

# didacta

Das Magazin für lebenslanges Lernen

1. Titelporträt und Zielgruppe
2. Verlagsangaben und Zahlungsbedingungen
3. Anzeigenformate, Preise, Rabatte und Vertriebswege
4. Terminplan und technische Daten
5. Sonderteil Bildungsaspekte
6. Sonderwerbformen und Ansprechpartner

**AVR Verlag**





## TITELPORTRÄT

Das didacta Magazin widmet sich als einziges deutsches Fachmagazin dem lebenslangen Lernen. Jede Ausgabe greift relevante Themen aus Kindergarten, Schule, Hochschule, Aus- und Weiterbildung auf und verschafft so einen Gesamtüberblick über die einzelnen Bereiche, Themen und Übergänge des Bildungsverlaufs. Fach- und praxisbezogene Beiträge vermitteln fundiertes Wissen, praktische Tipps und Ideen geben Anregungen für die tägliche pädagogische Arbeit.

## ZIELGRUPPE

Das didacta Magazin richtet sich an alle Bildungsbeauftragte in unterschiedlichsten Bildungseinrichtungen, insbesondere an pädagogische Fach- und Führungskräfte aller Schularten.

Besuchen Sie uns auf:



Web: [www.didacta-magazin.de](http://www.didacta-magazin.de)

### VERLAGSANGABEN

**Herausgeber:** Didacta Ausstellungs- und Verlagsgesellschaft mbH  
Rheinstraße 94  
D-64295 Darmstadt  
Telefon: +49 (0) 6151 - 31 91 41  
Fax: +49 (0) 6151 - 31 91 44  
Internet: [www.didacta.de](http://www.didacta.de)

**Gesamtrealisation & Anzeigenberatung:** AVR Agentur für Werbung und Produktion GmbH  
Weltenburger Straße 4  
D-81677 München  
Telefon: +49 (0) 89 - 41 96 94 - 0  
Fax: +49 (0) 89 - 470 53 64  
E-Mail: [info@avr-werbeagentur.de](mailto:info@avr-werbeagentur.de)  
Internet: [www.avr-werbeagentur.de](http://www.avr-werbeagentur.de)  
[www.didacta-magazin.de](http://www.didacta-magazin.de)

**Chefredaktion:** Prof. Dr. mult. Wassilios E. Fthenakis

**Redaktionsleitung:** Kaja Godart  
Telefon: +49 (0) 89 - 41 96 94 - 20  
E-Mail: [kgodart@avr-verlag.de](mailto:kgodart@avr-verlag.de)

**Anzeigenberatung:** Katja Herrmann  
Telefon: +49 (0) 89 - 41 96 94 - 27  
E-Mail: [kherrmann@avr-verlag.de](mailto:kherrmann@avr-verlag.de)  
Hans-Peter Wimmer  
Telefon: +49 (0) 89 - 41 96 94 - 31  
E-Mail: [hpwimmer@avr-verlag.de](mailto:hpwimmer@avr-verlag.de)

**Copypreis:** € 3,80

**Erscheinungsweise:** 4 x jährlich

**Verbreitung:** Deutschland, Österreich, Schweiz

**Heftformat:** 200 x 280 mm

**Druck:** Rollenoffset

**Verarbeitung:** Rückstichheftung

**Papier:** Umschlag: 200 g/m<sup>2</sup>, Inhalt: 80 g/m<sup>2</sup>

### ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

Innerhalb von 8 Tagen nach Rechnungseingang netto ohne Abzug.  
Verzugszinsen lt. Ziffer 14 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen:  
4,5 % über dem jeweils gültigen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank.  
Auf die Nettopreise wird die jeweils aktuelle Umsatzsteuer aufgeschlagen.

**Bankverbindungen:** Stadtparkasse München  
BLZ 701 500 00  
Konto-Nr. 83 17 83 68





VR Bank München  
BLZ 701 664 86  
Konto-Nr. 73 06 300

**Geschäftsbedingungen:** Für Anzeigenaufträge gelten die auf der Rückseite veröffentlichten Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

**Gerichtsstand:** München

## ANZEIGEN UND PREISE

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzl. Mehrwertsteuer.

Formate	Maße im Anschnitt *	Farbe	Preiskategorie A (Ausgabe: 2/12, 3/12, 4/12) je 70.000 Ex.	Preiskategorie B (Ausgabe: 1/12) 90.000 Ex.
1/1 Seite	 200 x 280 mm	4c	€ 6.500,-	€ 8.450,-
1/2 Seite	 hoch 100 x 280 mm quer 200 x 140 mm	4c	€ 3.400,-	€ 4.360,-
1/3 Seite	 hoch 65 x 280 mm quer 200 x 95 mm	4c	€ 2.380,-	€ 3.070,-
1/4 Seite	 100 x 140 mm	4c	€ 1.850,-	€ 2.340,-

Mit dieser Preisliste verlieren alle früheren Listen ihre Gültigkeit.

\* Zu diesen Maßen ist die Beschnittzugabe von je 3 mm oben, unten und außen hinzuzurechnen.

Wichtige Text- und Motivteile müssen mindestens 5 mm vom Beschnitt entfernt sein! (Toleranzen beim maschinellen Heftbeschnitt). Anschnitt und Bunddurchdruck ohne Aufschlag.

## VERTRIEBSWEGE

**A**

Grundschulen, weiterführende Schulen, Hochschul- sowie erziehungswissenschaftliche Fachbibliotheken, Kultusministerien, Bildungsmessen und -kongresse, pädagogische Fort- und Weiterbildungsveranstaltungen (insbesondere für pädagogische Fach- und Führungskräfte), Schulleitertagungen, Medienzentren, Einzelverkauf über Bahnhofsbuchhandel und ausgewählte Fachgeschäfte, Unternehmen, Tagungshotels.

**Gesamtauflage: 70.000 Ex.**

**B**

Zusätzlich zu den Vertriebswegen der Preiskategorie A werden 20.000 Exemplare an die Besucher, Aussteller und Referenten der didacta – die Bildungsmesse verteilt.

**Gesamtauflage: 90.000 Ex.**

## MAL- UND MENGENSTAFFEL

Malstaffel		Mengenstaffel	
2 mal	3 %	2 Seiten	5 %
3 mal	5 %	3 Seiten	8 %
4 mal	8 %	4 Seiten	10 %
6 mal	10 %	6 Seiten	12 %
8 mal	15 %		

## VORZUGSPLATZIERUNGEN

2. Umschlagseite: 1/1 Seite zzgl. 5 %

4. Umschlagseite: 1/1 Seite zzgl. 10 %

Platzierung neben dem Inhalt: 1/3 Seite, hoch zzgl. 10 %

Zuschläge für Vorzugsplatzierungen sind nicht rabattfähig.

## TERMINPLAN 2012

Ausgabe	Erscheinungs-termin	Anzeigen-schluss	Druckunterlagen-schluss
1/2012	25.01.2012	21.12.2011	23.12.2011
2/2012	16.05.2012	18.04.2012	20.04.2012
3/2012	12.09.2012	14.08.2012	16.08.2012
4/2012	21.11.2012	24.10.2012	26.10.2012

Die Rücktrittsfrist endet 5 Wochen vor dem Erscheinungstermin.

## TECHNISCHE DATEN

**Druckunterlagen:** Bei Reinzeichnungen, Aufsichtsvorlagen oder Dias werden die Reproduktionskosten in Rechnung gestellt.

**Digitale Druckvorlagen:** Wir bevorzugen Composit-High-End-PDF-Dateien oder EPS-Daten mit inkludierten Schriften und Bildern. Die übermittelten Daten müssen alle für die Belichtung notwendigen Bestandteile enthalten. Bilder (mindestens 300 dpi), Logos (mindestens 1000 dpi oder Vektor-EPS) in CMYK und Abbildungsmaßstab 1:1 verwenden. Vollständige PS-Schriftfonts, keine modifizierte Schriften, keine True-Type-Schriften. Bei offenen Dateien muss eine Bearbeitung berücksichtigt werden. Hierbei kann keine Garantie bei fehlerhafter Vorbereitung des Kunden übernommen werden.

**Layout-Programme:** Illustrator CS MAC, Indesign CS MAC jeweils mit eingebundenen EPS- und TIF-Formaten.

**Farben:** nach Euroskala DIN 16 539. Sonderfarben (z.B. HKS- oder Pantone-Farbtöne) werden aus den Farben der Euroskala erzeugt. Für jede Farbanzeige muss ein farbverbindlicher\* Proof vorliegen, andernfalls übernimmt der Verlag keine Haftung. Geringe Tonwertabweichungen sind im Toleranzbereich des Offsetverfahrens begründet.

**Druckreihenfolge:** Black – Cyan – Magenta – Yellow

Für eine problemlose Zuordnung benennt der Auftraggeber bitte gesendete Datensätze mit Kundennamen und Stichwort. Vom Auftraggeber verschuldete Fehldrucke in Folge nicht korrekter oder unvollständiger Datenlieferungen werden in Rechnung gestellt. Der Kunde wird über Fehler und absehbare Probleme unterrichtet, sofern sie vor Erscheinen festgestellt werden. Eventuelle Korrekturen werden auf Wunsch und soweit möglich vom Auftragnehmer, unter Berechnung des jeweils gültigen Stundensatzes, durchgeführt. Reklamationen aufgrund nicht korrekt angelieferter Daten (ohne farbverbindlichen Digitalproof, nicht zu verwechseln mit Farbdrucken aus Kopierern), finden keine Anerkennung.

**Abwicklung:** Die Sicherung der Auftragsqualität findet über die Vorlageninformation statt. Andrucke werden in diesem Sinne treuhänderisch abgestimmt.

**Druckdaten:** per E-Mail an: [druckdaten@avr-verlag.de](mailto:druckdaten@avr-verlag.de)

\*Auf dem Prüfdruck muss ein UGRA/FOGRA-Medienkeil CMYK-TIFF vorhanden sein.





## Der große Sonderteil im didacta Magazin



Der herausnehmbare Sonderteil Bildungsaspekte ist dem didacta Magazin beigeheftet und liefert in jeder Ausgabe spannende Beiträge zu einem ausgewählten Themengebiet. Durch die Themenspezialisierung bietet es Ihren Produkten und Dienstleistungen ein optimales Werbeumfeld und nachhaltige Werbeeffekte bei Ihrer Zielgruppe. Der Heft-im-Heft-Charakter und die aufmerksamkeitsstarke Gestaltung runden das Medium ab.

### ANZEIGEN UND PREISE

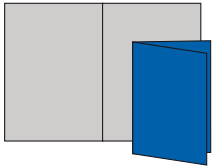
Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzl. Mehrwertsteuer.

Formate	Maße im Anschnitt *	Farbe	Preiskategorie A (Ausgabe: 2/12, 3/12, 4/12) je 70.000 Ex.	Preiskategorie B (Ausgabe: 1/12) 90.000 Ex.
1/1 Seite	 215 x 280 mm	4c	€ 6.500,-	€ 8.450,-
1/2 Seite	 hoch 107 x 280 mm quer 215 x 140 mm	4c	€ 3.400,-	€ 4.360,-
1/3 Seite	 hoch 72 x 280 mm quer 215 x 95 mm	4c	€ 2.380,-	€ 3.070,-
1/4 Seite	 107 x 140 mm	4c	€ 1.850,-	€ 2.340,-

**Mit dieser Preisliste verlieren alle früheren Listen ihre Gültigkeit.**

\* Zu diesen Maßen ist die Beschnittzugabe von je 3 mm oben, unten und außen hinzuzurechnen.  
Wichtige Text- und Motivteile müssen mindestens 5 mm vom Beschnitt entfernt sein!  
(Toleranzen beim maschinellen Heftbeschnitt). Anschnitt und Bunddurchdruck ohne Aufschlag.

## SONDERWERBEFORMEN



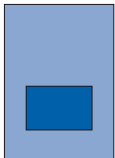
### Beilage

Verarbeitungsfertig angeliefertes Produkt, das dem Magazin lose beigelegt wird.



### Gatefold auf der 2. Umschlagseite

Verlängerung der zweiten Umschlagseite nach links aufklappbar (= 3 Anzeigenseiten).



### Tip-on-Card

Druckerzeugnis, das als Responsemittel auf eine 1/1 Seite Anzeige geklebt wird.



### Promotion-Anzeige

Die Promotion-Anzeige bietet die Möglichkeit, umfangreiche Inhalte mit hohem Erklärungsbedarf verständlich und leicht zu transportieren.

## IHRE PERSÖNLICHEN ANSPRECHPARTNER



### Katja Herrmann

Telefon: +49 (0) 89 - 41 96 94 - 27  
E-Mail: kherrmann@avr-verlag.de



### Hans-Peter Wimmer

Telefon: +49 (0) 89 - 41 96 94 - 31  
E-Mail: hpwimmer@avr-verlag.de

# ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN FÜR ANZEIGEN & FREMDBEILAGEN IN ZEITUNGEN, ZEITSCHRIFTEN

- 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 abzufertigen. 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. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Satz 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
- 3 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 höherer Gewalt im Risikobereich des Verlags beruht.
- 5 Für Zeitschriften unzutreffend.
- 6 Die Aufnahme von Anzeigen und Fremdbeilagen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift erfolgt dann, wenn der Auftraggeber erklärt hat, dass die Anzeige oder Fremdbeilage in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift erscheinen soll und dies vom Verlag schriftl. bestätigt worden ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
- 7 1. Absatz entfällt für Zeitschriften. 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 Verlags abzulehnen, wenn deren Inhalt nach pflichtgemäßem Ermessen des Verlags gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und dessen 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 Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
- 9 Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen, Beikleber etc. 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 oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Rücktrittsrecht. Die Haftung für leichte Fahrlässigkeit wegen positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsschluss und unerlaubter Handlung ist – außer bei Verletzung wesentlicher Vertragspflichten – ausgeschlossen. Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit und Verzug sind begrenzt auf die Höhe des jeweiligen Anzeigentertes. Im Übrigen ist die Haftung für leichte Fahrlässigkeit begrenzt auf die Höhe des vorhersehbaren Schadens. Im kaufmännischen Verkehr ist darüber hinaus die Haftung bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit von einfachen Erfüllungsgehilfen begrenzt auf die Höhe des vorhersehbaren Schadens. Reklamationen des Auftraggebers müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
- 11 Probebezüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probebezüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probebezugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.
- 12 Für Zeitschriften unzutreffend.
- 13 Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber vierzehn Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung anlaufenden 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 sowie die Einziehungskosten berechnet. Dem Auftraggeber bleibt jedoch der Nachweis eines wesentlich geringeren Schadens vorbehalten. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags 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 Betrags und von dem Ausgleich offstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
- 15 Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrags werden Anzeigenausschnitte, Belegstempel 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 bestellter Vorlagen 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 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit dem ersten Anzeige beginnenden Inseritionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder wenn eine Auflage nicht genannt 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 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 150.000 Exemplaren 10 v.H. bei einer Auflage über 150.000 Exemplaren 5 v.H. beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.
- 18 Für Zeitschriften unzutreffend.
- 19 Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrags.
- 20 Erfüllungsort ist der Sitz des Verlags. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlags. Soweit Ansprüche des Verlags 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 der Sitz des Verlags vereinbart.

## Besondere Geschäftsbedingungen des Verlages:

- 1 Bei Anzeigenaufgabe werden die Anzeigentexte mit der geschäftsblichen Sorgfalt des Verlags geprüft. Unabhängig hiervon haftet der Auftraggeber in vollem Umfang, insbesondere bei Irreführung und Täuschung des Verlags, sowie für die Verletzung von Rechten Dritter, auch im Fall leichtester Fahrlässigkeit. Mit Auftragserteilung übernimmt der Auftraggeber unter Verzicht auf jedwede Einrede oder Einwendung die Verpflichtung, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegenangabe, nach Maßgabe des zu diesem Zeitpunkt gültigen Anzeigentarifes, die sich auf Behauptungen der veröffentlichten u. durch ihn veranlassenen Anzeige beziehen.
- 2 Der Inserent haftet allein und vollumfänglich für Inhalt und rechtliche Zulässigkeit des von ihm zur Veröffentlichung zur Verfügung gestellten Materials in Wort und Bild. Der Auftraggeber stellt den Verlag vollumfänglich frei von sämtlichen Ansprüchen Dritter sowie jedweden Ansprüchen aus Urheberrechtsverstößen und Copyright-Verletzungen, die dem Verlag durch die Insertion bzw. Durchführung des Auftrages, auch trotz Sisierung erwachsen sollten. Seitens des Verlags besteht keine Verpflichtung, Aufträge und Insertionen hinsichtlich der Verletzung von Rechten Dritter zu überprüfen. Sofern sisierte Anzeigen erscheinen sollten, erwächst dem Inserent hieraus kein Anspruch gegen den Verlag.
- 3 Stornierungen haben schriftlich zu erfolgen. In diesem Fall ist der Verlag jedoch berechtigt, entstandene Satzkosten in Rechnung zu stellen.
- 4 Der Verlag haftet nicht für höhere Gewalt, Naturkatastrophen oder die Folgen von Arbeitskämpfmaßnahmen. In diesen Fällen wird der Verlag von seiner Erfüllungspflicht oder Schadensersatzpflicht entbunden.
- 5 Hinsichtlich der Anzeigenpreise gilt grundsätzlich die jeweils aktuelle Preisliste. Für Anzeigen und Insertionen in Beilagen, Beilagen und Verlagsbeilagen, Sonderveröffentlichungen, Kollektiven und bei Promotionsaktionen des Verlages oder in Zusammenarbeit mit Werbepartnern sowie Tombolen, Gewinnspielen und Verlosungen, bei gezielten PR-Maßnahmen und/oder Marketingveröffentlichungen etc., z.B. im Verbund mit TV, Radio und Plakaterungen etc. ist der Verlag berechtigt, jeweils gesonderte Preisabsprachen zu treffen und/oder Pauschalen festzulegen oder Rabattierungen zu gewähren.
- 6 Für den Fall, dass der Auftraggeber bereits zu Beginn der Jahresfrist einen oder mehrere Aufträge abgeschlossen hat, der/die im Rahmen der jeweils gültigen Preisliste zu einem grundsätzlichen Nachlass von vorherhin berechtigt bzw. berechtigen würde, hat er gegebenenfalls auch rückwirkend Anspruch auf den gesamten, der tatsächlichen Abnahmemenge von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Preisnachlass.
- 7 Erfüllungsort und ausschließlicher Gerichtsstand für sämtliche zwischen den Parteien sich ergebenden Streitigkeiten ist München, sofern gesetzlich zulässig. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist Gerichtsstand der Sitz des Verlags. Die Beziehungen zwischen den Vertragsparteien regeln sich ausschließlich nach dem in der Bundesrepublik Deutschland geltenden Recht.
- 8 Sollte eine der vorstehenden Bestimmungen unwirksam oder undurchführbar sein oder werden, so berührt dies die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht. Auftraggeber wie Verlag verpflichten sich, in einem derartigen Fall eine wirksame oder durchführbare Bestimmung an die Stelle der unwirksamen oder undurchführbaren zu setzen, die dem Geist und dem Zweck der zu ersetzenden Bestimmung soweit wie möglich entspricht; dasselbe gilt für etwaige Lücken in den Geschäftsbedingungen.
- 9 Anzeigenaufträge können grundsätzlich nur schriftlich akzeptiert werden.
- 10 Platzierungsverpflichtungen werden nur durch ausdrückliche Bestätigung des Verlags anerkannt.
- 11 Bei Kunden/Vorbereitungen, die zum ersten Mal mit dem Verlag in Geschäftsverbindung treten, kann Vorauskasse bis zum Anzeigenschlusstermin verlangt werden.

