



Verlag:	B&L MedienGesellschaft mbH & Co.KG Verlagsniederlassung München	
Postanschrift:	Postfach 34 01 33, D-80098 München	
Hausadresse:	Augustenstraße 10, D-80333 München	
Telefon-Zentrale:	(089) 370 60-0	
Telefax:	(089) 370 60-111	
E-Mail:	muc@blmedien.de	
Internet:	www.gastroinfoportal.de / www.trinktime.de / www.blmedien.de www.firstclass-online.com / www.gvmanager.de / www.24gastlichkeit.de	
Verlagsleitung:	Annemarie Heinrichsdobler (089) 370 60-100	
Stv. Verlagsleitung:	Paula Pommer	-110
Chefredakteurin und verantwortlich i.S.d.P.:	Annemarie Heinrichsdobler (089) 370 60-100	
Stv. Chefredakteur		
Ressort Beverage:	Michael Teodorescu	-175
Anzeigenverkauf (intern):	Paula Pommer (verantwortlich)	-110
	Gerhild Burchardt	-205
	Eva Heinrichsdobler	-110
	Rosi Höger	-210
	Gabriele Leyhe	-225
	Bernd Moeser	-200
	Torsten Sievers	-215
Anzeigenverkauf (extern):	Rocco Mischok	-220 (0160) 94 41 02 69
Anzeigendisposition:	Felix Hesse	-261
	Stefanie Wagner	-260
Abonnentenbetreuung:	Basak Aktas	-270
Marketingleitung:	Bernd Moeser	-200



... informiert Inhaber und Führungskräfte über Trends, Marketingstrategien sowie Profilierungskonzepte aus allen für die Gastronomie und Hotellerie relevanten Getränkesegmenten aus Sicht ihrer Märkte und Gäste.

... bietet mit kompetent recherchierten Fachartikeln umfassende Hilfestellungen und Anregungen für mehr Umsatz mit Getränken.

... stellt umsatzstarke und marktbedeutende Produkte und Konzepte aus allen Getränkesegmenten vor.

... bietet eine breite Plattform mit hohem Aufmerksamkeitswert zur Präsentation von Beverage-Markenwelten.

Jahrgang/Jahr:

... im 8. Jahrgang 2012

Erscheinungsweise:

... fünfmal pro Jahr



... informiert Inhaber und Führungskräfte über aktuelle Trends, Strategien und erfolgreiche Betriebskonzepte im weiterhin zukunftssträchtigen Marktsegment der Heißgetränke.

... bietet kompetent recherchierte Fachartikel und umfassende Anregungen für mehr Umsatz mit Heißgetränken.

... berichtet in Form von Reportagen und Fallstudien über erfolgreiche Betriebskonzepte aus diesem Marktsegment.

... stellt marktbedeutende Produkte und zukunftsweisende Konzepte rund um Heißgetränke & Co. vor.

Jahrgang/Jahr:

... im 12. Jahrgang 2012

Erscheinungsweise:

... einmal pro Jahr

... sind eigenständige Magazine zur Ergänzung der Fachzeitschriften **FIRSTCLASS** **24** **GVmanager**

Empfängergruppen

Stand 3. Quartal 2011 im Durchschnitt (Die Trägerhefte sind ivw geprüft)

Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	Exemplare
1. Gastronomie: Supplement in 24 Deutsche- und ethnische Gastronomie / Gehobene und Spitzengastronomie / Cafés und Coffee-Shops / Cafeterien / Kneipen / Bistro / Szenelokale / Bars / Discotheken / Freizeitgastronomie / Handels- und Verkehrszonengastronomie / Marken- und Kettengastronomie / Snack und Imbiss-Betriebe	44.637
2. Hotellerie: Supplement in FIRSTCLASS Inhabergeführte Hotels und Hotelketten-Betriebe / Hotelrestaurants der mittleren und gehobenen Klasse / Hotelbars etc.	23.098
3. Großgastronomie & Catering: Supplement in GVmanager Großverpflegung / Event- und Businesscatering / Betriebsrestaurants / Mensen / Care-Betriebe / Partyservice-Unternehmen	14.758
Gesamtanzahl verbreitete Auflage TRINK Rest-, Archiv- und Belegexemplare	82.493 1.007
Druckauflage	83.500

Vertriebsweg

...sind eigenständige regelmäßige Getränke-Fachsupplements der Fachmagazine



Mit einem klaren Konzept deckt **24 Stunden Gastlichkeit** den Markt der Gastronomie weitgehend ab. Das Magazin vermittelt erfolgsorientierten Unternehmern und Entscheidern im Außer-Haus-Markt – Newcomern, Quereinsteigern wie erfahrenen Gastronomen – anhand praxiserprobter Konzepte die ganze Bandbreite gastronomischer Vielfalt und setzt Impulse für die eigene Weiterentwicklung.

Druckauflage 45.000 Expl.
Verbreitete Auflage 44.637 Expl.
Verkaufte Auflage 3.814 Expl.



Seit über 28 Jahren setzt **FIRST CLASS** als Partner der Hotellerie und Gastronomie Akzente auf dem Hotelmarkt. Die Inhalte sind auf die Bedürfnisse von Top-Führungskräften der Branche zugeschnitten und bieten kompetente Entscheidungshilfen für den F&B-Bereich. Zu den Lesern zählen vor allem Betriebe der mittleren, gehobenen und Top-Hotellerie sowie Spitzenrestaurants.

Druckauflage 23.500 Expl.
Verbreitete Auflage 23.098 Expl.
Verkaufte Auflage 15.745 Expl.



Praxisbezogen und lesernah ist der **GVmanager** seit über 60 Jahren für Führungskräfte in Großgastronomie, Gemeinschaftsverpflegung und Catering eine wichtige Quelle für Entwicklungen und Trends im Außer-Haus-Konsum. Durch Fachthemen wird Branchenwissen zeitgemäß und kompetent aufbereitet. Reportagen veranschaulichen die Umsetzung von der Theorie in die Praxis.

Druckauflage 15.000 Expl.
Verbreitete Auflage 14.758 Expl.
Verkaufte Auflage 5.448 Expl.

MESSE-KALENDER

- Intergastra, Stuttgart
11.02.-15.02.12
- Biofach, Nürnberg
15.02.-18.02.12
- ProWein, Düsseldorf
04.03.-06.03.12
- Internorga, Hamburg
09.03.-14.03.12
- Vinitaly, Verona/I
25.03.-28.03.12
- Badische Weinmesse,
Offenburg
05.05.-06.05.12
- Hogatec, Essen
02.09.-05.09.12
- Coteca, Hamburg
20.09.-22.09.12

Ständige Rubriken:

- Branchenfokus
- Erfolgreiche Getränkekonzepte
- VDP-Infos
- Produkte
- Marketingideen
- Wettbewerbe
- Gastro & Szene



2012

NEU: Eine Ausgabe – ein Thema

<p>Ausgabe 1 AS: 02.01.2012 DU: 04.01.2012 ET: 26.01.2012</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Mineralwasser und Near-Water als Umsatzbringer 	<ul style="list-style-type: none"> • Aktionen & Promotions der Brauereien 	<ul style="list-style-type: none"> • Bioweine: Winzer, Produkte, Zahlen 	<ul style="list-style-type: none"> • Gin: mehr als nur Wacholderschnaps • Grappa 	<ul style="list-style-type: none"> • Gläser für Wein, Cocktails und mehr • Berufskleidung an der Bar
<p>Ausgabe 2 AS: 26.01.2012 DU: 30.01.2012 ET: 01.03.2012</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Flüssiges aus der Frucht: Säfte & Smoothies 	<ul style="list-style-type: none"> • Weizenbiere • Alkoholfreie Biere 	<ul style="list-style-type: none"> • Deutscher Wein • Sommelier-Empfehlungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Anisspirituen: Absinth, Ouzo & Co. • Ready-to-drink 	<ul style="list-style-type: none"> • Aus- und Weiterbildung in Barschulen
<p>Ausgabe 3 AS: 20.04.2012 DU: 25.04.2012 ET: 15.05.2012</p>		<p>Mineralwasser</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mineralwasser und seine Bedeutung in der Gastronomie; Porträts bekannter und unbekannter Mineralbrunnen; Wasser als Weinbegleiter; Wasseraufbereitung; Edelmasser; Gläser, Karaffen & mehr; Nearwater; Wasserbars, u.v.m. 			
<p>Ausgabe 4 AS: 23.07.2012 DU: 25.07.2012 ET: 14.08.2012</p>		<p>Spirituosen & Cocktails</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Spirituosen- und Mix-Trends; Cocktail-Wettbewerbe; Gin-, Wodka- und Whisky-Bars; Mixen wie die Meister (Barschulen); das passende Glas zum richtigen Drink; Ready-to-drink, u.v.m. 			
<p>Ausgabe 5 AS: 28.08.2012 DU: 31.08.2012 ET: 14.09.2012</p>		<p>Kaffee, Tee & Co.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Heißgetränke-Trends 2012/2013, Kaffeevollautomaten und Halbaautomaten, Coffeeshop-Konzepte, Trinkschokolade, Sirups, Milchwischgetränke, Spirituosen zu Kaffee, Reinigungssysteme, Filterkaffee, Vending, Mühlen, u.v.m. 			
<p>Ausgabe 6 AS: 12.10.2012 DU: 15.10.2012 ET: 08.11.2012</p>		<p>Edles zum Fest</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Alles für die Festsaison: Aperitifs von klassisch bis modern; Wein als Menübegleiter; Edelbrände als Abschluss eines Festmahls; Champagner, Sekt & Co., u.v.m. 			

MESSE-SPEZIAL: Intergastra, Stuttgart

MESSE-SPEZIAL: ProWein, Düsseldorf / Internorga, Hamburg

MESSE-SPEZIAL: Hogatec, Essen

MESSE-SPEZIAL: Coteca, Hamburg

Anzeigen-Preisliste Nr. 6

Gültig ab 1. Januar 2012



Verlag

B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG
Verlagsniederlassung München
Augustenstraße 10, D-80333 München

Postanschrift

B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG
Verlagsniederlassung München
Postfach 34 01 33, D-80098 München

Kommunikation

Tel. +49 (0)89 370 60 -0
Fax +49 (0)89 370 60 -111
muc@blmedien.de
www.blmedien.de

Zahlungsbedingungen

Bei Vorauszahlung und Bankeinzug 3% Skonto,
bei Zahlung innerhalb von 10 Tagen nach
Rechnungsdatum 2% Skonto, sonst spätestens
30 Tage nach Rechnungsdatum ohne Abzug

Zahlungsmöglichkeiten

Postbank Köln, Konto-Nr. 33735507
(BLZ 37010050), SWIFT/BIC PBNKDEFF,
IBAN DE35 3701 0050 0033 7355 07.
Commerzbank AG, Düsseldorf,
Konto-Nr. 0652200700 (BLZ 30040000),
SWIFT/BIC COBADEFFXXX,
IBAN DE58 3004 0000 0652 2007 00.
Postbank Brüssel/Belgien,
Konto-Nr. 000-1306383-84,
SWIFT/BIC BPOTBEB1,
IBAN BE03 0001 3063 8384.

Anschnitt-Formate

1/1 Seite	200 x 280 mm
Juniorpage	130 x 178 mm
1/2 Seite quer	200 x 136 mm
1/2 Seite hoch	102 x 280 mm
1/3 Seite quer	200 x 95 mm
1/3 Seite hoch	70 x 280 mm
1/4 Seite	102 x 136 mm
1/4 Seite quer	200 x 76 mm
1/4 Seite hoch	59 x 280 mm

plus jew. 3 mm Beschnitt an den Außenrändern

Anzeigenformate & Preise:

Allen Preisen ist die jeweils gesetzliche Mehrwertsteuer hinzuzurechnen

Format	Breite x Höhe in mm	Grundpreis s/w €	4-farbig (Skala) €
1/1 Seite	174 x 246	7.670,-	10.655,-
3/4 Seite	114 x 246 174 x 185	5.580,-	8.565,-
Juniorpage	114 x 165	4.170,-	7.380,-
1/2 Seite	85 x 246 174 x 123	3.875,-	6.785,-
1/3 Seite	54 x 246 174 x 82	2.675,-	5.595,-
1/4 Seite	43 x 246 85 x 123 174 x 62	2.060,-	4.870,-
1/6 Seite	84 x 82	1.540,-	4.185,-
1/8 Seite	43 x 123 85 x 62 174 x 28	1.125,-	3.910,-

Tonflächen-Schmuckfarbe bei Formatanzeigen

(rabattierbar) auf CMYK-Basis:

je 740,-

Sonderfarben: (rabattierbar) HKS, Pantone usw.

je 870,-

Textteilanz.: 43 mm breit pro mm, s/w

7,90 (jede weitere Farbe 0,60)

Vorzugsplätze:

Titelseite	Titelbild mit Editorial zum Schwerpunktthema	4.850,-
Titelumschlag	1/2 Seite Außen- und Innenseite der Titelschürze	14.345,-
Umschlagseite II und III	nur 4-farbig	11.370,-
Umschlagseite IV	nur 4-farbig	11.980,-

Zuschläge für Sonderformate und Platzierungen: (nicht rabattierbar)

Anzeigen über Bund:	20 % auf den Grundpreis
Inselanzeigen:	150 % auf den Grundpreis
Angeschnittene Anzeigen:	10 % auf den Grundpreis
Sonstige bindende Platzvorschriften:	20 % auf den Grundpreis

sind auch als
E-Mag online
lesbar auf
gastroinfoportal.de.
Ihre Anzeige wird
automatisch direkt
vom E-Mag auf
Ihre Homepage
verlinkt!
Dafür entstehen
technische Kosten
in Höhe von 100 €.

Zeitschriftenformat

200 mm breit x 280 mm hoch
bei Bunddurchdruck im Bund je
Seite 3 mm Beschnitt zugeben

Satzspiegel

174 mm breit x 246 mm hoch,
4-spaltig je 43 mm breit

Druckverfahren

Rollenoffset

Druckunterlagen

Müssen am Tag des Druckunterlagen-
schlusses (s. Redaktions-/ Terminplan)
im Haus sein.

Wir bitten aus produktionstechnischen
Gründen ausschließlich um digitali-
sierte Druckunterlagen per CD oder
per Mail an f.hesse@blmedien.de jeweils
plus Proof/ Farbausdruck per Post. Wir
bitten Sie, Ihre Anzeige möglichst im
TIFF-Format oder als druckfähiges PDF
abzuspeichern, da es bei offenen Dateien
(Quark, Freehand, etc.) zu Unstimmigkeiten
kommen kann. Bitte sorgen Sie dafür, dass
Ihre digitalisierte Anzeige eine Bildauflö-
sung von 300-dpi im CMYK-Modus und die
Größe 1:1 hat.

Bei Lieferung von Reinzeichnungen, Dias,
Fotos oder reprofähigen Vorlagen wird für
die Anfertigung/Fertigstellung der Anzeige
der Selbstkostenpreis in Rechnung gestellt.

Termine

Erscheinungsweise: 6 Ausgaben jährlich
Erscheinungstermine: siehe Redaktionsplan
Anzeigenschluss: siehe Redaktionsplan

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen
für das Anzeigenwesen. Erfüllungsort und
Gerichtsstand ist Düsseldorf.

Top-Adressen: Mindestlaufzeit 1 Jahr, 43 mm breit, mm-Preis s/w **3,90** (jede weitere Farbe 0,60)

Einhefter:

4-seitig, Anlieferung unbeschnitten **13.285,-**
mehreseitige Einhefter auf Anfrage. Benötigte Liefermenge: 84.000 Exemplare.
Einhefter unbeschnitten gefalzt anliefern. Beschnittzugabe 3 mm im Bund, je 5 mm außen.
Rabattierung nur nach der Mengengruppe unter Berücksichtigung des halben Umfangs.

Klebekosten für Postkarten etc.

Preis pro Tausend inklusive Postgebühren **168,-**
Beilagen und Klebekosten für Postkarten sind nicht rabattierfähig.

Lieferanschrift: für Einhefter und Postkarten
Mayr Miesbach GmbH, Am Windfeld 15, 83714 Miesbach

Rabatte:

 Bei Abnahme innerhalb eines Jahres

Malstaffel		Mengengruppe	
ab 3 Anzeigen	3 %	ab 1 Seite	3 %
ab 6 Anzeigen	5 %	ab 3 Seiten	5 %
ab 9 Anzeigen	10 %	ab 6 Seiten	10 %
ab 12 Anzeigen	15 %	ab 8 Seiten	15 %
ab 18 Anzeigen	17 %	ab 10 Seiten	20 %
ab 24 Anzeigen	20 %	ab 12 Seiten	22 %

Technische Zusatzkosten sowie Platz- und Ansnitzzuschläge sind nicht rabattierfähig.
Ebenfalls nicht rabattiert werden Anzeigen im Bezugsquellenverzeichnis und Gelegenheits-/
Stellenanzeigen sowie Teilbeilagen.



Auflagen

	FIRST CLASS	24	GVmanager	TRYNK & Kaffee & Co.	Gesamtauflage
Druckauflage	23.500	45.000	15.000		83.500
Verbreitete Auflage	23.098	44.637	14.758		82.493
Verkaufte Auflage	15.745	3.814	5.448		25.007

Die Trägerhefte FIRST CLASS, 24 Stunden Gastlichkeit und GVmanager sind ivw-geprüft.
3. Quartal 2011 (ivw) im Durchschnitt

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften im kaufmännischen Geschäftsverkehr



1. „Anzeigenauftrag“ bzw. „Auftrag“ im Sinne der nachfolgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

2. Anzeigenaufträge sind im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln. Bei Änderungen der Anzeigenpreise treten mangels anderer Vereinbarungen die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge sofort in Kraft.

3. Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden nur für die innerhalb eines Jahres in einer Druckschrift erscheinenden Anzeigen eines Werbungstreibenden gewährt. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige.

4. Der Werbungstreibende hat rückwirkenden Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Auftrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt.

5. 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 Rückvergütung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlags beruht.

6. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern, in bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift wird keine Gewähr geleistet, es sei denn, dass der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrags ausdrücklich davon abhängig gemacht hat. In letzterem Falle muss der Auftrag so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Hat sich der Auftraggeber ein Rücktrittsrecht vorbehalten, so bedarf dies zu seiner Verwirklichung

einer Ankündigungsfrist von mindestens 8 Wochen vor dem Erscheinungsmontat der jeweiligen Aussendung. Bei Kalendern ist ein Rücktrittsrecht nicht möglich.

7. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen- und Beilagenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen. Dies gilt auch für Aufträge, die an den Schaltern der Geschäftsstellen, bei Annahmestellen oder bei 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 Bestandteiles der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

8. 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. Bei fermündlich aufgegebenen Anzeigen bzw. fermündlich veranlassenden Änderungen sowie für Fehler infolge undeutlicher Niederschrift übernimmt der Verlag keinerlei Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

9. Ist der Abdruck der Anzeige ganz oder teilweise unleserlich, unrichtig oder unvollständig und hat der Verlag dies zu vertreten, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine Ersatzanzeige, wenn durch die Mängel der Zweck der Anzeige erheblich beeinträchtigt wurde.

Fehlende oder fehlerhaft gedruckte Kontrollangaben ergeben keinen Anspruch für den Auftraggeber, sofern nichts Abweichendes vereinbart ist. Weitergehende Ansprüche des Auftraggebers, insbesondere Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei

Vertragsschluss, grober Fahrlässigkeit und unerlaubter Handlung sind ausgeschlossen. Ersatzansprüche wegen Unmöglichkeit und Verzug sind auf den Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt beschränkt. Ansprüche wegen Fehlens zugesicherter Eigenschaften sind auf den Ersatz des Erfüllungsinteresses beschränkt.

Reklamationen jeder Art müssen vom Auftraggeber innerhalb 4 Wochen nach Absendung von Rechnung und Beleg beim Verlag geltend gemacht sein.

10. Eingehende Anforderungen, Mitteilungen, Karten und Adressenausdrucke, die für den Auftraggeber bestimmt sind, werden vom Verlag als normale Postsendungen weitergeleitet, es sei denn, dem Verlag steht ein Zurückbehaltungsrecht zu, weil der Auftraggeber in Zahlungsverzug ist. Bei Verlust einer Sendung hat der Auftraggeber kein Recht auf Preiserminderung.

11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Sendet der Auftraggeber den ihm übermittelten Probeabzug nicht fristgemäß zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck erteilt.

12. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung mit Beleg spätestens am 5. Tage des auf die Veröffentlichung der Anzeige folgenden Monats erteilt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine kürzere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt. Jahresrechnungen für Abdrucke in der Rubrik „Bezugsquellen“ werden spätestens mit der Veröffentlichung in der ersten Ausgabe des Berechnungszeitraumes fällig.

13. Bei Eintritt von Zahlungsverzug entstehen Verzugszinsen nach den gesetzlichen Maßgaben sowie ggfs. weiterer Verzugschaden. Zugesagte

Mengenrabatte entfallen, wenn der Auftraggeber die Rechnung nicht pünktlich bezahlt. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Insolvenz oder Vergleich/Moratorium entfällt rückwirkend für das Kalenderjahr jeglicher Nachlass.

14. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenausschnitt. Wenn Art und Umfang des Anzeigenauftrags es rechtfertigen, werden bis zu zwei vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Aufnahmebescheinigung des Verlages.

15. Kosten für erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen und für Anfertigung und Lieferung bestellter Vorlagen und Zeichnungen hat der Auftraggeber zu bezahlen.

16. Ein Auflagenrückgang gibt bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen nur dann einen Anspruch auf Preiserminderung, wenn eine bestimmte Auflagenhöhe in der Preisliste oder auf andere Weise ausdrücklich genannt wurde und diese um mehr als 20 % absinkt. Darüberhinaus sind sämtliche etwaigen Gewährleistungs- oder Schadensersatzansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber vom Absinken der Auflage (ab 10 %) so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten kann.

17. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet 3 Monate nach Ablauf des Auftrages. Das Transportrisiko geht allein vom Verlag an den Auftraggeber oder an Dritte zurückgesandten Druckunterlagen zu Lasten des Empfängers.

18. Anzeigen mit Inhalten von Wettbewerbsverlagen werden nicht akzeptiert.

19. Erfüllungsort und ausschließlicher Gerichtsstand für beide Teile ist der Sitz des Verlages. Die vertraglichen Beziehungen unterliegen dem deutschen Recht.