

# MEDIADATEN & THEMENSCHWERPUNKTE 2012





# Mehr als eine Zeitung.



## DZW-tv

Präsentieren Sie Ihr Unternehmen in Bild und Ton im Web-TV!



## Corporate Publishing

Kunden- und Patientenzeitschriften: Begeistern Sie Ihre Kunden durch professionelle Kommunikation!



## Product Placement

Gewinnen Sie eine hoch interessierte Leserschaft!



Treffen Sie wöchentlich Kunden, die Neues wollen!

## DZW-Newsletter



## DZW-online

Marktplatz der Neuigkeiten: Nutzen Sie unsere Stärke für Ihr Unternehmen und Ihre Produkte

## DZW Die ZahnarztWoche

aktuell – kritisch – unabhängig

## Unsere Schwerpunktthemen 2012 – Zukunftsthemen für Zahnärzte und Zahntechniker

Erstmals für 2012 haben wir vier Zukunftsthemen für Zahnärzte und Zahntechniker übergreifend für unsere Medien gesetzt: Digitalisierung, CMD, Praxisführung und Zukunftsbereiche der Zahnmedizin.

Diese Themen interessieren zukunfts- und erfolgsorientierte Zahnärzte und Zahntechniker, die sich und ihre Praxen und Labore für Patienten und Kunden gut aufstellen wollen. Sie werden in **DZW Kompakt**, **DZW ZahnTechnik**, in **Chance Praxis** – Fachmagazin für junge Zahnmediziner und online für die ganze Breite der Zielgruppe spezifisch redaktionell aufbereitet.

## Die Themen, Termine und Kombinationen

### CMD und Funktion, März 2012

DZW ZahnTechnik 3/12	„Schienentherapie“,	erscheint am 07. März 2012
DZW Kompakt 1/12	„CMD“,	erscheint am 21. März 2012

### Digitalisierung, Juni 2012

DZW ZahnTechnik 6-7/12	„CAD/CAM“,	erscheint am 06. Juni 2012
DZW Kompakt 2/12	„Digitalisierung“,	erscheint am 20. Juni 2012
Chance Praxis 2/12	„Digitalisierung“,	erscheint am 06. Juni 2012

### Praxisführung, September 2012

Chance Praxis 3/12	„Professionelle Praxisführung“,	erscheint am 05. September 2012
DZW Kompakt 3/12	„Praxisführung/Hygiene“,	erscheint am 19. September 2012

### Zukunftsbereiche der Zahnmedizin – Implantologie

DZW ZahnTechnik 10/12	„Suprakonstruktionen“,	erscheint am 03. Oktober 2012
DZW Orale Implantologie 3/12		erscheint am 17. Oktober 2012

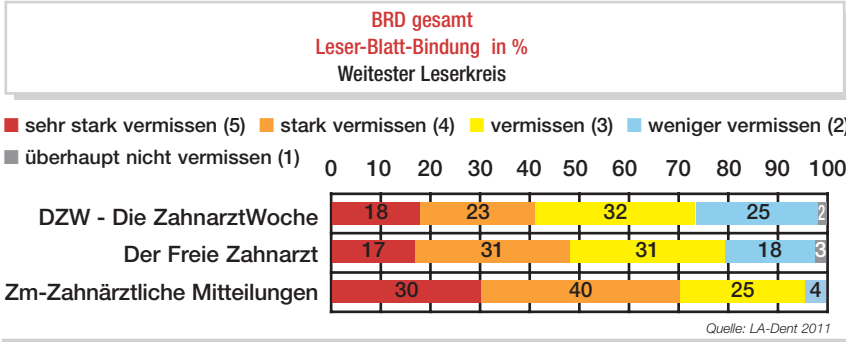
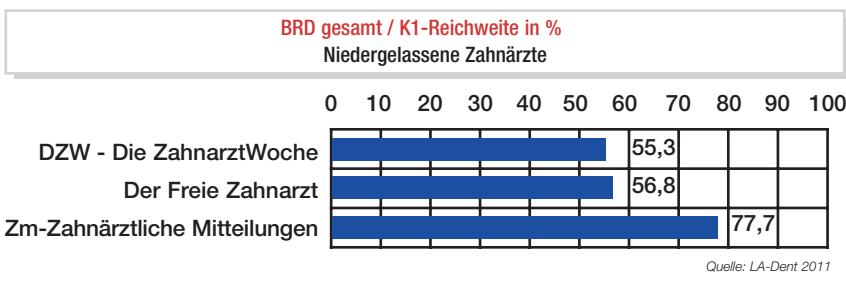
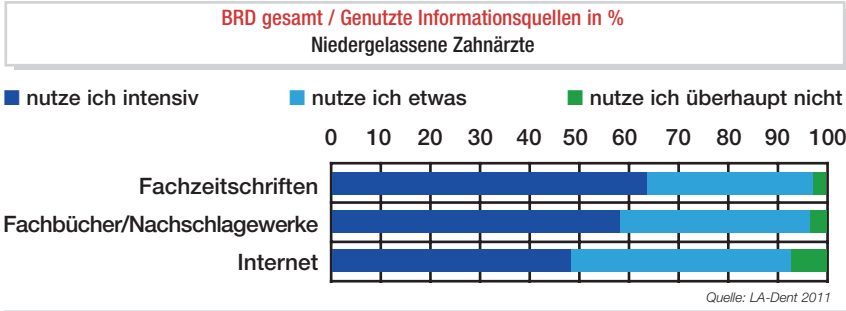
### Parodontologie und Prävention

DZW Kompakt 4/12	„Parodontologie und Prävention“,	erscheint am 21. November 2012
Chance Praxis 4/12	„Wegweisende Praxis“,	erscheint am 05. Dezember 2012

*Nutzen auch Sie die Möglichkeit, Ihre Produkte und Dienstleistungen zu diesen Zukunftsthemen einem breiten interessierten Leserkreis in einem entsprechend aufbereiteten redaktionellen Umfeld vorzustellen.*

*Gerne unterbreiten wir Ihnen dazu individuelle Angebote.*

*Mehr Informationen zu den Titeln, zur DZW und zu unseren weiteren Themen 2012 finden Sie in diesen Mediadaten.*



**DZW Die ZahnarztWoche**  
aktuell – kritisch – unabhängig

Die **DZW – Die ZahnarztWoche** erscheint seit 1987 bundesweit als einzige Fachwochenzeitung für den Dentalmarkt mit einer Auflage von 47.000 Exemplaren und einem hohen Bekanntheitsgrad.

Seit 25 Jahren sind die praktizierenden Zahnärzte, Kieferorthopäden und MKG- und Oralchirurgen in Deutschland sowie Dentallabore und Zahntechniker Zielgruppe des Fachtitels.

Die **DZW** als unabhängiges Medium vermittelt ihren Lesern in Beiträgen, Kommentaren und Interviews aktuelle Informationen und Meinungen zu Trends und Entwicklungen in Gesundheits- und Berufspolitik, Zahnmedizin, Wissenschaft und allen relevanten Bereichen, die ihnen helfen, beruflich erfolgreich und zukunftsorientiert arbeiten zu können. Woche für Woche in Print und täglich aktuell im Internet finden Leserinnen und Leser Themen aus der Zahnmedizin, Berufs- und Gesundheitspolitik, Fortbildung, Praxisführung, Dentalmarkt und mehr.

Zusätzliche Fachinformationen bieten die Supplements **DZW KOMPAKT**, **DZW ZahnTechnik** und **DZW Orale Implantologie**, die mehrmals im Jahr in gleicher Auflage der **DZW** beiliegen.

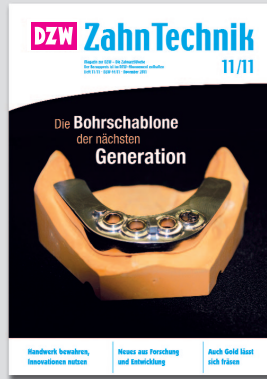
# Magazine zur Wochenzeitung **DZW Die ZahnarztWoche** Anzeigen-Preislisten



*DZW KOMPAKT* erscheint viermal jährlich als Supplement zur **DZW** und stellt zahnmedizinische Schwerpunktthemen aktuell und umfassend dar. Anwender- und Hintergrundberichte, wissenschaftliche Fachbeiträge und Kongressartikel informieren den Zahnarzt über Entwicklungen zum Beispiel in der Endodontie, restaurativen Zahnheilkunde oder Hygiene in der Zahnarztpraxis. Aktuelle Fragestellungen werden zeitnah aufgenommen.

**DZW KOMPAKT**

**Preisliste Nr. 19,  
gültig ab 01.01.2012**



*DZW ZahnTechnik* – neunmal jährlich als Supplement zur **DZW** – thematisiert die zahntechnische Seite der Zahnheilkunde und spricht damit nicht nur den Zahntechniker, sondern auch den Zahnarzt an, der sich in der Zahntechnik auf dem Laufenden halten möchte. Aktuelle zahn-technische Schwerpunktthemen mit Blick auf technologische Entwicklungen und innovative Lösungen informieren den Leser über Entwicklungen im Markt.

**DZW ZahnTechnik**

**Preisliste Nr. 19,  
gültig ab 01.01.2012**



*DZW Orale Implantologie* erscheint dreimal jährlich als Supplement zur **DZW** und erreicht Implantologen, Zahntechniker sowie Zahnärzte, die in die Implantologie einsteigen oder sich für die Beratung ihrer Patienten auf dem Laufenden halten wollen. Inhaltliche Schwerpunkte sind wissenschaftliche Fachbeiträge, Anwender- und Fallberichte, Abrechnung, Praxismarketing und -Management sowie die Integration und Organisation der Implantologie in der Praxis.

**DZW Orale Implantologie**

**Preisliste Nr. 9,  
gültig ab 01.01.2012**

**DZW KOMPAKT**

**DZW ZahnTechnik**

**DZW Orale Implantologie**

**Zeitschriftenformat:**

210 mm breit x 297 mm hoch

**Satzspiegel:**

183 mm breit x 245 mm hoch

**Spaltenzahl:**

3 Spalten, Spaltenbreite 55 mm

**Manuskripte und Fotos bitte an:**

**DZW KOMPAKT/DZW Orale Implantologie:**

Redaktion DZW, Dr. Marion Marschall  
Kurt-Schumacher-Straße 6 · 53113 Bonn  
Telefon 02 28/28 92 16-0 · Fax 02 28/28 92 16-20  
redaktion@dzw.de · www.dzw.de

**DZW ZahnTechnik:**

Jutta Noll, Redaktion DZW ZahnTechnik  
Meisenweg 24 · 56593 Horhausen  
Telefon 0 26 87/92 90 44 · Fax 0 26 87/92 90 45  
JuJo.Noll@t-online.de · www.dzw.de

**Titel:**

inkl. Farbzuschlag, ohne Satzskosten **€ 4.650,-**  
Format: 162 x 162 mm  
Titelwiederholung auf Seite 3: 41 x 41 mm

**Zuschläge für Anzeigen im Sonderformat:**

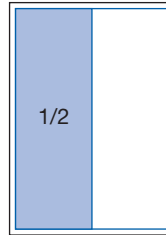
Anzeigen über Bund: 10 % Zuschlag\*  
angeschnittene Anzeigen: 10 % Zuschlag\*  
Format: oben/unten und außen je 3 mm Beschnitt  
\*vom Grundpreis, nicht rabattfähig

**Agentur-Provision:**

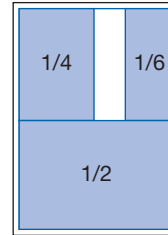
10 %

\* nicht rabattfähig

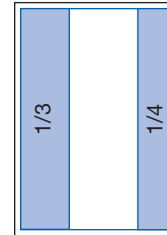
**Anzeigenformate:**



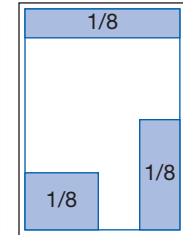
1/1 Seite, 183 x 245 mm  
1/2 Seite, 85 x 245 mm



1/2 Seite, 183 x 122 mm  
1/4 Seite, 85 x 122 mm  
183 x 60 mm  
1/6 Seite, 55 x 122 mm  
183 x 40 mm



1/3 Seite, 55 x 245 mm  
183 x 80 mm  
1/4 Seite, 40 x 245 mm



1/8 Seite, 40 x 122 mm  
85 x 61 mm  
183 x 30 mm

**Anzeigenpreise:**

Format:	s/w	2-farbig*	3-farbig*	4-farbig*
Titel				€ 4.650,-
1/1 Seite	€ 3.400,-	€ 3.890,-	€ 4.380,-	€ 4.870,-
1/2 Seite	€ 1.700,-	€ 2.190,-	€ 2.680,-	€ 3.170,-
1/3 Seite	€ 1.160,-			€ 2.205,-
1/4 Seite	€ 925,-			€ 1.760,-
1/6 Seite	€ 650,-			€ 1.235,-
1/8 Seite	€ 490,-			€ 930,-

\* Standardfarben nach Euroskala CMYK, Farbzuschläge nicht rabattfähig

**Platzierungszuschlag:**

vom Grundpreis, nicht rabattfähig 10 % Zuschlag

**Kombi-Rabatt:**

5 % bei Anzeigenschaltungen in der DZW innerhalb eines Insertionsjahres

**Rabatte:**

bei Abnahme innerhalb eines Jahres  
3 Anzeigen = 5 %      6 Anzeigen = 10 %      9 Anzeigen = 15 %

**Beigeklebte Postkarte:**

nur auf ganzseitigen Anzeigen  
zzgl. gültiger Postgebühren

**Beiklebegebühr\*:**

Gesamt-Auflage oder		
mehr als 3 Postleitzahl-Bereiche	€	<b>65,- pro %</b>
bis zu 3 Postleitzahl-Bereiche	€	<b>87,- pro %</b>
1 Postleitzahl-Bereich	€	<b>115,- pro %</b>

**Beihefter-Werbung\*:**

angeliefert, auf 170 g/qm Papier

Schaltkosten 4-seitig:	€	<b>150,- pro %</b>
		Format auf Anfrage

**Beilagen-Werbung:**

Höchstformat 180 mm breit x 270 mm hoch  
Mindestformat 175 mm breit x 210 mm hoch

**Beiklebegebühr\*:**

zzgl. gültiger Postgebühren

Gesamt-Auflage oder		
mehr als 3 Postleitzahl-Bereiche	€	<b>105,- pro %</b>
bis zu 3 Postleitzahl-Bereiche	€	<b>115,- pro %</b>
1 Postleitzahl-Bereich	€	<b>125,- pro %</b>

**Allgemeines:**

Aus postalischen Gründen sollte Beihefter- und Postkarten-Werbung frühzeitig mit der Anzeigenabteilung abgestimmt werden.

\* nicht rabattfähig

**Magazine zur Wochenzeitung **DZW Die ZahnarztWoche****  
Erscheinungstermine und Themenschwerpunkte 2012

**DZW Orale Implantologie**

ET	AS	DU	Ausgabe
15.02.12	25.01.12	01.02.12	1/12
16.05.12	25.04.12	02.05.12	2/12
17.10.12	26.09.12	03.10.12	3/12

Wir informieren Sie über aktuelle Schwerpunktthemen der Ausgabe. – Rücktrittsrecht: bis Anzeigenschlusstermin

**DZW ZahnTechnik**

Thema	ET	AS	DU	Ausgabe
Totalprothetik	01.02.12	11.01.12	18.01.12	1-2/12
Schienen-therapie	07.03.12	15.02.12	22.02.12	3/12
Modell-herstellung	04.04.12	14.03.12	21.03.12	4/12
Vollkeramik	02.05.12	11.04.12	18.04.12	5/12
CAD/CAM & Geräte	06.06.12	16.05.12	23.05.12	6-7/12
Legierungen	05.09.12	15.08.12	22.08.12	8-9/12
Supra-konstruktionen	03.10.12	12.09.12	19.09.12	10/12
Forschung & Entwicklung	07.11.12	17.10.12	24.10.12	11/12
Zukunft Zahntechnik*	05.12.12	14.11.12	21.11.12	12/12

\*Labororganisation (Software, Abrechnung), Aus- und Weiterbildung, Management und Marketing

**Rücktrittsrecht: bis Anzeigenschlusstermin**

**DZW KOMPAKT**

Thema	ET	AS	DU	Ausgabe
CMD	21.03.12	29.02.12	07.03.12	1/12
Digitalisierung	20.06.12	30.05.12	06.06.12	2/12
Praxisführung/ Hygiene	19.09.12	29.08.12	05.09.12	3/12
Parodontologie und Prävention	21.11.12	31.10.12	07.11.12	4/12

**Rücktrittsrecht: bis Anzeigenschlusstermin**

**DZW KOMPAKT**

**DZW**  
ZahnTechnik

**DZW** Orale  
Implantologie

**DZW KOMPAKT**

**DZW ZahnTechnik**

**DZW Orale Implantologie**

## 1. Halbjahr

	DZW-Ausgabe	Erscheinungstermin	Sonderseiten	DZW-Magazine	Anzeigenschluss
Januar	1-2/12	11.01.12	Assistenten/ Hochschule		29.12.11
			Seminare & Fortbildung		
	3/12	18.01.12			06.01.12
	4/12	25.01.12	Digital Media		13.01.12
Februar	5/12	01.02.12	Assistenten/ Hochschule	<b>DZW ZahnTechnik</b> 1-2/12 „Totalprothetik“	20.01.12 <b>11.01.12</b>
	6/12	08.02.12	Seminare & Fortbildung		27.01.12
	7/12	15.02.12		<b>DZW Orale</b> Implantologie 1/12	03.02.12 <b>25.01.12</b>
	8/12	22.02.12	Abrechnung/ Praxissoftw.		10.02.12
	9/12	29.02.12	Digital Media		17.02.12
März	10/12	07.03.12	Assistenten/ Hochschule	<b>DZW ZahnTechnik</b> 3/12 „Schienentherapie“	24.02.12 <b>15.02.12</b>
	11/12	14.03.12	Seminare & Fortbildung		02.03.12
			Sonderseiten: KFO		
	12/12	21.03.12		<b>DZW KOMPAKT</b> 1/12 „CMD“	09.03.12 <b>29.02.12</b>
13/12	28.03.12	Digital Media		16.03.12	

	DZW-Ausgabe	Erscheinungstermin	Sonderseiten	DZW-Magazine	Anzeigenschluss
April	14/12	04.04.12	Assistenten/ Hochschule	<b>DZW ZahnTechnik</b> 4/12 „Modellherstellung“	23.03.12 <b>14.03.12</b>
	15/12	11.04.12	Seminare & Fortbildung		30.03.12
	16/12	18.04.12			05.04.12
	17/12	25.04.12	Digital Media		13.04.12
Mai	18/12	02.05.12	Assistenten/ Hochschule	<b>DZW ZahnTechnik</b> 5/12 „Vollkeramik“	20.04.12 <b>11.04.12</b>
	19/12	09.05.12	Seminare & Fortbildung		27.04.12
	20/12	16.05.12		<b>DZW Orale</b> Implantologie 2/12	04.05.12 <b>25.04.12</b>
					11.05.12
	21/12	23.05.12			18.05.12
	22/12	30.05.12	Digital Media		
Juni	23/12	06.06.12	Assistenten/ Hochschule	<b>DZW ZahnTechnik</b> 6-7/12 „CAD/CAM & Geräte“	25.05.12 <b>16.05.12</b>
	24/12	13.06.12	Seminare & Fortbildung		01.06.12
	25/12	20.06.12		<b>DZW KOMPAKT</b> 2/12 „Digitalisierung“	08.06.12 <b>30.05.12</b>
	26/12	27.06.12	Digital Media		15.06.12

Jede Woche aktuelle Informationen in der DZW:  
Berufspolitik, Zahnmedizin, Wirtschaftsthemen,  
Praxis aktuell, Anwenderberichte, Gesundheit, Panorama

## 2. Halbjahr

	DZW-Ausgabe	Erscheinungstermin	Sonderseiten	DZW-Magazine	Anzeigenschluss
Juli	27/12	04.07.12	Assistenten/ Hochschule		22.06.12
	28-29/12	11.07.12	Seminare & Fortbildung		29.06.12
	30/12	25.07.12	Seminare & Fortbildung		13.07.12
			Digital Media		
August	31-32/12	08.08.12	Assistenten/ Hochschule		27.07.12
	33/12	15.08.12	Seminare & Fortbildung		03.08.12
	34/12	22.08.12			10.08.12
	35/12	29.08.12	Seminare & Fortbildung		17.08.12
Digital Media					
September	36/12	05.09.12	Assistenten/ Hochschule	DZW ZahnTechnik 8-9/12 „Legierungen“	24.08.12 15.08.12
	37/12	12.09.12	Seminare & Fortbildung		31.08.12
	38/12	19.09.12	KFO und Tag der Zahn- gesundheit	DZW KOMPAKT 3/12 „Praxisführung/ Hygiene“	07.09.12 29.08.12
	39/12	26.09.12	Digital Media		14.09.12
Oktober	40/12	03.10.12	Assistenten/ Hochschule	DZW ZahnTechnik 10/12 „Supra- konstruktionen“	21.09.12 12.09.12
	41/12	10.10.12	Seminare & Fortbildung		28.09.12
	42/12	17.10.12		DZW Orale Implantologie 3/12	05.10.12 26.09.12
	43/12	24.10.12			12.10.12
	44/12	31.10.12	Digital Media		19.10.12
	November	45/12	07.11.12	Assistenten/ Hochschule	DZW ZahnTechnik 11/12 „Forschung & Entwicklung“
46/12		14.11.12	Seminare & Fortbildung		02.11.12
47/12		21.11.12		DZW KOMPAKT 4/12 „Parodontologie & Prävention“	09.11.12 31.10.12
48/12		28.11.12	Abrechnung/ Praxissoftw. Digital Media		16.11.12
Dezember	49/12	05.12.12	Assistenten/ Hochschule	DZW ZahnTechnik 12/12 „Zukunft Zahntechnik“	23.11.12 14.11.12
	50/12	12.12.12	Seminare & Fortbildung		30.11.12
	51-52/12	19.12.12	Digital Media		07.12.12

DZW KOMPAKT

DZW  
ZahnTechnik

DZW  
Orale  
Implantologie

# Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen, Beihefter 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 Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigenaufträge sind im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss auszuwickeln. Ist im Rahmen eines Abschlusses des Recht zum Ablauf einzelner Anzeigen eingekauft, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige auszuwickeln, 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 Ziff. 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 Rechtsansprüche, die Haftung zwischen dem Gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlegers beruht.
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 Gebühr 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 oder ein Foto 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 Belagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder technischen Form nach einheitlichen Grundsätzen des Verlags abzulehnen. Auch bei rechtsverbindlich bestätigten Aufträgen können Anzeigen und Belagsaufträge wegen Umständen, wenn deren Inhalt nach pflichtgemäßem Ermessen des Verlegers 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. Belagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beläge und deren Billigung bindend. Belagen, 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 Anzeigen textes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Belagen 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 ein 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 Erläuterungsgehilfen. Weitergehende Haftungen für den Verlag sind ausgeschlossen. Reklamationen müssen 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. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht innerhalb der gesetzten 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 Empfänger 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. Geschäftsbedingungen sowie die Einzelziehungskosten 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 Zahlungsverzögerung der Vorauszahlung des Betrags und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
15. Der Verlag liefert mit Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenauschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlags über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
16. Kosten für die Anfertigung von Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

17. Aus einer Auftragsminderung kann ein Anspruch auf Preisreduzierung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt dies 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 nach dem tatsächlich verkauften Betrag gleich dem vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auftragsminderung ist nur dann ein zur Preisreduzierung berechtigender 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 bis zu 500.000 Exemplaren 5 v. H. beträgt. Darüber hinaus sind etwaige Preiserminderungs- und Schadensersatzansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Abbleiben der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

18. Bei Zielfinanzanlagen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Er übernimmt darüber hinaus keine Haftung. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Zielfinanzanlagen werden nur auf normalem Postwege weitergeleitet. Die Eingänge auf Zielfinanzanlagen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht zugestellt werden können, werden vernichtet. Weiterhin 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 Zielfinanzdienstes zu Zwecken 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, soweit das Gesetz zwingend nichts anderes vorseht, der Sitz des Verlags. Auch für das Mahnverfahren sowie in dem Fall, dass der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers zum Zeitpunkt der Klagenerhebung unbekannt ist, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlags vereinbart.

## 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 geschäftsbüchliche Sorgfalt an, hat jedoch nicht, wenn er von den Aufträgen irreführt wird.
- c) Voraussetzung für eine Provisionszahlung an Werbungsmitarbeiter ist, dass der Auftrag unmittelbar vom Werbungsmitarbeiter 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 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 seinen 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 Anzeigenabschlussstermin, bei Belagenaufträgen wenigstens 10 Tage vor dem Straummerin, zu übermitteln. Bei Abstellung gehen ggf. bereits entstandene Herstellungs- oder Vorbereitungsarbeiten zu Lasten des Auftraggebers. Bei telefonisch aufgegebenen Anzeigen, Termin- oder Ausgabenänderungen, Textkorrekturen und Abstellungen übernimmt der Verlag für Übermittlungsfehler keine Haftung. Ebenfalls haftet der Verlag nicht für Fehler aufgrund unautentischer schriftlicher Aufträge.
- h) Unterläßt 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.
- k) Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zuge lieferten Werbemittel. Er stellt den Auftragnehmer im Rahmen des Anzeigenauftrages von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen oder aufgrund presserechtlicher Vorschriften entstehen können. Bei Veröffentlichung von Gegenstellungen bestimmen sich die zu ersetzenden Kosten nach Maßgabe des Anzeigen tarifs. Ferner wird der Auftragnehmer von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Auftragnehmer nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Auftragnehmer sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übersetzung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und zum Abrufen, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.
- l) Bei Fließsatzanzeigen besteht kein Anspruch auf Belegauschnitt. Bei Wiederholungsanzeigen erhält der Auftraggeber einen Anzeigenauschnitt nur von der ersten Anzeige.
- m) Änderungen der Anzeigenpreise sind werden mit dem Zeitpunkt des Inkrafttretens auch für laufende Aufträge wirksam, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist.
- n) Der Verlag ist berechtigt, die bezüglich der Geschäftsbedingungen erforderten Nachlass der Daten, gleich, ob diese vom Auftraggeber selbst oder von Dritten stammen, im Sinne des Bundesdatenschutzgesetzes zu verarbeiten.

[www.dhug.de](http://www.dhug.de)