

Check Up **Back.*Business***

NOVEMBER 2020

DAS ENTSCHEIDER-MAGAZIN FÜR DIE BACKBRANCHE

MEDIADATEN 2021

Verlag , Druck und Vertrieb

Verlagsgesellschaft Ottensen Stadtteilmagazin UG
(haftungsbeschränkt)
Ottensener Str. 8,
22525 Hamburg
Telefon: 040/30 68 52-0

Geschäftsführung & Anzeigen

Manfred Lehmann

Telefon 040/30 68 52-54
lehmann@back.business

Redaktion:

Paola Rentsch

Telefon 040/30 68 52-38
rentsch@back.business

Zahlungsbedingungen:

Für Anzeigen sofort nach
Rechnungserhalt netto Kasse.
Bei Vorauszahlung bis zum
Erscheinungstag 3 Prozent Skonto.

Anzeigenpreisliste Nr. 2021-1

gültig ab 1. Januar 2021.
Alle Preise verstehen sich
zuzüglich der jeweils gültigen
gesetzlichen Mehrwertsteuer

Check Up Back.Business

Die Lektüre der Top-Entscheider

Relevanz statt Streuverluste

- 1.** Response von 80 Prozent der angeschriebenen Top 100-Bäckereien zum Ranking der größten Backwarenfilialisten 2020. **Check Up Back.Business** setzt damit als Pionier Maßstäbe bei der Ansprache spitzer Zielgruppen. Schiere Reichweite erzeugt Streuverluste – hochwertige Profile generieren Absatzchancen, denn hier liegen die Ressourcen der Branche.
- 2.** Response von rund 65 Prozent der angeschriebenen Top 200-Bäckereien zum Ranking der größten Backwarenfilialisten. Ein Spitzenwert, den das Branchenmagazin **Check Up Back.Business** in einer klar definierten Zielgruppe erreicht.
- 3.** Response von rund 45 Prozent der angeschriebenen Top 1.000-Bäckereien. Ein bis dato unerreichter Spitzenwert. Tendenz steigend.

Die Leser von Check Up Back.Business gehören der Geschäftsführungsebene an. Damit entsprechen sie zu 100 Prozent Ihrer Zielgruppe!



Check Up Back.Business ergänzt und vertieft die Berichterstattung über das Backgewerbe durch zwei Spezialausgaben. Die Branche 2021 - im Überblick sowie Global 2021. Diese kommentieren die Branche, ordnen Themen ein und berichten über die neuesten Trends in Deutschland und weltweit.

Check up 2021

Erscheinungstermin: 24.07.2021

Anzeigenschluss: 02.07.2021

Die jährliche Bestandsaufnahme der Branche, Daten, Fakten, Prognosen und Meinungen zum Backgewerbe.

Global 2021

Erscheinungstermin: 18.12.2021

Anzeigenschluss: 01.12.2021

Die internationalen Backwaren-Märkte – inklusive des Rankings „Die umsatzstärksten Backwarenhersteller weltweit“.

Ihr Werbe-Vorteil: Die Spezialausgaben informieren weit über die Tagesaktualität der Branche hinaus. Damit bieten sie ein attraktives Werbeumfeld, das über einen längeren Zeitraum wirkungsvoll Bestand hat.

THEMEN & TERMINE 2021

Ausgabe	Erscheinungs-termin	Anzeigen-schluss	Themenschwerpunkte	Messen
BB 01	23.01.	12.01.	- Branchenbarometer 2021 - Backzutaten/Backmischungen - Bio-Zutaten, Bio-Produkte	BIOFACH/Vivaness e Special 17.02. - 19.02.
BB 02	27.02.	12.02.	- Snacks & Getränke (heiß + kalt) - Internorga-Vorbericht, - Innovative Verpackungslösungen	Internorga, Hamburg 12.-16.03. Interpack, Düsseldorf 25.2.-03.03.
BB 03	27.03.	15.03	- Highlights Internorga - Aktuelle Foodtrends - Logistik 4.0	Hannover Messe 12.-16.04.
BB 04	24.04.	12.04.	- Farben und Aromen - Energiemanagement, CO2-freie Produktion	
BB 05	29.05.	17.05.	- Top 200 - Ladenbau	
BB 06	26.06.	14.06.	- Filialmangement - Marketing - Dekore & Füllungen	

THEMEN & TERMINE 2021

Ausgabe	Erscheinungs-termin	Anzeigen-schluss	Themenschwerpunkte	Messen
BB 07 Check up 2021	24.07.	12.07.	- Spezialausgabe: Die Branche 2021 - ein Überblick - Exklusiv die 1.000 größten Backwarenbetriebe	
BB 08	28.08.	16.08.	- Teigaufbereitung Ersatz- und Austauschstoffe	
BB 09	25.09.	14.09.	- Backöfen - Iba-Vorbericht - Erntebericht	Anuga Köln 19-13.10. Iba München 24.-28.10.
BB 10	16.10.	04.10.	- Highlights der Anuga und Iba - Produktionstechnik - Nachhaltigkeitskonzepte - Recycling	
BB 11	27.11	15.11	- Nüsse, Saaten, Beeren - Versicherungen/Finanzen	
BB12 GLOBAL 2021	18.12	06.12.	- Spezialausgabe: Global 2021 Die größten Backwarenhersteller der Welt - Internationale Trends 2022	

ANZEIGENPREISE 2020

Anzeigenpreise	4c
1/1 Seite	2.500 €
4. Umschlagseite (U4)	2.900 €
2. Umschlagseite (U2)	2.700 €
2/3 Seite	2.100 €
1/2 Seite	1.900 €
1/3 Seite	1.700 €
1/4 Seite	1.450 €
1/8 Seite	1.250 €

Zusätzliche Sonderplatzierungen

(ohne Rabattabzüge)

Titelstreifen (Einzelbelegung) 1.600 €

Titelstreifen 1.250 €

(nur durchgängige Belegung im Abschlussjahr)

Eckfeld über Inhaltsverzeichnis 550 €

(Belegung mindestens jede 2. Ausgabe)

1/3 Seite neben Editorial 750 €

(Belegung mindestens jede 2. Ausgabe)

Beilagen Gesamtauflage (2.500 Exemplare): 1.800 €

+ z. Zt. gültige Postgebühren

In **Check Up Back.Business** konzentrieren Sie sich mit Ihren Anzeigen auf die **Kernzielgruppe der Entscheidungsträger** und erreichen diese **gezielt und ohne große Streuverluste!**

Umschlagfolder + Titelfolder	Auf Anfrage
Beilagenformate	Mindestformat: 148 x 105 mm Höchstformat: 210 x 297 mm
Versandanschrift	Verlagsgesellschaft Ottensen Stadtteilmagazin UG (haftungsbeschränkt) Ottensener Str. 8, 22525 Hamburg
Druckverfahren	Bogenoffset (Druckvorlage: black, cyan, yellow, magenta) + Euroskala nach DIN 16539
Druckdaten	Bitte senden Sie ein postscripffähiges PDF an: anzeigen@back.business.

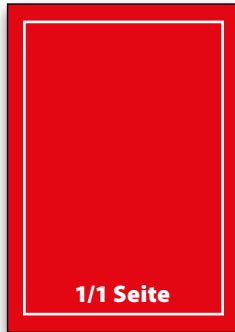
Bitte nennen Sie im Dateinamen: Unternehmen/Kunden/Ausgabe. Druckunterlagenchluss = Anzeigenschluss. **Wichtige Informationen** für die Anlieferung Ihrer Anzeigen. Auflösung mind. 300 dpi bei Originalbildgröße. Bei Anzeigen im Anschnitt: umlaufend 3 mm Beschnitt anlegen mit mindestens 5 mm Sicherheitsabstand zum Endformat. Enthalten die Druckdaten keinen oder einen weißen Beschnitt, behalten wir uns vor, Anzeigen kleiner zu veröffentlichen. Schriften müssen vollständig eingebettet oder in Kurven konvertiert werden. Farbmodus CMYK, FOGRA39 (ISO Coated V2) für gestrichene Papiere. Farbauftrag maximal 300 Prozent. Rechtschreib- und Satzfehler werden von uns nicht geprüft. Überdruckeinstellungen werden von uns nicht geprüft. Transparenzen aus CorelDraw müssen reduziert werden. Erstellen Sie Einzelseiten als PDF-Datei (Format X3 oder X4). Sonderfarben sind nicht möglich.

Nachlässe	Malstaffel (Kleinanzeigen bis 1/4 Seite)	
Bei Abnahme	3 Anzeigen	3 %
innerhalb eines	6 Anzeigen	5 %
Abschluss-Jahres	8 Anzeigen	10 %
	10 Anzeigen	15 %
	12 Anzeigen	20 %

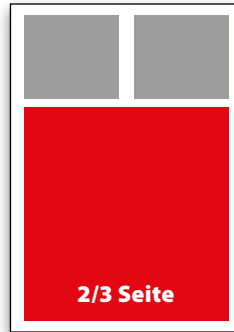
Heftformat: A4
Breite x Höhe: 210 x 297 mm

Satzspiegel (SP):
Breite x Höhe: 170 x 260 mm

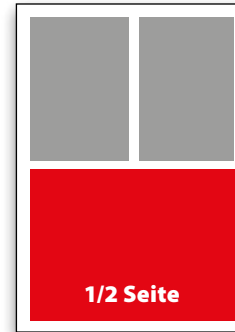
AS: Anzeigen im Anschnitt,
bitte je 3 mm Beschnitt
rundum.



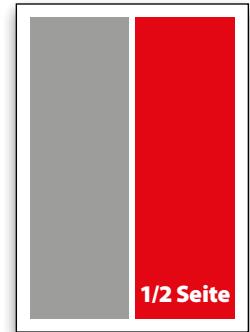
SP: 170 x 260 mm
AS: 210 x 297 mm



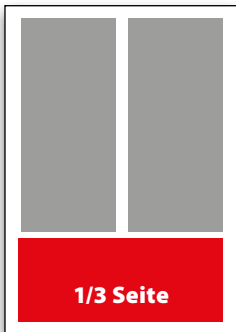
SP: 170 x 173 mm
AS: 210 x 198 mm



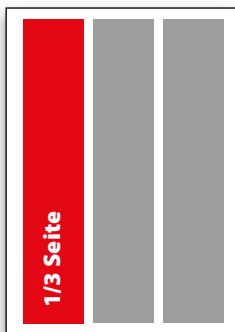
SP: 170 x 130 mm
AS: 210 x 149 mm



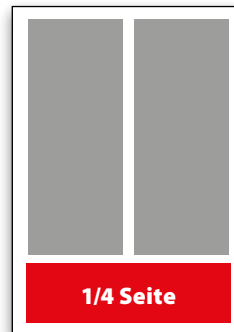
SP: 85 x 260 mm
AS: 105 x 297 mm



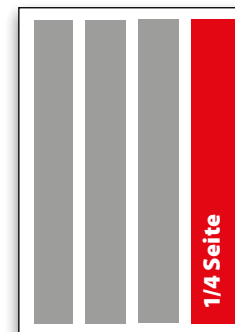
SP: 170 x 87 mm
AS: 210 x 100 mm



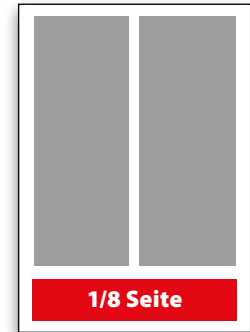
SP: 57 x 260 mm
AS: 70 x 297 mm



SP: 170 x 65 mm
AS: 210 x 75 mm



SP: 43 x 260 mm
AS: 53 x 297 mm



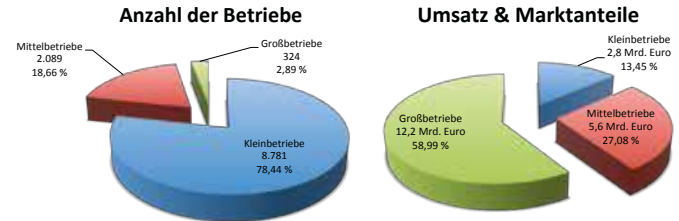
SP: 170 x 33 mm
AS: 210 x 37 mm

Die aktuell vorliegende Umsatzsteuerstatistik – Herstellung von Backwaren – zeigt es deutlich: Obwohl die Kleinbetriebe zahlenmäßig am stärksten in der Bäckerbranche vertreten sind, erwirtschaften sie nur rund 13 Prozent des gesamten Backwarenumsatzes (ohne Dauerbackwaren). Die Großbetriebe steigern hingegen kontinuierlich ihren Marktanteil. Der beträgt nun rund 60 Prozent.

Der Strukturbereinigungsprozess läuft auf Hochtouren weiter. Das Marktgeschehen wird von rund 2.400 Unternehmen geprägt, die die Wettbewerbsintensität in der Branche immer weiter steigern und diese Unternehmen tätigen mehr als 90 Prozent der gesamten Investitionen.

Für den Verbraucher prägen die großen, überregional tätigen Bäckereifilialisten das Bild. Und die noch stärker gastronomisch orientierten Unternehmen erobern die Gunst der Konsumenten.

Herstellung von Backwaren: Umsatzsteuerstatistik 2018



Der deutsche Backwarenmarkt gehört den Großbäckern und den großen Filialisten. Die Grenze zwischen Bäckerei und Gastronomie wird dabei immer durchlässiger. Kleine Betriebe haben am Markt nur dann noch eine Chance, wenn sie Nischen besetzen und ein Kontrastprogramm in Angebot und Preis bieten.

Großbäckereien, Bäckereifilialisten sowie profitstarke Kleinbetriebe sind die Kernzielgruppe des Branchenmagazines *Check Up Back.Business*.

Quelle: Statistisches Bundesamt

Informationen überfluten den Unternehmer aus allen Medien und aus allen Richtungen. Das Internet liefert auf Wunsch jede Sekunde neue Nachrichten. Der Unternehmer benötigt Orientierungshilfe: Welche Informationen sind wichtig für mein Unternehmen, wie beeinflussen sie meine Entscheidungen?

Check Up Back.Business – das Entscheider-Magazin für die Backbranche bietet dem Leser Orientierung.

Check Up Back.Business berichtet über das Backgewerbe, die Foodbranche und den Handel – national und international.

Check Up Back.Business beobachtet Marktentwicklungen und analysiert Verbraucherverhalten. Aktuelle Statistiken, selbst recherchierte Rankings, Entwicklungen in der Zulieferindustrie und branchenrelevante Auszüge aus dem Handelsregister ergänzen jede Ausgabe.

Check Up Back.Business stellt Informationen in einen größeren Zusammenhang, zeigt Hintergründe und Konsequenzen auf, analysiert und kommentiert. Nicht ausschließlich die Aktualität der Informationen – die daraus resultierenden Konsequenzen stehen im Mittelpunkt. „Wir machen das Backgewerbe transparent“

ist das erklärte Ziel unserer redaktionellen Arbeit.

Check Up Back.Business ergänzt und vertieft die Berichterstattung und bietet seinen Lesern damit wertvolles Praxiswissen als Zusatzservice aus erster Hand:

„Unter die Lupe genommen“

Als Schwerpunkt in unseren regelmäßigen Ausgaben berichten wir über branchenrelevante Themen in allen Facetten – mehr Hintergrundinformationen, Transparenz und Klarheit.

DIE ZIELGRUPPE

Check Up Back.Business wendet sich an die Inhaber und Geschäftsführer der Bäckereifilialisten und der Großbäckereien in Deutschland und im deutschsprachigen Ausland. Ebenso gehören die Inhaber profitstarker Kleinbetriebe sowie Führungskräfte des Großhandels und des Lebensmitteleinzelhandels – meist mit eigener Backwarenherstellung – zur Zielgruppe.

Auflagen-Analyse	Exemplare pro Ausgabe
Druckauflage	2.500
Tatsächlich verbreitete Auflage	2.449
Verkaufte Auflage	2.347
Wechselversand zu Werbezwecken	102
Rest-, Archiv- und Belegexemplare	51

Quelle: Verlagsangaben

Verbreitung nach Betriebstypen	Anteil in % an tats. verbreiteter Auflage
Produzierendes Backgewerbe (Bäckereien, Konditoreien, Großbäckereien)	74,2
Backwaren-Einzelhandel ohne eigene Produktion	1,9
Lebensmitteleinzelhandel (z. T. mit eigener Backwarenherstellung)	4,1
BÄKO	1,2
Zulieferer	8,8
Gastronomie, Fast Food	6,7
Sonstige*	3,1
Gesamt	100

Stand: Oktober 2020, durchschnittliche Ausgabe

* (u. a. Verbände, Berater, Banken)

ABONNEMENTS

Erscheinungsweise

12 Ausgaben im Jahr

Bezugspreis

Jahresabonnement 186 €

Halbjahresabonnement 99 €

(Inland und Ausland, zzgl. Versandkosten und MwSt.)

Mehrfachabonnements mit Rabatt

Voraussetzungen: 1 vollbezahltes Jahres-
Abonnement,
gleiche Rechnungsanschrift
(unterschiedliche Liefer-
anschriften sind möglich)

Rabattstaffel

1 – 9 zusätzliche 144 € pro Abonnement

Abonnements

ab 10 zusätzliche 96 € pro Abonnement

Abonnements

Die Kündigung des Abonnements ist mit einer Frist von zwei Monaten zum Ende des Bezugszeitraums möglich.

Vertrieb: Verlagsgesellschaft Ottensen Stadtteilmagazin UG.

(haftungsbeschränkt)

Check Up
Back.Business



GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungs-treibenden oder sonstigen Inserenten 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 genannten 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 dem gewährten und dem 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-Millimeterzeiten dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärmaßen 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 Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeige 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 Moders der Beilage und deren Bill-

gung 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 gewährt/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 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, Verschuldungen bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind auch bei telefonischer Auftragserteilung ausgeschlossen. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlages, seines gesetzlichen Vertreters und seines 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 auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgeltes 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 vierzehn 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 vereinbart ist.

Etwasige 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 Druckunterlagen 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 Preisermäßigung hergeleitet werden, wenn im Gesamtüberschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche gedruckte Auflage oder wenn eine Auflage nicht genannt ist - die durchschnittlich gedruckte Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der gedruckten Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Auftrag zurücktreten konnte.

18. Bei Zifferanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmannes an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Zifferanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Zifferanzeigen 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 Zifferdienstes zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

19. Druckunterlagen 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. Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers 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.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

a) Sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist, treten neue Tarife bei Preispassungen auch für laufende Aufträge sofort in Kraft, dies gilt gegenüber Nichtkaufleuten nicht bei Aufträgen, die innerhalb von vier Monaten nach Auftragsabschluss abgewickelt werden sollten.

b) Ab 30 000 mm Anzeigenraum ist Einzelkalkulation möglich.

c) Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen in Sonderbeilagen oder Kollektiven Sonderpreise und Sonderformate entsprechend der besonderen Gegebenheiten zu vereinbaren.

d) Die Werbungsmitler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit dem Werbungs-treibenden an die Preislisten des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

e) Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen des Auftraggebers nicht sofort erkennbar, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist.

f) Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt (Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeine Rohstoff- oder Energieverknappung und dergl.) sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, deren sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient, hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80 % der garantierten (bzw. bei Fehlen einer garantierten Auflage der normaler Weise verkauften) Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte (bzw. normaler Weise) verkaufte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

g) Sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen wird, ist der Auftraggeber allein verantwortlich für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der von ihm zur Verfügung gestellten Bild- und Textunterlagen. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter frei, die in diesem Zusammenhang etwa geltend gemacht werden.