

SPONSORS

WISSEN FÜR^S SPORTBUSINESS



2010

Mediadaten 2010

SPONSOR^S - Portfolio und Zielgruppe

SPONSOR^S MAGAZIN

Das monatlich erscheinende SPONSOR^S MAGAZIN ist das führende Fachblatt für die deutschsprachige Sportbusinessbranche. Seit 1996 profitieren unsere Abonnenten von exklusiven Informationen und geballtem Wissen aus dem Sponsoring und Sportbusiness.

SPONSOR^S MAGAZIN bietet Ihnen Interviews mit den großen Entscheidern der Sportbusiness-Szene, kritische Hintergrundberichte, basierend auf Fakten aus der Markt- und Mediaforschung, Analysen, kompetente und ausführliche Erläuterung zu sportrechtlichen Hintergründen, Serviceleistungen wie Branchenreports, Personalities und vieles mehr.

Zielgruppen

- Entscheider und Budgetverantwortliche in Deutschland, Österreich und der Schweiz, die im Sponsoring tätig sind
- Agenturen der verschiedenen Sportbusiness-Felder wie Sponsoring-Beratung, Media, PR, Event, Incentive, Hospitality, etc.
- Klubs, nationale und internationale Sportverbände
- Marketingfachleute der Fernsehanstalten und Hörfunksender sowie von überregionalen Zeitschriften
- die deutsche Politik
- Universitäten und Studenten mit Schwerpunkt Sportbusiness
- Zulieferer und Dienstleister für Events und Locations

Auch das sind SPONSOR^S Produkte



Die SPONSOR^S ONLINE-NEWS bieten täglich exklusive Nachrichten aus dem Sportbusiness und Sponsoring.



Der SPONSOR^S NEWSLETTER liefert Ihnen neueste Meldungen aus den Bereichen Unternehmen, Medien, Agenturen einfach und bequem per E-Mail.



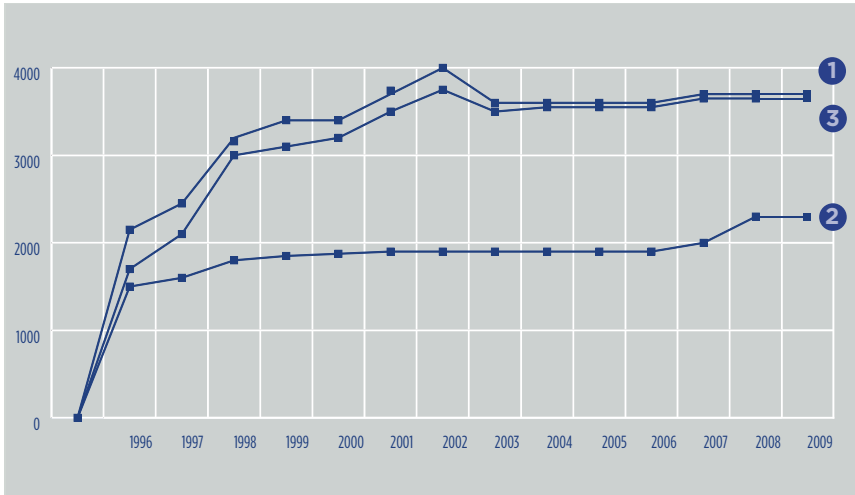
Das SPONSOR^S ONLINE-ARCHIV ist mit dem Zugriff auf mehr als 13.800 redaktionelle SPONSOR^S-Beiträge ideal für fachspezifische und tiefgehende Recherchen.



SPONSOR^S veröffentlicht regelmäßig Sonderpublikationen wie z.B. den SPONSOR^S Sportstätten-Report oder den SPONSOR^S Agentur-Report – exklusive Nachschlagewerke mit hochwertig aufbereiteten Informationen.

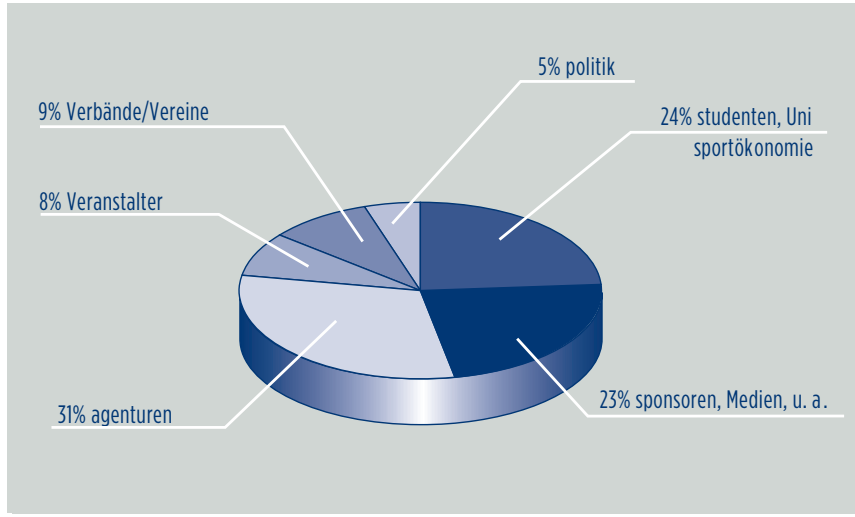
Auch SPONSOR^S ONLINE und SPONSOR^S SPECIALS bieten Ihnen vielfältige und zielgerichtete Werbemöglichkeiten! Weitere Informationen finden Sie unter www.sponsors.de!

Auflage und Leserstruktur



- 1 durchschnittl. gedruckte Auflage: 3900
- 2 durchschnittl. verkaufte Auflage: 2250
- 3 durchschnittl. verbreitete Auflage: 3800

Leserstruktur



Titelthemen 2010

|Januar| Städtemarketing

Viele deutsche Städte nutzen die Popularität des Sports für imagebildendes Marketing - sei es in Form von Sportstätten, Events, Clubs oder heimischen Spitzensportlern. SPONSOR^S vergleicht die Aktivitäten einzelner Städte in diesem Bereich, stellt die handelnden Institutionen und Personen vor und zeigt auf, was Städte für und im Sport alles bieten.

|Februar| Fußball-WM 2010

Das größte Sportereignis der Welt steht wieder einmal an: die Fußball-Weltmeisterschaft, Austragungsort diesmal Südafrika. SPONSOR^S gibt einen umfassenden Überblick über Sponsoringkonzepte deutscher und internationaler Sponsoren sowie deren Aktivitäten vor Ort und beleuchtet damit verbundene Herausforderungen und Besonderheiten.

|März| Reitsport

Galopp, Trab, Springreiten: Die Facetten des Reitsports sind vielfältig. SPONSOR^S gibt einen Überblick zu aktuellen Serien, den wichtigsten Anlagen, Sponsoren und Vermarktern und setzt einen besonderen Fokus auf das Thema Pferdewetten.

|April| Golf

Hoch dotierte Turniere und renommierte Sponsoren zeichnen weiterhin den Golfsport aus. Doch der Sport hat durch die Wirtschaftskrise auch hohe Hürden zu nehmen. Welche Konzepte funktionieren im Golf, wer sind die entscheidenden Player und wie entwickelt sich der Sport in Deutschland? Außerdem im Titelthema: Ein Special zum Bewerbungsverfahren für den Ryder-Cup 2018 in Europa

|Mai| Sportkonsum der Zukunft

Live-Erlebnis vor Ort, interaktives Fernsehen, Online-TV on demand, Mobile: Die Wege zum Konsumenten, dem Sportfan und -interessierten, werden immer zahlreicher und komplexer. SPONSOR^S bringt seine Leser auf den aktuellen technischen Stand, zeichnet Zukunfts-Szenarien des Sportkonsums und beleuchtet die Folgen für Sportanbieter und Sponsoren und deren Produktabverkäufe.

|Juni| Sport und Recht

Der Einfluss rechtlicher Bestimmungen, sei es europa- oder deutschlandweit, auf Sport, Medien, Wirtschaft und Politik nimmt seit Jahren zu. SPONSOR^S gibt eine Übersicht über aktuelle und künftige Rechtsentwicklungen sowie deren Auswirkungen und stellt Experten der Branche vor.

Für Ihre AnzeigenDruckunterlagenschluss:
18. des VormonatsAnzeigenschluss:
15. des Vormonats

Titelthemen 2010

|Juli| Fußballbundesliga

Traditionell vor dem Start in die neue Saison betrachtet SPONSOR^S die Entwicklung der Fußballbundesliga und präsentiert aktuelle Zahlen und Fakten aus der Marktforschung und Medienanalyse. Darüber hinaus gibt es Übersichten über die wichtigsten Sponsorships und Hintergründe zu aktuellen Themen.

|August| Trends im Sponsoring

Crossmediale Kommunikation, Abverkauf, CRM, Sichtbarkeit, quantitative und qualitative Messungen: Was ist Unternehmen im Sponsoring wirklich wichtig? Was hat sich im Laufe der Jahre geändert? Wie sehen erfolgreiche Konzepte aus? Was müssen Ligen und Vereine bieten, um die Industrie-Entscheider zu überzeugen? SPONSOR^S spürt aktuelle Trends im Sponsoring auf.

|September| Sport und TV

Im September stehen die Sportprogramme der TV-Sender im Mittelpunkt. Wie sehen deren aktuelle und künftige Strategien aus? Welche Sportrechteinkäufe waren erfolgreich, welche flopten? Was sind Fernsehanstalten aktuell bereit, für Sportarten auszugeben, welche Rechte werden vakant? Übersichten und Analysen zu den wichtigsten Fernsehsendern im deutschen Sport.

|Oktober| Wintersport

Die Vermarktung der Wintersportarten geht kurz vor den jeweiligen Saisonstarts in die Endphase. SPONSOR^S blickt auf die Verteilung von Marketing- und Fernsehrechten in den einzelnen Sportarten, stellt Sponsoren und ihre Konzepte vor und präsentiert aktuelle Ergebnisse aus Medienanalysen und Marktforschung.

|November| Der Wert von Sponsoring

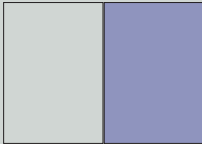
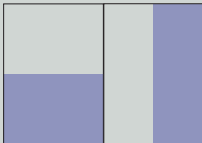
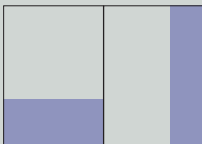
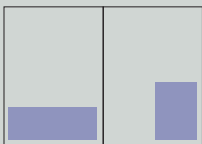
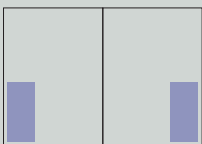
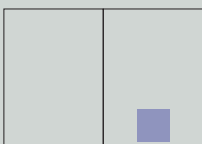
Immer wieder diskutiert und nach wie vor schwer zu ermitteln: Der Wert des Sponsorings. SPONSOR^S fasst die wichtigsten Faktoren zur Bemessung zusammen, vergleicht aktuell gängige Messverfahren und lässt Experten zu künftigen Standards zu Wort kommen.

|Dezember| Deutsches Know-how im Ausland

Exportgut Sportbusiness: Wie erfolgreich deutsche Vertreter des Sportbusiness im Ausland agieren, untersucht das Titelthema der Dezember-Ausgabe. Wer sind die größten Player und in welchem Feld agieren sie? SPONSOR^S gibt einen Überblick über diverse Märkte und zeigt Entwicklungsmöglichkeiten für das deutsche Sportbusiness im Ausland auf.

Neben dem monatlichen Magazin erscheinen auch in 2010 alle SPONSOR^S Specials (Agentur-Report, Medien-Report, Sportstätten-Report, Clubmanger-Report). Kontaktieren Sie uns, wenn Sie Interesse an den verschiedenen Werbemöglichkeiten innerhalb dieser Sonderpublikationen haben!

Anzeigenpreise

Anzeigenpreise		
Preise	Format	
	1/1 Seite 1850 Euro (s/w) 3330 Euro (4farbig*)	210 x 297 mm**
	1/2 Seite hoch 1/2 Seite quer 995 Euro (s/w) 2250 Euro (4farbig*)	102 x 297 mm** 210 x 142 mm**
	1/3 Seite hoch 1/3 Seite quer 720 Euro (s/w) 1880 Euro (4farbig*)	68 x 297 mm** 210 x 100 mm**
	1/4 Seite hoch 1/4 Seite quer 560 Euro (s/w) 1450 Euro (4farbig*)	92 x 126 mm*** 188 x 70 mm***
	1/6 Seite hoch 450 Euro (s/w) 780 Euro (4farbig*)	59 x 126 mm***
	Inselanzeige**** 320 Euro (s/w) 550 Euro (4farbig*)	60 x 60 mm

* Euroskala **Formate im Anschnitt zzgl. 3 mm Beschnittzugabe ***Satzspiegel
 Alle Preise zzgl. gesetzl. Mehrwertsteuer ***** vom Verlag auf einer Seite frei platzierbar

Vorzugsplatzierung, Beilagen, Rabatte

Preise und Zuschläge für Vorzugsplatzierungen

2. und 3. Umschlagseite (U2 + U3)	3800 Euro (4-farbig Euroskala)
gegenüberl. Seiten von U2 und U3 (bei Doppelseiten)	3800 Euro (4-farbig Euroskala)
4. Umschlagseite (U4)	4100 Euro (4-farbig Euroskala)

Alle Preise verstehen sich zzgl. gesetzl. Mehrwertsteuer

Beilagen

Beilagen bis 25 g*	2150 Euro inkl. Postgebühren
Beilagen bis 50 g*	2260 Euro inkl. Postgebühren
Beihefter 4 Seiten**	2850 Euro
Beihefter 6-Seiten**	3300 Euro
Beihefter 8-Seiten**	3900 Euro

* Höchstformat 200 x 290 mm. Beilagen sind nicht rabattfähig. **Für Beihefter bei Klebebindung bestehen spezielle Produktionsvorgaben. Bitte fordern Sie technische Details an!

Alle Preise verstehen sich zzgl. gesetzl. Mehrwertsteuer

Stellenanzeigen

Größe	Format	s/w	2-farbig
(Satzspiegel)	(Breite x Höhe mm)	Euro	Euro
1/1 hoch	189 x 258 mm	1220	1550
1/2 hoch	92 x 258 mm	660	990
1/2 quer	189 x 129 mm	660	990
1/3 hoch	59 x 258 mm	490	840
1/4 quer	188 x 70 mm	390	665
1/4 hoch	92 x 126 mm	390	665
1/6 hoch	59 x 86 mm	290	490

Alle Preise verstehen sich zzgl. gesetzl. Mehrwertsteuer

Rabatte

Nur gültig bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten (Insertionsjahr)

3-maliges Erscheinen	3%	9-maliges Erscheinen	10%
6-maliges Erscheinen	5%	12-maliges Erscheinen	15%
Agentur Provision			15%

Unsere bisherigen Werbepartner (Auszug)

1 picture	DEL	Handball BL	LR Ahlen	Puma	Toyota
2010 IHF WM OK	DERTOUR	Hellmich	LTU-Arena	Quelle Versicherungen	TRIDEM
2Plus	Deutsche Bahn	Hello Sports TV	Make it Real	Radiate Experience	Trippe Beratung
4 Sail	Deutsche Bank	Henkel	Management Forum	Reed Exhibitions	TS Tribünenbau
4attention	Deutsche Golf Online	Hochtief	Mattern & Company	Rewe	TSG Hoffenheim
Abold	Deutsche Telekom	Hockenheimring	Media Consulta	Riders Cup	T-Systems
Act	Deutscher Herold	Holsten Brauerei	Medienfabrik	Roland Berger	TUI
Actori	DFB	HSH Nordbank Arena	Gütersloh	Roth Lorenz	TV Großwallstadt
Adam Opel	Diebels	HSV	MEG Göttingen Basketball	Rugo Kommunikation	TVN
ADIG	DLV	Hugo Boss	Messe Düsseldorf	S20	Uni Bayreuth
Akzio	DMS	HypoVereinsbank	Messe Erfurt	Sachsenring	Universum Box-
Allsport	dpa	IFM Medienanalysen	Messe Frankfurt	SAP Arena	Promotion
ALNO	Dresdner Bank	Imago	Messe Stuttgart	Sauerland Event	UPS
Anpfiß ins Leben	DSF	IMG	Mitsubishi	Schalke 04	Upsolut
Anschutz	DSM	Impire	Motorsport Sachsen	Schenker Deutschland	Veltins
Entertainment	Dt. Bobverband	Imtech	Motor Sport Presse	Schmidt & Kaiser	Vermarkter
APA	Dt. Motorsportbund	In. Stuttgart	MPM	Screen Vision	VETO
APF	Dt. Sparkassen	Initiative Media	MS & L Selvage & Lee	Seat	VFB Stuttgart
Ashurst	Düsseldorf Marketing	Internova	MTV	SetOne	VFL Wolfsburg
Arcor	DWS	Intersnack	NFL Europe	Siemens	Vhaus
ARD	EHF	Interwetten	ntv	Signalwerk	Viessmann
Arena Oberhausen	E.ON Ruhrgas	IP Deutschland	Nürburgring	Skidata	Vieten Tours
Arena One	Eichels Event	ISA Sportsagency	Nürnberger	Sony	Volvo
ATP	Emotion	ISE	Versicherung	Sponsor Add	VW
Audi	EnBW	ISTAF	Nüssli	Sponsor Service	Wacker Burghausen
Avantgarde	Erdinger	Jonas Rechtsanwalts-	Obi	Sportamt München	Waldhof Mannheim
Avitos Giessen	Ernst & Young	gesellschaft	Observer	Sport & Markt	Walter Knoll
AWD	ESB	Jung Bonbon	Octagon	Sport 1	Warsteiner
Axel Springer	Eschenbach Zellebau	Karstadt Quelle	Oddset	Sport A	Welling
Banf	Escon Marketing	Kentaro	Olympia Leipzig	Sport First	Sportmarketing
Bayer AG	Euroforum	Kicker Sportmagazin	Olympiapark München	SportBild	Werder Bremen
Bayer Leverkusen	Eurosport	KIK	Olympia-Stadion	Stadion Frankfurt	Westfalenhalle
Bayern München	Expromo	Klitschko Management	Berlin	Management	Wige
BBL	Fair Play	Kogag	Panasonic	Sadtsparkasse Köln	Wirtschaftskammer
BDW	Felten & Cie.	Köln Arena	Paulaner Brauerei	Talkline	Österreich
Beiten Burkhardt	FILA	Kölner Sportstätten	Payment Solution	TEAM	WM Motorsport
Bitburger	Gahrens & Battermann	König Brauerei	Philip Morris	The Sportsman Media	WM Sportmedia
BMW	Gauselmann	König Palast Krefeld	Plazamedia	Group	World Games
Borussia Mgladbach	German Event	Krombacher	Pleon	Group	WWP
Bwin	Gerolsteiner	La Ola	Polytan	Group	Yahoo
CHIO Aachen	Gerry Weber	Landau Media	Porsche	Group	Zakspeed
CMS Hasche Sigle	Global Marketing	Landesbank BW	Premiere	Group	ZDF
Color Line Arena	Global MMK	Lausitzring	Preussag Arena	Group	Zürich Gruppe
Contact	Global Sport Ne	Leipziger Messe	Projekt B	Group	
Daimler Chrysler	Go Gas Goch	Licher	Promogolf	Group	
Daktronics	Golf German Masters	Logopaint	Prosm	Group	
Debitel	Grey Brandcare	Losberger Intertent	ProSieben Sat1 Media	Group	
Dekra	Gruner + Jahr	Loyalitiy Partner		Group	

Allgemeine und technische Daten

Allgemeine Daten	
Titel:	SPONSOR ^S
Ø verbreitete Auflage:	3800
Erscheinungstermin:	monatlich zum Anfang des Monats,
Redaktionsschluss:	jeweils zum 20. des Vormonats
Anzeigenschluss:	jeweils zum 15. des Vormonats
Druckunterlagenschluss:	jeweils zum 18. des Vormonats
Zahlungsbedingungen:	2% Skonto bei Zahlung innerhalb von 8 Tagen

Technische Daten	
Zeitschriftenformat:	210 mm breit x 297 mm hoch
Satzspiegel:	189 mm breit x 258 mm hoch (3 Spalten à 59 mm Breite)
Druckverfahren:	Bogenoffset, vierfarbig Euroskala
Bindeverfahren:	Klebebindung (Hotmelt)
Papier:	100 g/qm Bilderdruck matt gestrichen
Raster:	70er Raster
Druckunterlagen:	druckfähige PDF-Datei mit 300 dpi Bildauflösung (bei 2400 dpi Dateiauflösung) Dateiname enthält SPONSORS oder SPO mit Proof
per E-Mail:	anzeigen@sponsors.de
auf Datenträger an:	E.H.S. Druck GmbH, Herrn Michael Braak Industriestraße 10, 22869 Schenefeld
Ansprechpartner:	Kerstin Krug, Tel. 0221/9129970
Beilagen:	maximales Format 200 x 290 mm,
Anlieferung:	bis zum 18. des Vormonats an Druckerei Siepmann GmbH Ruhrstr. 126, 22761 Hamburg
Beihefter:	Müssen vor Auftragsbestätigung auf ihre technische Verarbeitung hin überprüft werden. Technische Details zu Beiheftern bei Klebebindung auf Anfrage.

Weitere Ansprechpartner

SPONSORS Büros

Hamburg (Hauptsitz): Donnerstraße 10–20
22763 Hamburg
Geschäftsführender Chefredakteur
Marco Klewenhagen

Tel 0 40/4 13 30 08-0
Fax 0 40/4 13 30 08-49
Tel 0 40/4 13 30 08-11
Mail klewenhagen@sponsors.de

Mainz:
(Abonnement und Buchhaltung)

Dekan-Laist-Str. 17
55129 Mainz

Verleger und Herausgeber:
Manfred Schlösser

Leserservice:
Kerstin Praß

Tel 0 61 31/9 58 36-36
Fax 0 61 31/9 58 36-6
Tel 0 61 31/9 58 36-23
Mail schloesser@sponsors.de
Tel 0 61 31/9 58 36-23
Mail prass@sponsors.de

Grafik/Layout:

E.H.S. Druck GmbH
Industriestr. 10
Michael Braack
Katharina Sichert
22869 Schenefeld

Tel 0 40/8 40 56 47-0
Mail m.braack@ehsdruck.de
Mail k.sichert@ehsmedia.de

Druckerei:

Druckerei Siepmann GmbH
Thomas Siepmann
Ruhrstr. 126
22761 Hamburg

Tel 0 40/85 31 30-0
Mail info@siepmanndruck.de

Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden „Allgemeinen Geschäftsbedingungen“ ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungs-treibenden oder sonstiger Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel vor Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
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. Werden nach Anzeigenschluss Aufträge storniert, fallen Storno-gebühren in Höhe von 10% des Auftragswertes an, mindestens jedoch in Höhe von 100,- Euro.
4. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auf-traggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf die-se Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik ab-gedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
6. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
7. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der tech-nischen Form nach einheitlich, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzu-lehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden.
8. 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 Ein-druck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen ent-halten, werden nicht angenommen.
9. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
10. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterla-gen 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.
11. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeigen Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine ein-wandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages.
12. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt.
13. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Ver-treters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt.
14. Im Kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für gro-be Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt.

15. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang der Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
16. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag be-rücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Pro-beabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
17. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach der Art der An-zeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
18. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, spä-testens aber 30 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt.
19. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rech-nung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zah-lungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
20. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten be-rechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auf-trages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung ver-langen.
21. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Ver-lag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen wei-terer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vor-auszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge ab-hängig zu machen.
22. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollstän-dige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an sei-ne Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
23. Kosten für erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
24. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie um mehr als 20 v. H. sinkt.
25. Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weiter-gabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet.
26. Die Eingänge auf Chiffreanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in die-ser 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 Miss-brauch des Chiffredienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäft-lichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.
27. Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
28. Der Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.
29. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Ver-lages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz.
30. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers auch bei Nicht-Kaufleu-ten im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Ver-tragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.