit x 260 mm hoch  
4 Spalten á 44 mm Breite  
3 Spalten á 58 mm Breite

## Druck- und Bindeverfahren

Offsetdruck (Bogen), Rückstichheftung

## Datenübermittlung

E-Mail: [anzeigen-druckunterlagen@kirschbaum.de](mailto:anzeigen-druckunterlagen@kirschbaum.de)  
Bei Rückfragen: +49 (0) 228/95453-23

## Datenformate

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

## Farben

Druckfarben (CMYK) nach ISO 12647-2 (PSO), Sonderfarben sind in Absprache möglich. 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](http://www.eci.org)).

## Webadresse

[www.zvs-online.de](http://www.zvs-online.de)

## Kurzcharakteristik

Die Online-Plattform [www.zvs-online.de](http://www.zvs-online.de) ist Präsentation und Informationsergänzung zur bekannten Fachzeitschrift ZVS-Zeitschrift für Verkehrssicherheit. Sie bietet:

- aktuelle Meldungen aus Markt und Praxis
- Heftarchiv
- Termine und Veranstaltungen

## Zielgruppe

Verkehrspsychologen, Verkehrsmediziner, Ingenieure und Juristen aus Wissenschaft, Forschung, Praxis und Verwaltung

## Verlag

Kirschbaum Verlag GmbH  
Postfach 210209, 53157 Bonn  
Telefon (0228) 95453-0  
[www.kirschbaum.de](http://www.kirschbaum.de)

## Ansprechpartner Online-Werbung

Volker Rutkowski (verantwortl.); [v.rutkowski@kirschbaum.de](mailto:v.rutkowski@kirschbaum.de)  
Telefon (0228) 95453-25

Dieter Sturm (stellv.); [d.sturm@kirschbaum.de](mailto:d.sturm@kirschbaum.de)  
Telefon (0228) 95453-23

Elisabeth Kozur; [e.kozur@kirschbaum.de](mailto:e.kozur@kirschbaum.de)  
Telefon (0228) 95453-26

## Datenanlieferung

Mindestens 5 Werktage vor Schaltbeginn per E-Mail an: [anzeigen@kirschbaum.de](mailto:anzeigen@kirschbaum.de)  
Dateiformate: GIF, JPG, Flash (Shockwave) (max. 75 KB).

Fordern Sie die speziellen technischen Spezifikationen an.

## Technische Angaben

### 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](http://www.fogra.org). Andrucke müssen einen offiziellen Druckkontrollstreifen aufweisen.

### Datenarchivierung

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

### 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.

### Kontakt

Dieter Sturm, (0228) 95453-23  
stellv. Anzeigenleitung/Anzeigendisposition



## Anzeigenpreise Online

Anzeigen-Preisliste Nr. 5  
Gültig ab 1. Oktober 2016

### Rabatte

3 Monate - 5%    6 Monate - 10%  
9 Monate - 15%    12 Monate - 20%

### Werbeformen und Preise

Fullsize-Banner Top

(Banner rotierend, nach Zufallsprinzip an der selben Stelle)

Vertical-Banner

Fullsize-Banner Bottom



Werbeform	Platzierung	Format (Breite x Höhe in Pixel)	Preis in Euro für 1 Monat
Vertical-Banner	Homepage Rubriken*	165 x 290	400,-
		165 x 290	200,-
Fullsize-Banner Top/Bottom	Homepage Rubriken*	468 x 60	300,-
		468 x 60	140,-

Alle Preise in € zzgl. Mehrwertsteuer. AGB für Werbemittel und Eintragungen in Online-Medien auf Anfrage  
\* Rubriken: Heftarchiv, Termine und Veranstaltungen

### Zahlungsbedingungen

Bankverbindung: Postbank Köln  
IBAN DE 22 3701 0050 0227 6205 05 BIC PBNKDEFFXXX  
Zahlung innerhalb von 21 Tagen nach Rechnungserhalt netto ohne Abzug; bei Bankeinzug bis zum Erscheinungstermin 2% Skonto.  
UST-Ident-Nr. DE 122272691

# Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitschriften

## 1. Geltungsbereich

- 1.1 Für sämtliche Vereinbarungen mit dem Verlag über Anzeigen und Fremdbeilagen gelten ausschließlich die nachfolgenden Bedingungen. Zwischen dem Verlag und dem Auftraggeber wird beim ersten Vertragsschluss vereinbart, dass diese Bedingungen auch für sämtliche Folgegeschäfte – auch solche, die mündlich insbesondere telefonisch abgeschlossen werden – gelten. Einkaufs- und sonstige Bedingungen des Auftraggebers gelten nur insoweit, als sie den nachfolgenden Bedingungen nicht widersprechen.
- 1.2 Diese Bedingungen gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beihefter, technische Sonderausführungen sowie elektronische und andere Werbeformen.

## 2. Definitionen

- 2.1 „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen, elektronischer oder anderer Werbemittel (nachfolgend „Anzeigen“ genannt) von Werbungtreibenden in Medien des Verlages zum Zweck der Verbreitung.
- 2.2 Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb eines Jahres abgerufen und veröffentlicht wird.

## 3. Druckunterlagen, Auftragsbearbeitung

- 3.1 Der Auftraggeber ist verpflichtet, die (auch digitalen) Druckunterlagen ordnungsgemäß und rechtzeitig vor Schaltungsbeginn entsprechend den technischen und terminlichen Vorgaben des Verlages anzuliefern. Eventuelle Nachbearbeitungen gehen vorbehaltlich individueller Vereinbarung zu Lasten des Auftraggebers. Sollte der Auftraggeber dieser Verpflichtung nicht nachkommen und daher eine Schaltung nicht möglich sein, bleibt die Zahlungsverpflichtung des Auftraggebers hiervon unberührt.
- 3.2 Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ kenntlich gemacht.
- 3.3 Die Platzierung der Anzeige wird nach billigem Ermessen und größtmöglicher Berücksichtigung der Interessen des Auftraggebers vorgenommen. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
- 3.4 Für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen Platzierwünsche so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist.
- 3.5 Der Verlag ist in seiner Entscheidung frei, Anzeigen eines Konkurrenten des Auftraggebers zu veröffentlichen.
- 3.6 Druckunterlagen werden durch den Verlag nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Verbreitung der Anzeige.

## 4. Veröffentlichung, Ablehnungsbefugnis

- 4.1 Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge oder einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses abzulehnen, wenn z.B.
  - deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
  - deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist.

tragen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die aktuelle Preisliste des Verlages zu halten.

- 8.4 Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss schriftlich innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.
- 8.5 Rabatte werden außer bei besonderer Vereinbarung nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen.
- 8.6 Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber dem Verlag, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass zu erstatten (Rabattnachbelastung). Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen oder anderen Werbemitteln innerhalb eines Jahres-Abschlusses entsprechenden Nachlass.

## 9. Zahlungsfrist, Verzug

- Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
- 9.1 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

## 10. Abtretung/Aufrechnung

Die Abtretung der Ansprüche aus dem Anzeigenauftrag bzw. Abschluss bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Verlages. Der Auftraggeber kann gegenüber Ansprüchen des Verlages nur dann aufrechnen, wenn die Forderung des Auftraggebers unbestritten und rechtskräftig festgestellt ist. Ein Zurückbehaltungsrecht kann nur dann geltend gemacht werden, wenn der Zahlungsanspruch des Verlages und der Gegenanspruch des Auftraggebers auf demselben Vertragsverhältnis beruhen.

## 11. Auflagenminderung

Aus einer Auflagenminderung kann nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantieauflage unterschritten wird. Die Auflagenminderung ist jedoch nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie bei einer Garantieauflage bis zu 50000 Exemplaren mindestens 20 v.H. beträgt.

Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 14 bleibt unberücksichtigt. Als Garantieauflage gilt die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder, wenn eine Auflage nicht genannt ist, die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften ggf. die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vorausgegangenen Kalenderjahres. Dar-

- 4.2 Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages.
- 4.3 Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

## 5. Probeabzüge, Chiffrewerbung

Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

Bei Chiffrewerbung wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffrewerbung werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne jedoch dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen.

## 6. Anzeigenbeleg

Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrags werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

## 7. Gewährleistung

7.1 Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in den aktuellen Mediadaten sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.

7.2 Entspricht die Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde.

Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige zu verweigern, wenn

- diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Gläubigers steht, oder
- diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre.

Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen.

## 8. Vergütung

- 8.1 Sämtliche Preise in der aktuellen Preisliste des Verlages verstehen sich zzgl. Mehrwertsteuer in gesetzlicher Höhe am Tag der Rechnungsstellung.
- 8.2 Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen.
- 8.3 Die Werbungsmitler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Ver-

über hinaus sind bei 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.

## 12. Rechte Dritter, Nutzungsrechte

12.1 Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter und den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung frei. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

12.2 Der Auftraggeber überträgt dem Verlag die für die Schaltung der Anzeige nach Maßgabe des Anzeigenauftrags erforderlichen Vervielfältigungs- und Verbreitungsrechte.

## 13. Haftung

13.1 Der Verlag haftet für Schäden des Auftraggebers, die der Verlag, seine gesetzlichen Vertreter, leitenden Angestellten oder Erfüllungsgehilfen vorsätzlich oder grob fahrlässig herbeigeführt haben.

13.2 Der Schadensersatzanspruch ist auf den vorhersehbaren, vertragstypischen Schaden begrenzt, im Falle des Verzugs auf 5% des Auftragswerts. Die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt.

13.3 Schadenersatzansprüche gegen den Verlag verjähren nach Ablauf von 12 Monaten seit ihrer Entstehung, es sei denn, sie basieren auf einer unerlaubten oder vorsätzlichen Handlung.

13.4 Soweit die Haftung des Verlages ausgeschlossen ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung der Angestellten, Arbeitnehmer, Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen des Verlages.

13.5 Im Falle eines Überganges der Zeitschrift auf einen anderen Verlag, bedarf die Übernahme bestehender Anzeigenaufträge der Zustimmung des Auftraggebers. Sollte die Zeitschrift eingestellt werden, werden beide Vertragsparteien von ihren Leistungspflichten frei, ohne dass Schadenersatzansprüche geltend gemacht werden können.

## 14. Betriebsstörungen

Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und sonstigen Ereignissen, die der Verlag nicht zu vertreten hat – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, deren sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – ist die Haftung für Verzug und Unmöglichkeit ausgeschlossen. In diesen Fällen hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

## 15. Erfüllungsort, Gerichtsstand

- 15.1 Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.
- 15.2 Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz.
- 15.3 Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.