



Lauffeuer

ZEITSCHRIFT DER DEUTSCHEN **JUGENDFEUERWEHR**

**MEDIA
INFOS**





HERAUSGEBER, VERLAG UND ABOVERWALTUNG

DEUTSCHE
JUGENDFEUERWEHR
Reinhardtstraße 25, 10117 Berlin
Telefon: 030-288848810
Telefax: 030-288848819
E-mail: verlag@jugendfeuerwehr.de



ANZEIGEN

Medien Marketing Meckenheim GmbH
Ansprechpartnerin Sigrid Busse
Eichelnkampstraße 2 · 53340 Meckenheim
Telefon: 022 25/88 93-9 91
Telefax: 022 25/88 93-9 90
E-Mail: info@medien-marketing.com

REDAKTIONSBÜRO

Siegfriedstraße 3, 53179 Bonn
Telefon: 0228-8579834
Telefax: 0228-8579835
E-mail: lauffeuer@jugendfeuerwehr.de

CHEFREDAKTEUR

Holger Schönfeld
Steinborn 12, 35041 Marburg
Telefon: 06421-43631
Holger.Schoenfeld@lauffeuer.org

Die DEUTSCHE **JUGENDFEUERWEHR** – dynamisch, jung, fortschrittlich



Die Deutschen Jugendfeuerwehren haben sich in den vergangenen Jahren ein sympathisches und modernes Image erarbeitet. Jugendfeuerwehren gibt es an fast jedem Ort, auf dem Land oder in der Großstadt, in Ost und West. Nützlich, flächendeckend, attraktiv und modern, ... das sind Attribute, die nicht nur auf die Organisation

selbst, sondern auch auf das junge Feuerwehrmedium, das Lauffeuer, zu recht zutreffen. Junge Menschen suchen eine Jugendarbeit, die mehr bietet als andere. Die Deutsche Jugendfeuerwehr ist Spitzenreiter unter den Jugendverbänden hinsichtlich einer positiven Mitgliederentwicklung. Die Zahl ihrer Mitglieder hat sich in

den letzten zehn Jahren verdoppelt. Das Lauffeuer ist als offizielles Mitteilungsorgan und konkurrenzlose Fachzeitschrift anerkannt und beliebt. Monat für Monat werden auf hohem inhaltlichen und gestalterischen Niveau junge Menschen und Verantwortungsträger umfassend und verständlich über Entwicklungen im Jugendfeuerwehr-Markt informiert.

Das Lauffeuer gehört zur Grundausstattung jeder Jugendfeuerwehr und wird daher von den Feuerwehrträgern, aber auch von immer mehr Jugendfeuerwehr- und Feuerwehrführungskräften abonniert. Unseren Werbepartnern gelingt so die Ansprache der Jugendfeuerwehren und Führungskräfte der Feuerwehren gleichzeitig.

STAATLICH ANERKANNTE, GEMEINNÜTZIGE JUGEND- ORGANISATION

- ◆ 257.000 Mitglieder im Alter von 10 bis einschl. 17 Jahren
- ◆ 17.250 Jugendfeuerwehr-Gruppen

INHALTLICH EIGENSTÄNDIGE GLIEDERUNG DES DEUTSCHEN FEUERWEHRVERBANDES E.V.

Rechtliche Grundlagen:

- ◆ Kinder- und Jugendhilfegesetz
- ◆ Jugendordnung der Deutschen Jugendfeuerwehr
- ◆ Bildungsprogramm
- ◆ Feuerwehrgesetze der Länder

GEWINNUNG VON NACH- WUCHS FÜR DEN AKTIVEN FEUERWEHRDIENST

- ◆ 24.000 Übertritte per anno
- ◆ 400.000 junge Menschen (18 – 26 Jahre) in 25.000 Freiwilligen Feuerwehren (1.380.000 Mitglieder)

FLÄCHENDECKENDE ORGANISATION

- ◆ 470 Kreis- und Stadt-Jugendfeuerwehrwartinnen und -warte
- ◆ 16 Landes-Jugendfeuerwehrleitungen
- ◆ Jugendforum
- ◆ 6 Fachausschüsse
- ◆ Bundesjugendleitung

SELBSTSTÄNDIGE GESCHÄFTS- STELLEN DER LANDES-JUGEND- FEUERWEHREN IN FAST ALLEN BUNDESLÄNDERN,

mit ca. 10 hauptamtlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zur Unterstützung und fachlichen Beratung der Jugendfeuerwehren

INTERNATIONALE ARBEIT

- ◆ Führende Rolle innerhalb des Weltverbandes CTIF
- ◆ Regelmäßiger Austausch und Jugendbegegnungen mit über 28 Nationen (750.000 Jugendfeuerwehr-Mitglieder)

FEUERWEHRTECHNISCHE WETTBEWERBE

- ◆ Bundeswettbewerb
- ◆ Internationaler Wettbewerb des Weltverbandes CTIF (Comité Technique International de Prévention et d'Extinction du Feu)

LEISTUNGS- UND BILDUNGSNACHWEISE

- ◆ Leistungsspanne
- ◆ Jugendflamme

JUGENDARBEIT IN FORM EHRENAMTLICHER ARBEITSGREMIEN

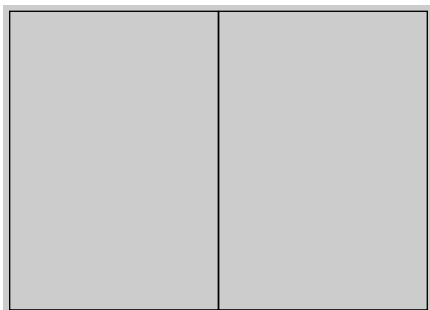
Zum Beispiel in den Bereichen Gewaltprävention, Wettbewerbe, Partizipation, Umweltschutz, Projektarbeit, Jugendpolitik, Bildung, Neue Medien, Internationale Begegnungen, Mädchen-/Jungenarbeit und Öffentlichkeitsarbeit

MEDIEN

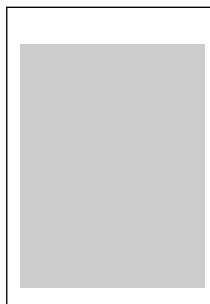
- ◆ Regelmäßiger Informationsdienst für Multiplikatoren in der Jugendfeuerwehrarbeit
- ◆ Monatliche Fachzeitschrift **Lauffeuer**, Auflage 12.000
- ◆ Internet: www.jugendfeuerwehr.de
- ◆ CD-ROM
Arbeitsmaterialien kompakt verpackt
- ◆ Arbeits- und Werbemittelsortiment
- ◆ Messen und Ausstellungen
- ◆ landesspezifische Informationsdienste

Gerne senden wir Ihnen zur umfassenden Information unsere aktuelle Imagebroschüre zu.

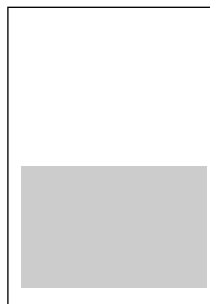
Anzeigenformate



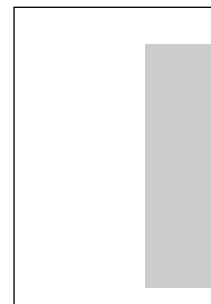
Doppelseite angeschnitten
420 x 297 mm



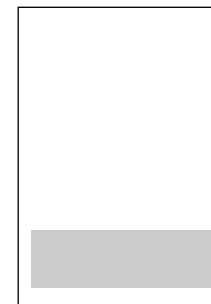
1/1 Seite
185 x 237 mm



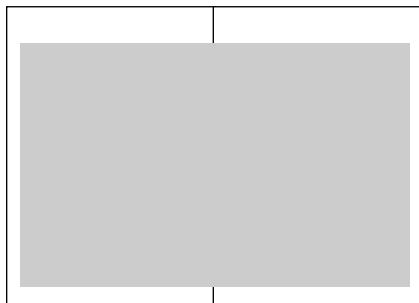
1/2 Seite quer
185 x 120 mm



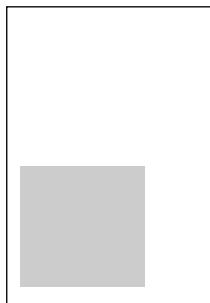
1/3 Seite hoch
60 x 240 mm



1/4 Seite quer
185 x 60 mm



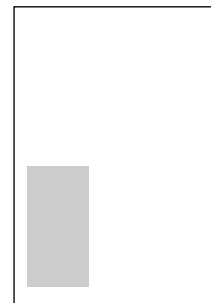
Doppelseite mit Bunddurchdruck
395 x 237 mm



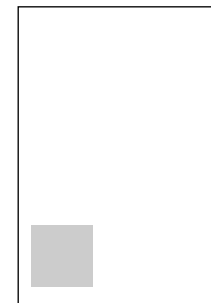
zweispaltig (1/2 hoch)
123 x 120 mm



zweispaltig (1/4 hoch)
123 x 60 mm



einspaltig (1/2 hoch)
60 x 120 mm



einspaltig (1/4 hoch)
60 x 60 mm

MEDIA DATEN:

11 Ausgaben jährlich
(Doppelausgabe 7/8)

Erscheinungsweise:

jeweils bis zum 5. eines
Monats
(Doppelausgabe: 5. Juli)

Auflage:

12.000

Buchungsschluss:

jeweils 35 Tage vor
Erscheinen

FORMATE

Zeitschriftenformat:

DIN A 4, 210 mm breit x
297 mm hoch

Satzspiegel:

186 mm breit x 237 mm
hoch

Spalten:

Drei Spalten à 60 mm
durchgehend 4-C Euroskala
60er Raster

FORMAT

BREITE x HÖHE

PREISE IN EURO ZZGL. MWST.

		s/w	4-C (Euroskala)
1/1 Seite	185 x 240 mm	971,00	1.790,00
1/2 Seite quer	185 x 120 mm	562,00	1.048,00
1/3 Seite hoch	60 x 240 mm	378,00	695,00
1/4 Seite quer	185 x 60 mm	317,00	583,00
zweispaltig (1/2 hoch)	123 x 120 mm	409,00	767,00
zweispaltig (1/4 hoch)	123 x 60 mm	215,00	399,00
einspaltig (1/2 hoch)	60 x 120 mm	215,00	399,00
einspaltig (1/4 hoch)	60 x 60 mm	128,00	230,00

AUFSCHLÄGE:

Anschnitt:
+ 10 %
Beschnittzugabe rundherum
3 mm bei ganzseitigem
Anschnitt

Plazierung:
Umschlagseite 4: + 20%
Umschlagseiten 2 o. 3: + 10%

Zusatzfarben:
sw + Skala: + 15%
Echtfarben auf Anfrage

NACHLÄSSE:

bei Abnahme innerhalb eines Jahres:
2 x : 5%
4 x : 10%
6 x und mehr: 20%

Zusatzkosten:

auf Anfrage/nach Aufwand für
Gestaltung und Satzkosten
Filmkosten bei Anlieferung
digitaler Daten zum
Selbstkostenpreis

BEILAGEN:

bis Format DIN A 4 bis 25 g:
128,00 Euro / 1.000 Expl.

je weitere 10 g zuzüglich
7,70 Euro / 1.000 Expl.

zuzüglich Gebühren laut
Postbestimmungen

Beilagenaufträge

werden nur nach vorheriger
Zusendung von 3 Mustern
angenommen.

Lieferanschrift für Beilagen:

DCM Druck Center
Meckenheim,
Eichelnkampstraße 2,
53340 Meckenheim

RUFNUMMERN FÜR ISDN-ÜBERTRAGUNG

Folgende Übertragungsmöglichkeiten sind vorhanden:

- ◆ **ISDN Leonardo Pro (Mac)**
Hauptanschluss, 2-Kanal
0 22 25 / 88 93 800

Wichtig:

Bitte vorher anmelden unter:
Telefon: 0 22 25 / 88 93 387

Außerdem muss eine Ansicht der Datei gefaxt werden an:
Telefax: 0 22 25 / 88 93 386

**Bei allen Belichtungen
unbedingt farbseparierten
Ausdruck mitliefern!**

PC-PROGRAMME

- ◆ **QuarkXPress 4.11 bis 6.5**
- ◆ **Adobe Indesign CS**
- ◆ **Adobe Pagemaker 6.5/7.0**

Schriften und evtl. Bilder separat mitliefern, Bilder nicht in die Layoutdateien einbetten.
Datenträger bitte beschriften und verwendete Programme angeben.

Offene Dateien aus CorelDRAW und Freehand können nicht verarbeitet werden, Anzeigen aus diesen Programmen bitte als EPS exportieren, Schriften vorher oder beim Export (CorelDRAW) in Pfade wandeln.

MAC-PROGRAMME

- ◆ **QuarkXPress 4.11 bis 6.5**
- ◆ **Adobe Indesign 2.0/CS**

Schriften und evtl. Bilder separat mitliefern, nicht in die Layoutdateien einbetten. Datenträger bitte beschriften und verwendete Programme angeben.

Offene Dateien aus Adobe Illustrator und Freehand können nicht verarbeitet werden, Anzeigen aus diesen Programmen bitte als EPS exportieren, Schriften vorher in Pfade wandeln.

PDF

Acrobat-4-kompatibel (PDF 1.3)
Alle Schriften einbetten.
Schwarzweiß oder 4-farbig
Euroscala (CMYK)

GENERELL

Die gleichzeitige Lieferung einer EPS- oder PDF-Datei mit eingebetteten bzw. in Pfade gewandelten Schriften zur Platzierung in QuarkXPress erhöht die Sicherheit der einwandfreien Datenübernahme.

Anzeigen aus Office-Programmen können nicht übernommen werden und werden als Neusatz behandelt.

◆ **Bildaufösungen**

300 dpi für Graustufen- und CMYK-Bilder
mindestens 800 dpi für Strichbilder

Bei ganzseitigen Anzeigen 3 mm Anschnitt rundum anlegen. PDF- und EPS-Dateien dann mit Passkreuzen erzeugen.

◆ **Farbanzeigen**

Digital übermittelte Druckunterlagen für Farbanzeigen können nur mit einem auf Papier gelieferten Farbproof zuverlässig verarbeitet werden. Ohne farbverbindlichen Proof sind Farbabweichungen möglich.

ALLGEMEINE GESCHÄFTS- BEDINGUNGEN

für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

Die nachstehenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen werden zur Anwendung im Anzeigen- und Fremdbeilagensgeschäft unverbindlich empfohlen. Es bleibt den Vertragsparteien unbenommen, abweichende Vereinbarungen zu treffen.

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Interessenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluß abzurufen. 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 der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen den gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlaß dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten

Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, daß dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluß mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne daß dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge 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. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, 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.
9. 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.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Läßt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluß und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seiner Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige 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.

14. 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 offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
15. 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 beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstöcke, Matrern und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
17. 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 durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die 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 v. H., bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren 15 v. H., bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren 10 v. H., bei einer Auflage über 500.000 Exemplaren 5 v. H. beträgt.

Darüber 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.

18. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Mißbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.
19. Matern werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. 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. 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.

21. Abweichend von Ziffer 17 berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagenveröffentlichungen, nur dann zu einer Preisminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage („Garantieauflage“) von bis zu 500.000 Exemplaren 10 v. H. und bei einer Auflage („Garantieauflage“) von über 500.000 Exemplaren 5 v. H. überschreitet. Die der Garantie zugrundeliegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IVW. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr aus dem Auflagendurchschnitt der vier Quartale vor dem Insertionsjahr, soweit nicht vom Verlag eine absolute Auflagenzahl als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengendaten und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisminderung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde. Die mögliche Auflagenminderung errechnet sich als Saldo der Auflagenüber- und Auflagenunterschreitung der belegten Ausgaben innerhalb des Insertionsjahres. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalgutschrift oder wenn dies nicht mehr möglich ist als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 5.000,- DM beträgt.

ZUSÄTZLICHE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

- a) Mit der Erteilung eines Anzeigenauftrages erkennt der Auftraggeber die Allgemeinen und die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Verlages an.
- b) Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er von den Auftraggebern irreführt wird.
- c) Voraussetzung für eine Provisionszahlung an Werbemittelhersteller ist, daß der Auftrag unmittelbar vom Werbemittelhersteller erteilt wird und Text bzw. Druckunterlagen auch von ihm geliefert werden. Die Werbemittelhersteller und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlerprovision darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- d) Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden nur für die innerhalb eines Jahres erscheinenden Anzeigen eines Werbungstreibenden gewährt. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige. Die Belegung von Bezirks- bzw. Teilausgaben oder sonstigen Verlagsdruckschriften mit eigenen Preisen gilt als gesonderter Auftrag; für die betreffende Ausgabe oder Kombination ist ein gesonderter Abschluss zu tätigen.
- e) Der Werbungstreibende hat rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Nachlaß, wenn er zu Beginn der Frist einen Abschluß getätigt hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Die Ansprüche auf Nachvergütung oder Nachbelastung entfallen, wenn sie nicht binnen drei Monaten nach Ablauf des Abschlussjahres geltend gemacht werden.
- f) Nicht sofort erkennbare Mängel der Druckunterlagen, die erst beim Druckvorgang deutlich werden, begründen für die Auftraggeber keinen Anspruch auf Zahlungsminderung oder Ersatz wegen ungenügenden Abdrucks.
- g) Änderungen oder Stornierungen sind schriftlich mit genauer Angabe des Textes und der Ausgabe spätestens bis zum Anzeigenschlusstermin zu übermitteln. Bei Abbestellung gehen ggf. bereits entstandene Herstellungs- oder Vorbereitungskosten zu Lasten des Auftraggebers.
- h) Unterläuft bei der Wiederholung einer Anzeige der gleiche Fehler wie in der ersten Veröffentlichung, so sind Ansprüche auf Zahlungsminderung oder Ersatz ausgeschlossen, wenn der Auftraggeber nach der ersten Veröffentlichung nicht sofort reklamiert hat.
- i) Platzierungswünsche werden nach den gegebenen Möglichkeiten berücksichtigt. Eine textanschließende Unterbringung blattbreiter Streifenanzeigen ist nur bei Formaten ab 200 mm Höhe und nur nach vorheriger Vereinbarung möglich. Die Auswahl bestimmter Textseiten und ein Abschluß von Wettbewerbsanzeigen können nicht verbindlich vereinbart werden.
- k) Für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit von Text und Bild der Anzeige übernimmt der Auftraggeber die Haftung; er hat den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu erstatten, und zwar nach Maßgabe der jeweiligen gültigen Preisliste.
- l) Änderungen der Anzeigenpreisliste werden mit dem Zeitpunkt des Inkrafttretens auch für laufende Aufträge wirksam.