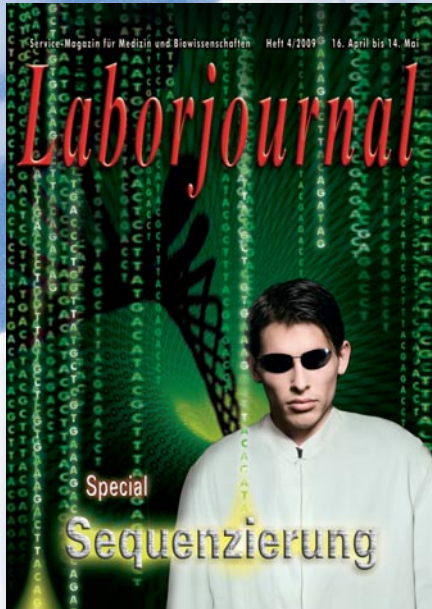


media information 2010

d



Laborjournal
online



media information 2010

d

Der Verlag

Der gute „alte“ Journalismus

Was als kleines, mutiges Regioprojekt in Freiburg und Basel begann, ist heute groß, stark und im gesamten deutschsprachigen Raum verbreitet. Inzwischen schreiben und recherchieren mehr als 30 Freie Mitarbeiter für *Laborjournal*. Dagegen dürfte sich die Zahl der Forscher, die *Laborjournal* nicht kennen, langsam der Null nähern.

Wie ist dieser Erfolg zu erklären?

Dieser Erfolg hat sicher viele Väter, aber was *Laborjournal* von anderen Zeitschriften im Dunstkreis der Bioforschung am meisten unterscheidet ist, dass hier wirklich Journalismus betrieben wird. Und zwar Magazinjournalismus. Also: gut recherchierte Artikel zu aktuellen Themen, Hintergrundberichte, Interviews, Portraits, kurz alles, was zu einem guten Nachrichtenmagazin gehört. Und das alles geschrieben, in einer klaren und unverquasteten Sprache.

Johannes Doehmer, ehemaliger Professor für Toxikologie und Gründer der Biotech-Firma GenPharmTox: „Sich aber trotz solider redaktioneller Arbeit das Image eines Simplicissimus für Wissenschaft und Forschung bewahrt zu haben und sich weiterhin Frisch, Frech, Frei und Fröhlich (4F) zu präsentieren, mit enormer Hilfe für die Underdogs und mit dämpfender Wirkung auf die Platzhirsche, macht den Erfolg von *Laborjournal* aus.“

Die forschenden Leser und Leserinnen danken es der Redaktion. Wo immer *Laborjournalisten* anrufen oder vorbeikommen, stoßen sie auf große Zustimmung und Ermutigung, auch in den vielen E-Mails und Briefen, die in der Redaktion eingehen. Die Forscher und Forscherinnen vor Ort wissen, dass *Laborjournal* auf ihrer Seite steht. Das belegt auch die große Anzahl an Informationen über Missstände oder Fehlverhalten, die der Redaktion vertrauensvoll übergeben werden.

„Heiße Eisen in der Forschung anzufassen und auch kritische Neuigkeiten in die Öffentlichkeit zu vermitteln – das hat sich das *Laborjournal* in den letzten 10 Jahren zur Aufgabe gemacht.“
Peter Gruss, Präsident der Max-Planck-Gesellschaft

Heiße Eisen und kritische Neuigkeiten gibt's auch auf *Laborjournal online* zu lesen. Hier kann man sich die Zeit zwischen zwei *Laborjournal*-Ausgaben mit aktuellen Artikeln und Kommentaren etwas verkürzen. Aber auch das Archiv mit den vielen nützlichen Rubriken sei empfohlen.

Dass auch dieses Angebot gerne wahrgenommen wird, zeigt die ständig steigende Anzahl an Seitenklicks. Hätten Sie etwas anderes erwartet?

media information 2010

Erscheinungsplan 2010

Heft	Erscheinungstag	Anzeigenschluss	Produktübersichten / Specials	Messen, Kongresse
1-2	17.02.	26.01.	<p><i>Produktübersicht</i> Mikrotiterplatten: „Plastiktellerchen“</p> <p>■ <i>Messevorbericht</i> Analytica</p>	
3	15.03.	22.02.	<p><i>Produktübersicht</i> Chromatographie-Systeme: „Trennungs-Spezialisten“</p> <p>■ <i>Messeausgabe</i> Analytica</p>	<p>■ Analytica München, 23.-26.3.</p>
4	22.04.	29.03.	<p><i>Produktübersicht</i> Partikel-basierte Zellassays: „Kügelchen für Zelltests“</p> <p>Special Milliardenmarkt Gendiagnostik: Auf der Suche nach dem krank machenden Gen</p>	<p>■ VAAM-Jahres- tagung, Hannover, 28.-31.3.</p>
5	19.05.	26.04.	<p><i>Produktübersicht</i> RNA-Isolierung: „Kopiensammler“</p>	
6	18.06.	27.05.	<p><i>Produktübersicht</i> Expressionsklonierungs-Kits: „Proteinmanufakturen“</p> <p>Special Laborautomation: Zertifikate, Normen und Barcodes</p>	
7-8	20.07.	28.06.	<p><i>Produktübersicht</i> Thermocycler: „Blockheizkraftwerke“</p>	
9	03.09.	12.08.	<p><i>Produktübersicht</i> Mikroplatten Washer: „Mikroplatten-Schrubber“</p> <p>■ <i>Messevorbericht</i> Biotechnica</p>	
10	01.10.	08.09.	<p><i>Produktübersicht</i> Protease-Inhibitoren: „Verklemmte Proteinhäcksler“</p> <p>■ <i>Messeausgabe</i> Biotechnica</p>	<p>■ Biotechnica Hannover, 5.-7.10.</p>
11	09.11.	15.10.	<p><i>Produktübersicht</i> Nukleinsäuren Labeling Kits: „Flagge zeigen“</p> <p>Special RNA-Interferenz: Von Regulation zur Therapie</p> <p>■ <i>Messeausgabe</i> Medica</p>	<p>■ Medica Düsseldorf, 17.-20.11.</p>
12	08.12.	16.11.	<p><i>Produktübersicht</i> Kinase Assays: „Phosphat-Transfer“</p>	

* Hinweis: Für Stellen- und Kongressanzeigen gilt ein späterer Anzeigenschluss (bis kurz vor Druckbeginn): Bitte erfragen unter Tel. 0761-2925885.

media information 2010

Anzeigenpreisliste Nr. 16 gültig ab 1. Oktober 2009

1 Zeitschriftenformat:

210 mm breit x 297 mm hoch, DIN A4

2 Satzspiegel:

180 mm x 260 mm

3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:

Rollenoffsetdruck, Klebebindung, 3 mm Beschnitt. Unsere Druckerei produziert CtP (Computer to Plate). Bevorzugt werden digitale Daten. Zur Datenanlieferung beachten Sie bitte Seite 7.

4 Termine:

Erscheinungsweise 10 x jährlich. Erscheinungstermin und Anzeigenschluss: siehe Termin- und Themenplan

5 Anzeigenabteilung:

Produkt-/Imageanzeigen Telefon: 06201 / 290 92-0
Telefax: 06201 / 290 92-20
E-Mail: info@top-ad-online.de
www.top-ad-online.de

Stellenanzeigen Telefon: 0761 / 292 5885
Telefax: 0761 / 357 38
E-Mail: stellen@laborjournal.de

6 Zahlungsbedingungen:

Zahlung sofort ohne Abzug

7 Anzeigenformate und Preise in Euro:

Format	Breite x Höhe in mm	Grundpreis s/w
1/1 Seite	180 x 260	€ 3.520,-
Junior Page	135 x 190	€ 2.040,-
1/2 Seite	90 x 260 <i>oder</i> 180 x 130	€ 1.940,-
1/3 Seite	60 x 260 <i>oder</i> 180 x 85	€ 1.350,-
1/4 Seite	90 x 130 <i>oder</i> 180 x 65	€ 1.020,-
1/6 Seite	60 x 130 <i>oder</i> 180 x 40	€ 700,-
1/8 Seite	90 x 65 <i>oder</i> 180 x 32,5	€ 580,-

8 Vorzugsplatzierungen:

2., 3., 4. Umschlagseite € 3.900,-
Andere Platzvorschriften, soweit erfüllbar:
10% Zuschlag auf den Grundpreis s/w

9 Farbzuschläge (nicht rabattierfähig):

Zuschlag pro (sichtbarer) Farbe nach Euro-Skala	€ 380,-
Zuschlag für 4-Farbanzeige	€ 1.080,-
Sonderfarbe	€ 700,-

(Eine Sonderfarbe, die aus einem 4-Farbdruck gedruckt werden kann, wird mit dem Zuschlag nach Euro-Skala von € 380,- berechnet)

10 Zuschlag für Sonderformate:

Für angeschnittene Anzeigen (nicht rabattierfähig) € 150,-

Sichtbares Format ist das Zeitschriftenformat DIN A4. 3 mm werden an allen Seiten maschinell abgeschnitten, damit kein weißer Rand entsteht. Bitte legen Sie die Daten mit den rechts aufgeführten Maßen an.

Druckformat (Breite x Höhe)	3 mm Beschnitt	Datenformat
1/1 Seite: 210 x 297	oben, unten, rechts u. links	216 x 303
1/2 Seite hoch: 102 x 297	oben, unten u. rechts	105 x 303
1/2 Seite quer: 210 x 148	unten, rechts u. links	216 x 151
1/3 Seite hoch: 70 x 297	oben, unten u. rechts	73 x 303
1/3 Seite quer: 210 x 99	unten, rechts u. links	216 x 102

11 Preise für Stellen- und Kongressanzeigen (nicht rabattierfähig):

Fließtextanzeigen (ohne Rahmen, ohne Logo):

€ 12,- pro Zeile (die Zeile etwa 70 Zeichen)

Anzeigen mit Logo und Rahmen

Format	Breite x Höhe in mm	Grundpreis s/w
1/1 Seite s/w	185 x 260	€ 1.850,-
1/2 Seite s/w	90 x 260 <i>oder</i> 185 x 130	€ 990,-
1/3 Seite s/w	90 x 195	€ 710,-
1/4 Seite s/w	90 x 130	€ 570,-
1/6 Seite s/w	90 x 100	€ 400,-
1/8 Seite s/w	90 x 65	€ 320,-

Bei Stellenanzeigen mit Logo und Rahmen ist eine Veröffentlichung auf unserer Homepage am Erscheinungstag des Heftes inklusive.

12 Rabatte:

bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten jeweils auf den s/w-Grundpreis:

ab 3 Anzeigen = 5 %	ab 6 Anzeigen = 10 %
ab 9 Anzeigen = 15 %	ab 12 Anzeigen = 20 %

Bitte beachten Sie: Auf Stellenanzeigen gewähren wir keine Rabatte.

13 Einhefter:

2-seitig (DIN A 4), 216 x 303 mm € 4.400,-

4-seitig (2 x DIN A 4), 432 x 303 mm € 5.300,-

Einhefter sind unbeschnitten anzuliefern. Technische Daten erhalten Sie bei Auftragserteilung. Beihefter werden nach der Mengenstaffel rabattiert. Unabhängig vom Umfang gilt 1 Beihefter als 1 Anzeige.

14 Beilagen (nicht rabattierfähig):

Max. 6 Beilagen pro Ausgabe möglich.

bis 25 g	€ 5.330,-
bis 50 g	€ 5.800,-

Vorlage eines Musters vor Auftragsannahme erforderlich.

15 Versandanschrift für Einhefter und Beilagen:

Beilagen und Einhefter senden Sie bitte bis spätestens 10 Tage vor Erscheinungstermin an: Stürtz GmbH, z. Hd. Frau Morgenstern, bestimmt für Laborjournal/Lab Times Ausgabe Nr. ..., Lager, Einfahrt 1, Alfred-Nobel-Str. 33, D-97080 Würzburg, Anlieferungszeiten: Mo-Fr 6.30 – 19.30 h

media information 2010

Redaktion / Verlag

1 Kurzcharakteristik:

Laborjournal informiert erfrischend und zupackend über Aktuelles aus der Life-Science-Branche. Hintergrundberichte, Forschungsergebnisse, Firmenportraits, Glossen und Kommentare, regionale Informationen, Comics, Cartoons und Zitationsvergleiche sind die Basis für den durchschlagenden Erfolg von *Laborjournal* bei seinen Lesern. Geschätzt werden auch die Service-Angebote: großer Stellenmarkt, Veranstaltungskalender, Produktübersichten, Neues aus der Industrie, Buchbesprechungen.

2 Organ: –**3 Mitgliedschaften:** –**4 Herausgeber:**

LJ-Verlag

5 Redaktion:

Dipl. Biol. Kai Herfort, Dipl. Biol. Winfried Köppelle, Dr. Ralf Neumann, Dr. Hubert Rehm, Dipl. Biol. Lara Winckler
LJ-Verlag, Alte Straße 1, D-79249 Merzhausen,
Tel. 0761 / 286 893, Fax 0761 / 357 38,
E-Mail: redaktion@laborjournal.de

6 Anzeigen:*Produkt-/Imageanzeigen*

top-ad Bernd Beutel, Hammelbächer Straße 30, D-69469 Weinheim
Tel. 06201 / 290 92-0, Fax 06201 / 290 92-20,
E-Mail: info@top-ad-online.de, Web: www.top-ad-online.de

Stellen- und Kongressanzeigen

LJ-Verlag, Alte Straße 1, D-79249 Merzhausen
Tel. 0761 / 292 5881, Fax 0761 / 357 38, E-Mail: stellen@laborjournal.de

7 Jahrgang: 16. Jahrgang 2010, Erscheinungsweise: 10 Ausgaben**8 Verlag:**

LJ-Verlag, Alte Straße 1, D-79249 Merzhausen

9 Telefon/Fax: Tel. 0761 / 286 869, Fax 0761 / 357 38**10 Internet:** www.laborjournal.de**11 Termin- und Erscheinungsplan:** siehe Anlage**12 Bezugspreise:**

Kostenlos für deutsche Non-Profit-Institute. Private Abonnements:
€ 28 / Jahr (Inland), € 33 / Jahr (Europa) bzw. € 39 / Jahr (Übersee)

6

media information 2010

Anlieferung der Druckunterlagen

1 Bitte senden Sie uns Ihre Druckunterlagen zum jeweiligen Anzeigenschlusstermin.

2 Stellen- und Kongressanzeigen:

LJ-Verlag, Alte Straße 1, D-79249 Merzhausen, Fax +49(0)761-35738
per E-Mail: stellen@laborjournal.de

3 Produkt-/Imageanzeigen:

top-ad Bernd Beutel, Hammelbächer Straße 30, D-69469 Weinheim

CD-Rom: mit farbverbindlichem Proof an **top-ad**PDF: an **info@top-ad-online.de**

per FTP: Server: ftp.stuertz.de / Login: ljuv / Passwort: sFg045C

Stürtz GmbH, Ansprechpartner: Frau Sonja Gehrig,
Tel. +49(0)931-385 356, Fax +49(0)931-385 11356

Bitte den Vermerk unter Betreff einfügen: „Laborjournal Ausgabe...“

4 Anlieferungshinweise für DTP-Daten:

Apple Macintosh: Quark XPress 4.11 - 6.5, InDesign CS3,
Illustrator CS3, Freehand MX

Windows-PC: Quark XPress 5.0, InDesign CS3, Illustrator CS3

5 Wichtige Hinweise – bitte beachten*Dokumentformate:*

– Legen Sie Ihre Dokumente immer in der Endgröße 1:1 an.

– Beachten Sie, dass das Dokumentenformat das Nettoformat ist und der Randanschnitt jeweils 3 mm über die Seitenkante hinausläuft.

Bilddaten: Farbbilder und Logos sind CMYK-separiert
(nicht RGB, nicht indiziert).

Bildauflösung: mind. 300 dpi

bei offenen Dateien: Alle Elemente (CMYK-Modus) immer mitliefern,
auch Schriften.

bei PDF-Dateien:

– Erstellen Sie PDFs im Composite-Modus (farbige Ansicht).

– Benutzen Sie zum Erstellen Ihrer PDF-Dateien den Acrobat Distiller.

– Deaktivieren Sie im Distiller das Farbmanagement.

– Wenn Sie mit InDesign ab Version CS 2 oder CS3 arbeiten, erstellen Sie bitte aus dem Programm direkt ein PDF (Adobe PDF-Vorgaben).

– Fordern Sie die Distiller-Settings und Adobe PDF Vorgaben direkt bei Stürtz an: „Lj-Verlag@stuertz.de“.

7

media information 2010

Auflagen- und Verbreitungsanalyse

1 Auflagenanalyse:

	Exemplare
Druckauflage (Zeitraum 2. Quartal 2009):	28.500
Tatsächlich verbreitete Auflage:	28.350
Abonnements:	3.002
Freistücke:	25.348
Rest-, Archivexemplare:	150

2 Geografische Verbreitungsanalyse:

Bundesrepublik Deutschland	25.503
Schweiz	1.536
Österreich	1.311

3 Branchen Wirtschaftszweige:

Universitäts-Institute	28,6 %
Nicht-universitäre Institute (Max-Planck-Institut, Leibnitz-Gesellschaft, Forschungszentren, Bundesanstalten,...)	15,7 %
Universitätskliniken (Forschungslabors, Vorklinik,...)	17,3 %
Angrenzende Gebiete (Pharmakologie, Pharmazeutik, Chemie, ...)	9,2 %
Industrie (Pharma, Biotech,...)	27,5 %
Sonstige (Bibliotheken, TA-Schulen, Presse,...)	1,7 %

4 Zielgruppe:

Unsere Leser sind:

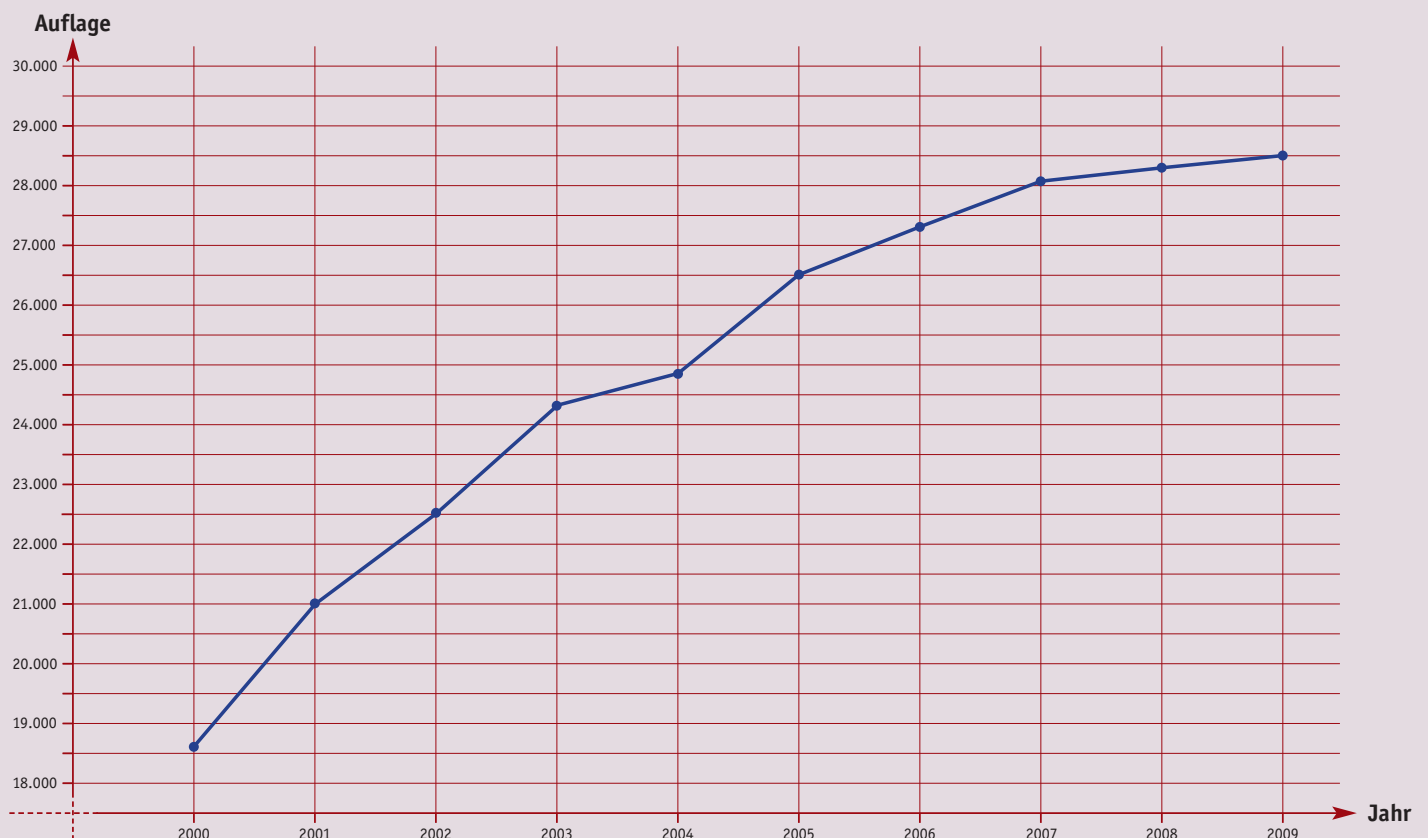
- Diplomanden
- Doktoranden
- Postdoktoranden
- Laborleiter
- Institutsleiter
- Oberärzte
- Mitarbeiter klinischer Forschungslabors
- Wissenschaftliche Mitarbeiter der Industrie
- Firmengründer
- Technische Angestellte

Biowissenschaftler und Mediziner in:

- Universitäten
- Universitätskliniken
- Freien Instituten (MPI, FMI, DKFZ,...)
- Forschungslaboratorien der Industrie
- Biotechnik-Firmen
- Routinelaboratorien

8

5 Auflagenentwicklung



9

media information 2010 online

Anzeigenpreisliste Nr. 7 gültig ab 1. Oktober 2009

1 Kopfbanner:

Umfeld	Platzierung	Format	Preise/Monat
Homepage	links, Mitte, rechts	300 x 100 Pixel	€ 1.080,-
Pro sonstige Seite	links, Mitte, rechts	300 x 100 Pixel	€ 670,-

2 Button:

Umfeld	Platzierung	Format	Preise/Monat
Homepage	rechts	200 x 150 Pixel	€ 1.080,-
Pro sonstige Seite	rechts	200 x 150 Pixel	€ 670,-

3 Stellenanzeigen Textformat (nicht rabattierfähig):

Textlänge	Preis/Monat	Textlänge	Preis/Monat
bis 1000 Zeichen	€ 80,-	bis 1500 Zeichen	€ 105,-
bis 2000 Zeichen	€ 130,-	bis 2500 Zeichen	€ 155,-
bis 3000 Zeichen	€ 180,-	bis 4000 Zeichen	€ 205,-

4 Stellenanzeigen pdf-Format (nicht rabattierfähig):

Anzeigen mit Logo und Rahmen (max. 60 kB): € 330,-/Monat

5 Statistik:

Neu: Mit Nutzernamen und Kennwort ist es für Online-Kunden jederzeit möglich, die Pageimpressions und die Click-through-rate (CTR) online abzurufen.

6 Click-through-rate:

Im August 2009 erzielten die Banner/Button eine durchschnittliche Click-through-rate von 3,7%. Dies ist eine außerordentlich hohe Beachtung der Banner. Wir empfehlen bei Schaltung von Jahresaufträgen die Banner öfter zu wechseln, dies führt zu einer höheren Click-through-rate.

7 Entwicklung der Nutzung:

Laborjournal online erzielte im 1. Halbjahr 2009 (Januar bis Juni) durchschnittlich pro Monat 232.876 Pageimpressions und 61.039 Visits.

8 Rabatte:

ab Jahresumsatz € 2.000: 5 % ab Jahresumsatz € 5.000: 10 %
ab Jahresumsatz € 10.000: 15 % ab Jahresumsatz € 15.000: 20 %

Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

10

media information 2010 online

Technische Details

1 Buchungsschluss und Datenanlieferung (Banner, Button):

Produkt-/ Imageanzeigen mindestens eine Woche vor Schaltbeginn per CD-Rom oder E-Mail an info@top-ad-online.de. Für Inhalt, Produktion und die rechtzeitige Anlieferung ist der Auftraggeber verantwortlich.

2 Dateiformate (Banner, Button):

jpg-Format, gif-Format,
maximale Datengröße: 60 KB
Banner: 300 x 100 Pixel
Button: 200 x 150 Pixel

3 Anlieferadresse (Banner, Button):

top-ad Bernd Beutel
Hammelbacher Straße 30, D-69469 Weinheim
Tel. 06201 / 290 92-0
Fax 06201 / 290 92-20
E-Mail: info@top-ad-online.de
Web: www.top-ad-online.de

4 Stellenanzeigen im Textformat:

Stellenanzeigen im Textformat können Sie direkt auf dem Stellenmarkt unserer Homepage eingeben. Bitte beachten Sie, dass dann die Rechnung von unserem Partner, der F&R Internet Agentur, kommt.

5 Stellenanzeigen im pdf-Format:

Gerne veröffentlichen wir auch gestaltete Anzeigen im pdf-Format. Eine PDF-Anzeige darf eine Seite enthalten, maximales Format ist DIN A4, maximale Dateigröße ist 60 kB. Wenn Sie eine solche PDF-Anzeige schalten möchten, rufen Sie uns bitte an (Tel. 0761-2925885) oder senden Sie diese per E-Mail an stellen@laborjournal.de. Geben Sie bitte die gewünschte Laufzeit (in Monaten, Mindestlaufzeit 1 Monat) an und Ihre Rechnungsadresse.

6 Zahlungsbedingungen:

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der F&R Internet Agentur (<http://www.laborjournal.de/fragb.html>) und des LJ-Verlags (<http://www.laborjournal.de/ljagb.html>). Zahlbar sofort nach Rechnungslegung ohne Abzug.

11

media information 2010 online

Redaktion / Webmaster

1 Kurzcharakteristik:

Laborjournal online liefert direkt aus der *Laborjournal*-Redaktion ständig neue Berichte und Kommentare zu aktuellen Geschehnissen in den Life Sciences. Darüber hinaus bietet es einen großen Fundus an *Laborjournal*-Inhalten: Methoden, Tipps und Tricks, Rankings, Produktübersichten und viele andere beliebte Serien. Dazu kommt ein großer Servicebereich: der Stellenmarkt, sowie der Vortrags- und der Kongresskalender, das *Laborjournal*-Bestellmodul, der LJ-Shop und vieles mehr.

2 Verantwortlicher Webmaster:

Dr. Carsten T. Rees, F & R Internet-Agentur, Zikadenweg 4, D-79110 Freiburg, Tel. 0761 / 1563 461
E-Mail: webmaster@laborjournal.de

3 Redaktion:

Dr. Hubert Rehm, Dipl. Biol. Winfried Köppelle, Dr. Ralf Neumann
LJ-Verlag, Alte Straße 1, D-79249 Merzhausen
Tel. 0761 / 286 893, Fax 0761 / 357 38,
E-Mail: redaktion@laborjournal.de

4 Anzeigen:

Produkt-/Imageanzeigen (Banner, Button)
top-ad Bernd Beutel, Hammelbacher Straße 30, D-69469 Weinheim
Tel. 06201 / 290 92-0, Fax 06201 / 290 92-20,
E-Mail: info@top-ad-online.de, www.top-ad-online.de

Stellenanzeigen im Textformat

F & R Internet-Agentur, Zikadenweg 4, D-79110 Freiburg,
Tel. 0761 / 1563 461
E-Mail: webmaster@laborjournal.de

Stellenanzeigen im pdf-Format

LJ-Verlag, Alte Straße 1, D-79249 Merzhausen
Tel. 0761 / 292 5885, Fax 0761 / 357 38,
E-Mail: stellen@laborjournal.de

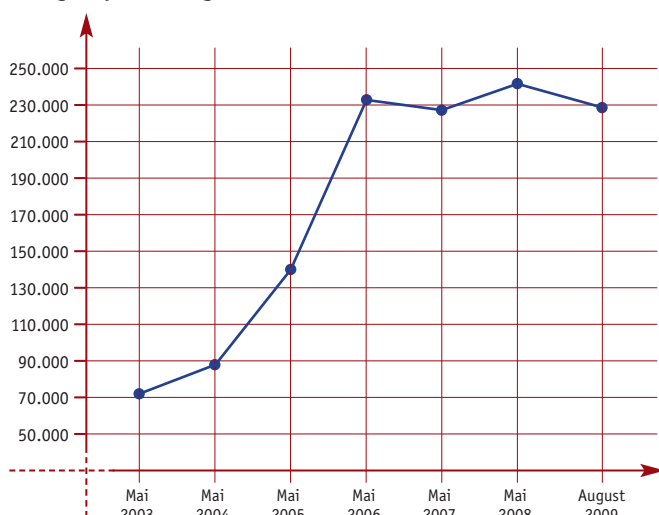
5 Internet: www.laborjournal.de

12

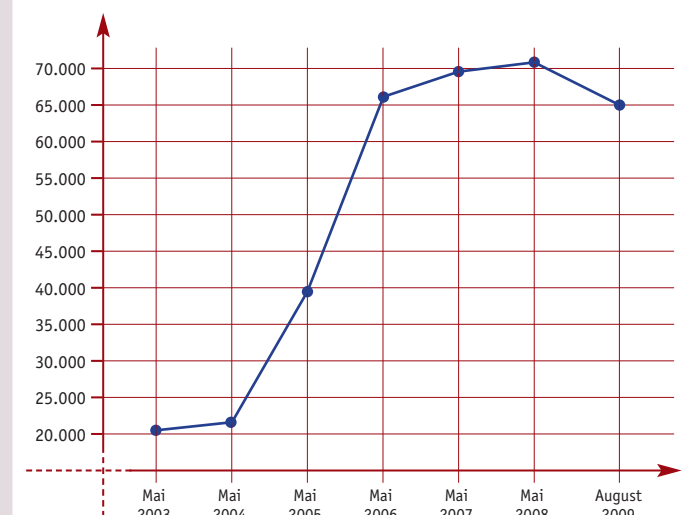
media information 2010 online

Zugriffszahlen

1 Pageimpressions gesamt:



2 Visits:



13

media information 2010

Allgemeine Geschäftsbedingungen

- 1** „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden 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 abzurufen 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 dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höhere Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
- 5** Betrifft Textteilanzeigen. Für Zeitschriften nicht zutreffend.
- 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** 1. Absatz betr. Textteilanzeigen. Für Zeitschriften nicht zutreffend. 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 Geschäfts-

- 12** Betrifft Textteilanzeigen. Für Zeitschriften nicht zutreffend.
- 13** 1. Absatz betr. Rechnungsregelung bei Zeitungen. Für Zeitschriften nicht zutreffend. 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 lt. Preisliste 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** Ziffer 17 entfällt bei Titeln mit heftbezogenen Auflagen, siehe Ziffer 21.
- 18** Betr. Ziffernanzeigen. Unzutreffend.
- 19** Betr. Maternaufbewahrung. Unzutreffend.
- 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 Freiburg. 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 Freiburg vereinbart.
- 21** Auflagenminderung bei Titeln mit heftbezogenen Auflagen.
Abweichend von Ziffer 17 berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagen veröffentlichen, nur dann zu einer Preisminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage von bis zu 500.000 Exemplaren 10 v.H. überschreitet (Schwankungsbreite).
Die Höhe der Preisminderung errechnet sich aus der prozentualen Abweichung von der garantierten Auflage abzüglich der nach Absatz 1 berechneten zulässigen Schwankungsbreite.
Die der Garantie zugrundeliegende Auflage ist die gesamte verteilte Auflage. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengentabelle 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.

stellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters 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.
Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadenersatzansprüche 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 Verlegers, 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 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. 14

Die mögliche Auflagenminderung errechnet sich als Saldo der Auflagenüber- und Auflagenunterschreitungen 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 2.500,- Euro beträgt.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

- a) Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlervergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden. Anzeigenaufträge durch eine Agentur werden in deren Namen und auf deren Rechnung angenommen.
- b) Die allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Bekleber, Beihelfer oder technische Sonderausführungen. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.
- c) Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge. Dies gilt gegenüber Nicht-Kaufleuten nicht bei Aufträgen, die innerhalb von vier Monaten nach Vertragsabschluss abgewickelt werden sollen.
- d) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen stornierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu.
- e) Anzeigen, die das Layout der Zeitschrift imitieren, in der sie erscheinen sollen, lehnt der Verlag ab. Anzeigen, die wie redaktionelle Beiträge aussehen, müssen mit einem schwarzen Rahmen umrandet sein und rechts oben den Vermerk „Anzeige“ in einer mindestens 12 Punkt großen Schrift enthalten.
- f) Bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt (z.B. Arbeitskämpfe, Beschlagnahme u. dgl.) hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80 Prozent der garantierten Auflage erfüllt sind. Geringere Leistungen sind nach Tausender-Seitenpreis gemäß der garantierten Auflage zu bezahlen.
- g) Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet 3 Monate nach Erscheinen der jeweiligen Anzeige, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist.
- h) Vor Drucklegung werden keine Maschinenandrucke versandt.
- i) Die Übersendung von mehr als 2 Farbvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus. Der Verlag muss sich die Berechnung entstehender Mehrkosten vorbehalten.
- j) Der Verlag behält sich vor, in Ausnahmefällen Anzeigen mit Gutscheinen auch Rücken an Rücken zu platzieren.
- k) Zu Beginn einer neuen Geschäftsverbindung behält der Verlag sich vor, Vorauszahlung bis zum Anzeigenschlusstermin zu verlangen.