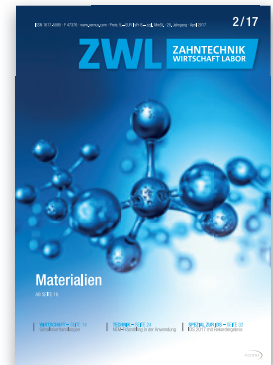


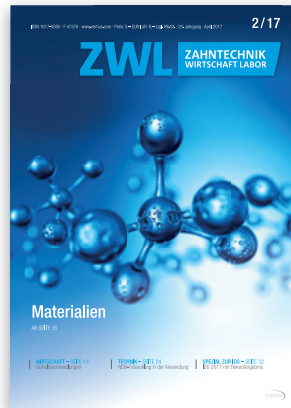
ZWL Zahntechnik Wirtschaft Labor

MEDIADATEN 2018

Preisliste gültig ab 01.01.2018



Die Titelcharakteristik der ZWL Zahntechnik Wirtschaft Labor



Seit 20 Jahren ist die ZWL Zahntechnik Wirtschaft Labor die bevorzugte Informationsquelle des zahntechnischen Laborinhabers und Ratgeber für Praxislabore zu allen fachlichen und wirtschaftlichen Aspekten der modernen Laborführung. 10.000 Labore im gesamten Bundesgebiet können sich in sechs Ausgaben jährlich über aktuelle Entwicklungen und

Trends in der Zahntechnik informieren. Anwenderorientierte Fachartikel, Marktübersichten und umfassende Updates aus der Dentalindustrie bieten dem Laborinhaber einen optimalen Überblick über aktuelle Entwicklungen. Zudem inspirieren Themen aus dem Bereich Laborführung und -marketing zu unternehmerischem Denken und Handeln.

Ständige Redaktionsthemen und Rubriken mit Schwerpunktthemen

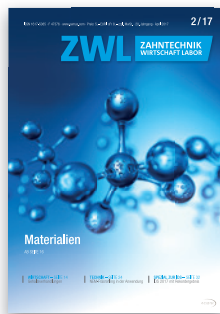
- | | |
|-------------------|--|
| Wirtschaft | Die Themen des Laboralltags bestimmen den Wirtschaftsteil. Dargestellt werden präzise Analysen und Expertenmeinungen zu Investitionen in Zukunftstechnologien und deren Integration in das zahntechnische Labor von heute. |
| Technik | Die Technik-Rubrik gibt praktische Handlungsanweisungen für den Laboralltag. Produktneuheiten werden unter Verarbeitungs- und Wirtschaftlichkeitsgesichtspunkten vorgestellt und beurteilt. |
| Produkte | In dieser Rubrik werden innovative Laborprodukte umfassend, aktuell und übersichtlich vorgestellt. Die kurzen und prägnanten Texte unterstützen den Laborinhaber bei der Kaufentscheidung. |
| News | Diese Rubrik widmet sich dem Thema Fortbildungen, stellt Firmen vor und informiert über die wichtigsten Veranstaltungen im zahntechnischen Segment. |

Erscheinungstermine und Schwerpunktthemen ZWL Zahntechnik Wirtschaft Labor

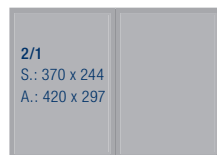
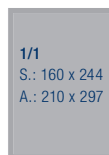
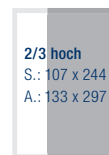
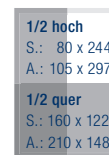
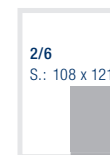
Auflage: 10.000 Exemplare

AUSGABE	REDAKTIONSSCHLUSS	ANZEIGENSCHLUSS	ERSCHEINUNGSTERMIN	SCHWERPUNKTTHEMA
1/2018	15. Januar	02. Februar	16. Februar	Prothetik
2/2018	19. März	06. April	20. April	Materialien
3/2018	22. Mai	08. Juni	22. Juni	Ästhetik
4/2018	16. Juli	03. August	17. August	Digitale Zahntechnik
5/2018	12. September	28. September	12. Oktober	Laboreinrichtung
6/2018	05. November	23. November	07. Dezember	Funktion

Anzeigenpreise

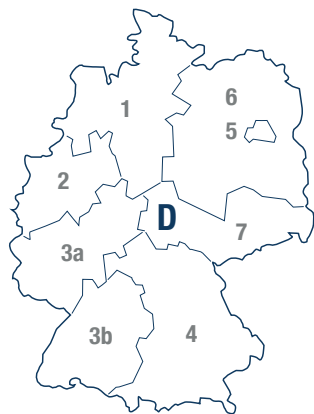


GRÖSSE	DRUCKFORMAT (BXH) = REPROFORMAT*		PREISE IN €	
in Seitenteilen	Satzspiegel in mm	Anschnitt in mm	s/w	4c
2/1	370 x 244	420 x 297	5.140,-	5.950,-
2 x 1/2 quer		420 x 148	3.140,-	3.950,-
1/1	160 x 244	210 x 297	2.140,-	2.950,-
2/3 hoch	107 x 244	133 x 297	1.640,-	2.450,-
1/2 hoch	80 x 244	105 x 297	1.340,-	2.150,-
1/2 quer	160 x 122	210 x 148	1.340,-	2.150,-
1/3 hoch	53 x 244	70 x 297	940,-	1.750,-
1/3 quer	160 x 83	210 x 99	940,-	1.750,-
2/6, 2-spaltig	108 x 121		940,-	1.750,-
1/6 hoch, 1-spaltig	51 x 121		640,-	1.450,-
1/6 quer, 2-spaltig	108 x 51		640,-	1.450,-



* Reproformate für Datenanlieferung + 3mm Beschnitt, wenn Format im Anschnitt. Anschnittgefährdete Text- oder Bildelemente sollten wegen möglicher Beschnitttoleranzen jeweils mindestens 7mm vom beschnittenen Endformat nach innen gelegt werden. Weitere Anzeigenformate auf Anfrage. Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen.

Verbreitungsanalyse



- 1** Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein, Niedersachsen
- 2** Nordrhein-Westfalen
- 3a** Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland
- 3b** Baden-Württemberg
- 4** Bayern
- 5-7** Berlin und neue Bundesländer

GESAMTVERBREITUNG DEUTSCHLAND

	%	Exemplare
Nielsen-Gebiet 1	14,1	1.409
Nielsen-Gebiet 2	21,6	2.162
Nielsen-Gebiet 3a	14,3	1.428
Nielsen-Gebiet 3b	13,9	1.390
Nielsen-Gebiet 4	16,4	1.640
Nielsen-Gebiet 5-7	16,2	1.621
Tatsächlich verbreitete Auflage (TvA)	96,5	9.650

Zuschläge

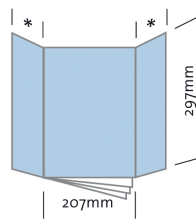
VORZUGSPLATZIERUNGEN UND ZUSCHLÄGE

Titelseite		auf Anfrage
Umschlag außen	(Voraussetzung 1/1 Anzeige)	770,- €
Umschlag innen	(Voraussetzung 1/1 Anzeige)	610,- €
1. Heftinnenseite	(Voraussetzung 1/1 Anzeige)	510,- €
Rückentitel	(einzeilig, 20 Punkt)	970,- €

Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen.

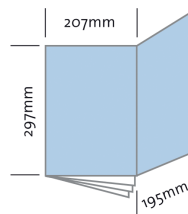
Sonderwerbeformen¹

Altarfalz (Titelseite, innen)
(Voraussetzung 1/1 DIN A4, Integration von Postkarten möglich)

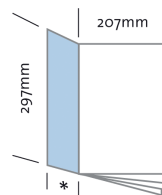


* variabel

ausklappbare Lasche
(2/1 DIN A4, innen, Integration von Postkarten möglich)



ausklappbare Lasche
(1/2 DIN A4, innen, Integration von Postkarten möglich)



¹ Preis auf Anfrage

Einhefter

Einhefter sind Drucksachen/Prospekte, die in die Zeitschrift eingebunden (beige-klebt) werden. Der Auftraggeber kann den Einhefter bei der OEMUS MEDIA AG produzieren lassen oder verarbeitungsfertig anliefern, das heißt, gefalzt, nicht plano liegend. Die Preise für die Herstellung von Beiheftern durch den Verlag erhalten Sie auf Anfrage. Inhalt und Gestaltung müssen aus presserechtlichen Gründen mit dem Verlag abgestimmt werden. So müssen Einhefter, die nicht klar

als Werbung erkennbar sind, deutlich mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet werden (mind. 6 Punkt Versalien). Der Auftrag wird erst nach Vorlage der Muster und deren Billigung für den Verlag verbindlich. Frühestmöglich, spätestens zum Anzeigenschlusstermin, benötigt die Anzeigendisposition drei verbindliche Vorab-Muster, die zur technischen Prüfung durch die Herstellung auch stand-, falz- und formatverbindlich sind.

		PREISE IN €	FORMAT
2-seitig	Papiergewicht bis		
	115 g/m ²	290,– pro Tsd.	unbeschnitten, 216 mm breit, 309 mm hoch,
	150 g/m ²	320,– pro Tsd.	3 mm Beschnitt in Bund, rechts und unten sowie 9 mm Kopfbeschnitt
4-seitig	Papiergewicht bis		
	115 g/m ²	380,– pro Tsd.	unbeschnitten, 1 x gefalzt auf 216 mm breit, 309 mm hoch,
	150 g/m ²	400,– pro Tsd.	3 mm Beschnitt in Bund, rechts und unten sowie 9 mm Kopfbeschnitt

Papier- und Seitenzahlabweichungen auf Anfrage.

Die Kalkulationsauflage beträgt 10.000 zzgl. 5 % Überdruck für das Einrichten der Maschine. Bei eventuell auftretenden Verarbeitungsschwierigkeiten hat die Fertigstellung der Auflage Vorrang gegenüber der Beiheftung. Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen.

Beilagen

Beilagen sind der Zeitschrift lose beigelegte Blätter, Karten oder Prospekte, die auch zum Bund angeklebte Postkarten oder Warenproben enthalten können. Inhalt und Gestaltung der Beilagen müssen vor Drucklegung mit dem Verlag abgestimmt werden. Der Auftraggeber kann die Beilage bei der OEMUS MEDIA AG produzieren lassen oder verarbeitungsfertig anliefern. Preise für die Herstellung von Beilagen durch den Verlag erhalten Sie auf Anfrage.

PREIS	FORMAT	ANLIEFERUNG
Preis bis 25 g pro Tsd. 200,– € zzgl. Postgebühren*	Höchstformat 200 x 290 mm	Anlieferung siehe Einhefter
Preis über 25 g auf Anfrage	Mindestformat 90 x 145 mm	Ein Belegexemplar der Einhefter, Beilagen und Beikleber mit Publikationskennung ist an den Verlag, Abteilung Anzeigendisposition, zu senden!
Für die Veröffentlichung fertig konfektioniert angelieferter Beilagen bei Vollbelegung der gesamten Auflage 10.000 Exemplare.		Verbindliche Muster vor Auftragserteilung unbedingt erforderlich.

Teilbeilagen nach Nielsen-Gebieten auf Anfrage.
Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen.

2-seitige Beilagen müssen ein Papiergewicht von mindestens 150 g/m² aufweisen.
* Abhängig vom Buchungsstand und dem Gesamtgewicht der Ausgabe (Kosten auf Anfrage).

Beikleber

Beikleber sind auf Trägeranzeigen aufgeklebte Postkarten, Broschüren, Briefumschläge (auch gefüllt), Warenmuster u.a. Inhalt und Gestaltung der Beikleber müssen vor Drucklegung mit dem Verlag abgestimmt werden. Voraussetzung für eine Beiklebung ist eine Trägeranzeige mindestens 1/1 DIN A4 in der Gesamtauflage von 10.000 Exemplaren. Der Auftraggeber kann den Beikleber (Postkarten, Prospekte) beim Verlag produzieren lassen oder verarbeitungsfertig anliefern. Preise für die Herstellung von Beiklebern durch den Verlag erhalten Sie auf Anfrage.

PREIS	FORMAT	ANLIEFERUNG
Postkarten und gestanzte Beikleber pro Tsd. 200,– € zzgl. Postgebühren*	Höchstformat 170 x 210 mm	Anlieferung siehe Einhefter. Postkarten müssen der DIN 6732 entsprechen.
Briefumschläge und Prospekt-Beikleber pro Tsd. 225,– € zzgl. Postgebühren*	Mindestformat 60 x 75 mm	Beikleber müssen in Kartons sortiert, in einer Richtung liegend, durch Pappen abgeteilt angeliefert werden.

Warenmuster und gestanzte Beikleber auf Anfrage. Abweichungen auf Anfrage. Runde bzw. gestanzte Beikleber auf Anfrage.

Der Gesamtpreis der Beikleber errechnet sich aus den technischen Kosten. Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen. Zusätzlich fallen Postgebühren an. Die Postgebühren sind abhängig vom Buchungsstand und dem Gesamtgewicht der Ausgabe.

Rabatte, Aufschläge

MALSTAFFEL	MENGENSTAFFEL	
bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten (Insertionsjahr)		
Veröffentlichung in einheitlicher Größe	3 Anzeigen	5 %
bei mindestens:	6 Anzeigen	10 %

Individualvereinbarungen auf Anfrage.

Keine Rabatte auf Beilagen und technische Kosten.

AGENTURPROVISION

10 % vom Kundennetto

Auf Beilagen und Beikleber sowie Aufschläge
gewähren wir keine Agenturprovision.

AUFSCHLÄGE

Sonderfarben (sonstige Schmuckfarben, HKS, Pantone) zusätzlich
zum Standardfarbzuschlag je Sonderfarbe: 1.450,- €

Druckvorlagen

Aufsicht/Dia:	Scannerfähig ohne Raster
Digitale Daten:	Daten für den Offsetdruck (.pdf, .eps und .ps Daten)
Datenübertragung:	Für FTP-Server ftp://ftp.stecklayout.info Zugangsdaten auf Anfrage Für E-Mail Zusendungen (bis 15 MB) an: dispo@oemus-media.de
Druckverfahren:	Rollenoffsetdruck 60er Raster
Datenanlieferung:	PDF/X-1a, PDF/X-3-Daten für Offsetdruck
Reproformat 1/1 Seite:	Anschnitt 210 x 297 mm + 3 mm Beschnitt Satzspiegel 160 x 244 mm
DTP-Datenformate:	Mac/PC-gängige DTP-Programme
Bildauflösung:	300 dpi
Text-/Grafikauflösung:	1.200 dpi
Datenträger:	CD-ROM, DVD etc.
Schriften:	OpenType-, TrueType-Fontformate

Lieferadresse für Druckvorlagen:

ZWL

c/o OEMUS MEDIA AG
Holbeinstraße 29 | 04229 Leipzig

Richtlinien für Druckvorlagenerstellung (CTP)

Die Publikationen orientieren sich an den Eckdaten der FOGRA-Standardisierung. Um Fortdruckprobleme zu vermeiden, müssen bei der Herstellung von Reproduktionen folgende Parameter eingehalten werden: Papierklasse 2, alle mattgestr. Papiere ab 70 g/m² + alle gestr. Papiere unter 70 g/m².

1. Lieferung digitaler Daten

- PDF mit Standard PDF/X-1a oder PDF/X-3
- EPS- oder TIFF-Formate mit mind. 300 dpi Bildauflösung (für 60er Raster)
- Daten aus gängigen DTP-Programmen inkl. Schriften, Grafiken, Logos und Bilddaten
- Um Farbschwankungen zu vermeiden, sollten Farbraum- und Druckerprofile vermieden und Dokumentenfarben in CMYK separiert werden
- Anzeige muss zu 100 % im Endformat angelegt oder skalierbar sein
- bei randabfallenden Motiven 3 mm Beschnittzugabe
- Anschnittgefährdete Text- oder Bildelemente sollten wegen möglicher Beschnitttoleranzen jeweils mindestens 7 mm vom beschnittenen Endformat nach innen gelegt werden

1.1. Überfüllungen, Unterfüllungen

Bei der Kombination von Bild- und Strichelementen muss über- bzw. unterfüllt werden.

2. Andruck

2.1. Druckfarben

Für den Andruck sind Farben der Europäischen Farbskala nach DIN 16539 zu verwenden. Kommen Sonderfarben hinzu, sind diese eindeutig zu kennzeichnen.

2.2. Papier

Der Andruck soll auf Fortdruckpapier erfolgen. Ist das nicht möglich, so muss dann annähernde Übereinstimmung mindestens hinsichtlich Tönung und Oberfläche bestehen.

2.3. Tonwertzunahme

Folgende Tonwertzunahmen sind einzuhalten (Positivkopie, Papierklasse 2):

Buntfarben	40 %-Feld	19 %	80 %-Feld	14 %
Schwarz	22 %		16 %	

Folgende Toleranzen für die Tonwertzunahmen sind einzuhalten:

- im 40 %-Feld: 63 %
- im 80 %-Feld: 62 %
- bei den Buntfarben höchstens 4 % Unterschied zueinander im 40 %-Feld

2.4. Farbführung, Volltondichten

Die Richtwerte für die Farbdichten, gemessen mit Densitometern mit Polarisations-einrichtung und Farbfiltereinsatz 47 B nach DIN 16536 (z.B. Gerätetyp GRETAG d 186), sind:

- Schwarz D = 1,75 • Cyan D = 1,35 • Magenta D = 1,30 • Gelb D = 1,30 (Papierklasse 2)

3. Proof

Anstelle eines Andruckes kann ein Analog-Proof geliefert werden. Die Bewertungskriterien ändern sich dabei nicht.

4. Endkontrolle

Unterziehen Sie bitte Ihre an den Verlag abzuliefernden Daten und Andrucke einer Ausgangskontrolle.

Digitale Daten sind bis zum angegebenen Anzeigenschluss an die Anzeigendisposition der Leipziger Verlagsadresse zu senden.

- auf CD-ROM, DVD etc.
- oder per FTP-Server <ftp://ftp.stecklayout.info>
E-Mail-Zusendungen (bis 15 MB) an: dispo@oemus-media.de

OEMUS MEDIA Kampagnenkonfiguration

FACHGEBIETSMARKETING AM BEISPIEL IMPLANTOLOGIE

Print



Online



News



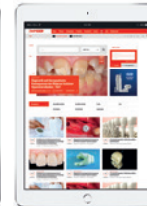
Newsletter



Fachgebiete



Themen



CME



E-Books



f s t YouTube



Firmenprofil

Events



Kongresse



Seminare



Webinare



Competence Center

THAT'S THE WAY I LIKE IT

ZERTIFIZIERTE FORTBILDUNG BEQUEM VON ZU HAUSE AUS

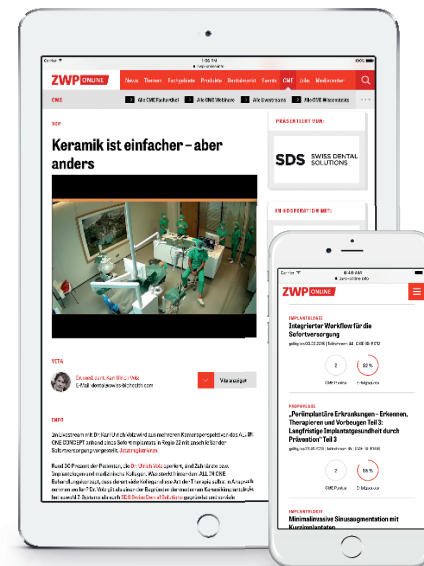


ZWP ONLINE
CME-COMMUNITY

Die neue Art der dentalen Fortbildung.

- Fachbeiträge
- Webinare
- Live-OPs/
Behandlungen

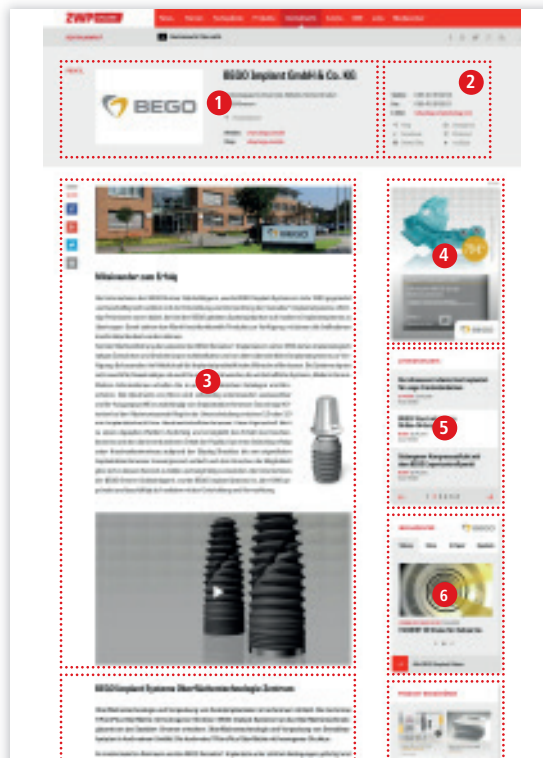
ZWP ONLINE CME



www.zwp-online.info/cme-fortbildung

Firmenprofilseite auf ZWP online

DER ZENTRALE BAUSTEIN IHRER INTERAKTIVEN WERBEMÖGLICHKEITEN



MODULE FÜR PLATIN/PLATIN PLUS PAKETE

- 1   Firmenlogo
 -  Firmenanschrift
 -  Telefon- und Faxnummer
 -  E-Mail- und Internetadresse
- 2  Routenplaner
 -  Verlinkung zum eigenen Internetshop
 -  Verlinkung zu Facebook, Google+, Twitter und YouTube
 -  Verlinkung zu LinkedIn
 -  Verlinkung zu www.dentalcity.de
- 3  Unternehmensbeschreibung (Bild, Text)
- 4  Anzeigenmodul: Einbinden der aktuellsten Anzeige oder Werbeaktion
- 5  Literaturliste: Die ZWP online-Redaktion bindet automatisch die aktuellsten Fachartikel und Unternehmensmeldungen ein, die in den Medien der OEMUS MEDIA AG veröffentlicht werden
- 6  Mediacenter: Darstellung firmeneigener Image- und Produktvideos sowie klinischer Videos



- 7 ○ Broschürenmodul: Einbinden aller Firmenproduktkataloge inkl. Downloadfunktion
- 8 ○ 360grad-Tour
- 9 ○ Webinararchiv
- 10 ○ Textmodul: Einbinden von Produkten, Events, Services, Unternehmensmeldungen möglich
- 11 ○ Fokusprodukte: Vier Fokusprodukte werden mit einem Teasertext beschrieben und mit der umfassenden Produktmeldung verlinkt
- 12 ○ Produktliste: Produktliste wird von der ZWP online-Redaktion permanent aktualisiert
- 13 ○ Eventkalender

Die Mediadaten von
ZWP online finden Sie unter:
www.oemus.com/mediadaten

2.950,- € zzgl. MwSt. pro Jahr

Verlag

Verleger: Torsten R. Oemus

Verlags- und Redaktionsanschrift: OEMUS MEDIA AG
Holbeinstraße 29
04229 Leipzig

Tel.: +49 341 48474-0
Fax: +49 341 48474-290
E-Mail: zwi-redaktion@oemus-media.de

Verlagsleitung: Ingolf Döbbbecke
Jürgen Isbaner
Lutz V. Hiller

+49 341 48474-0
+49 341 48474-0
+49 341 48474-0

doebbecke@oemus-media.de
isbaner@oemus-media.de
hiller@oemus-media.de

Business Unit Manager: Stefan Reichardt

+49 341 48474-222

reichardt@oemus-media.de

Anzeigenvertrieb: Simon Guse
Timo Krause
Nadine Naumann
Stefan Reichardt
Henrik Schröder
Stefan Thieme

+49 341 48474-225
+49 341 48474-220
+49 341 48474-402
+49 341 48474-222
+49 341 48474-307
+49 341 48474-224

s.guse@oemus-media.de
t.krause@oemus-media.de
n.naumann@oemus-media.de
reichardt@oemus-media.de
h.schroeder@oemus-media.de
s.thieme@oemus-media.de

Produktionsleitung: Gernot Meyer

+49 341 48474-520

meyer@oemus-media.de



Stefan Reichardt
Business Unit Manager



Georg Isbaner
Redaktionsleitung

Anzeigendisposition:	Marius Mezger	+49 341 48474-127	m.mezger@oemus-media.de
	Lysann Reichardt	+49 341 48474-208	l.reichardt@oemus-media.de
	Bob Schliebe	+49 341 48474-124	b.schliebe@oemus-media.de
Vertrieb/Abonnement:	Andreas Grasse	+49 341 48474-201	grasse@oemus-media.de
Layout:	Nora Sommer	+49 341 48474-117	n.sommer@oemus-media.de

Redaktion

Chefredaktion:	Dipl.-Päd. Jürgen Isbaner (V.i.S.d.P.)	+49 341 48474-0	isbaner@oemus-media.de
Ressortleitung:	Georg Isbaner	+49 341 48474-123	g.isbaner@oemus-media.de
Redaktionsleitung:	Carolin Gersin	+49 341 48474-129	c.gersin@oemus-media.de
Erscheinungsweise:	6 x jährlich (siehe Erscheinungs- und Themenplan)		
Erscheinungsort:	Leipzig		
Bezugspreis:	Jahresabonnement: 36,00 € inkl. MwSt. und Versandkosten		
Einzelverkaufspreis:	5,00 € zzgl. MwSt. und Versandkosten		
Verbreitungsgebiet:	Deutschland (siehe Verbreitungsanalyse)		
Heftformat:	Breite 210 mm, Höhe 297 mm		
Satzspiegel:	Breite 160 mm, Höhe 244 mm		
Umbruch:	3 Spalten, je 51 mm breit		
Satzspiegelüberschreitung/			
Anschnitt:	Sowohl bei Schwarz-Weiß- als auch bei Farbinserktionen möglich (ohne Mehrkosten)		
Druckauflage:	10.000 Exemplare		

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung.

2. Anzeigenaufträge sind im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln. 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 dem bewährten 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.

Anzeigenbuchungen sind mit Annahme durch den Verlag bindend. Bei Stornierungen nach Anzeigenannahme fallen 30 % pauschalisierte Stornogebühren an. In der Zeit von 4 Wochen bis Anzeigenschluss fallen bei Stornierung 50 % pauschalisierte Stornokosten an. Bei Stornierungen nach Anzeigenschluss fallen pauschalisierte Stornokosten von 75 % an.

5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

6. Für die Aufnahme von Anzeigen und Fremdbeilagen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift wird keine Gewähr geleistet, es sei denn, dass der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrages ausdrücklich davon abhängig gemacht hat. Bei rubrizierten Anzeigen gewährleistet der Verlag den Abdruck in der jeweiligen Rubrik, 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 technischen Form nach einheitlichen Grundsätzen des Verlages abzulehnen. Auch bei rechtsverbindlich bestätigten Aufträgen können Anzeigen und Beilagen zurückgewiesen werden, wenn deren Inhalt nach pflichtgemäßem Ermessen des Verlages gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, 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 nur nach Absprache mit dem Verlag 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 Nachfrist verstreichen, so hat der Auftraggeber ein Rücktrittsrecht.

Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung, aus Verzug, aus positiver Forderungsverletzung, aus Verschulden bei Vertragsabschluss und aus unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen, es sei denn, sie beruhen auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters oder eines Erfüllungsgehilfen. Weitergehende Haftungen für den Verlag sind ausgeschlossen.

Reklamationen müssen innerhalb 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. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht innerhalb der gesetzlichen Frist zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.

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, werden Rechnung und Beleg 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 oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Verzugszinsen 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.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen

15. Der Verlag liefert mit Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Auftrages 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 ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise zugesicherte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht zugesichert 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 etwaige Preisminderungs- und Schadensersatzansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber vom dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten könnte.

18. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Er übernimmt darüber hinaus keine Haftung. Einschreibbriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf normalem 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 Missgebrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

19. Matrern werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

20. Bei Nichtigkeit einer Klausel bleibt die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen unberührt.

21. Erfüllungsort ist Gerichtsstand Leipzig, soweit das Gesetz zwingend nichts anderes vorsieht, das Hauptbüro des Verlages. Auch für das Mahnverfahren sowie für den Fall, dass der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt ist, ist als Gerichtsstand Leipzig vereinbart.

a) Mit der Erteilung eines Auftrages 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 Werbemittel ist, dass der Auftrag unmittelbar vom Werbemittel erteilt wird und Text bzw. Druckunterlagen auch von ihm geliefert werden. Die Werbemittel 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 Verlagsdrucken 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) Der Verlag behält sich vor, bei vollständiger oder teilweiser Stornierung von rabattierten Mediapaketen die dem Kunden gewährten Rabatte nachzuberechnen.

g) 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.

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. Die Auswahl bestimmter Textseiten und ein Ausschluss von Wettbewerbsanzeigen können nicht verbindlich vereinbart werden.

j) 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 jeweils gültigen Preisliste.

k) Bei Fließsatzanzeigen besteht kein Anspruch auf Belegausschnitt. Bei Wiederholungsanzeigen erhält der Auftraggeber einen Anzeigenausschnitt nur von der ersten Anzeige.

l) Änderungen der Anzeigenpreisliste werden mit dem Zeitpunkt des Inkrafttretens auch für laufende Aufträge wirksam, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist.

OEMUS MEDIA AG

Holbeinstraße 29

04229 Leipzig, Germany

Telefon: +49 341 48474-0

Fax: +49 341 48474-290

E-Mail: kontakt@oemus-media.de

Web: www.oemus.com