

# SPONSORS



2012

## Mediadaten 2012

# SPONSOR<sup>S</sup> - Portfolio und Zielgruppe

## SPONSOR<sup>S</sup> MAGAZIN

Das monatlich erscheinende SPONSOR<sup>S</sup> MAGAZIN ist das führende Fachblatt für die deutschsprachige Sportbusiness-Branche. Seit 1996 profitieren unsere Abonnenten von exklusiven Informationen und geballtem Wissen aus dem Sponsoring und Sportbusiness.

SPONSOR<sup>S</sup> 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 Erläuterungen zu sportrechtlichen Hintergründen, Serviceleistungen wie Branchenreports, Personalities und vieles mehr.

## Zielgruppen

- Entscheider und Budgetverantwortliche in Deutschland, Österreich und der Schweiz, die im Sportbusiness tätig sind
- Agenturen der verschiedenen Sportbusiness-Felder wie Sponsoring-Beratung, Media, PR, Event, Incentive, Hospitality etc.
- Clubs, 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<sup>S</sup> Produkte



Die SPONSOR<sup>S</sup> ONLINE-NEWS bieten täglich exklusive Nachrichten aus dem Sportbusiness und Sponsoring.



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



Das SPONSOR<sup>S</sup> ONLINE-ARCHIV ist mit dem Zugriff auf mehr als 20 000 redaktionelle SPONSOR<sup>S</sup>-Beiträge ideal für fachspezifische und tiefgehende Recherchen.



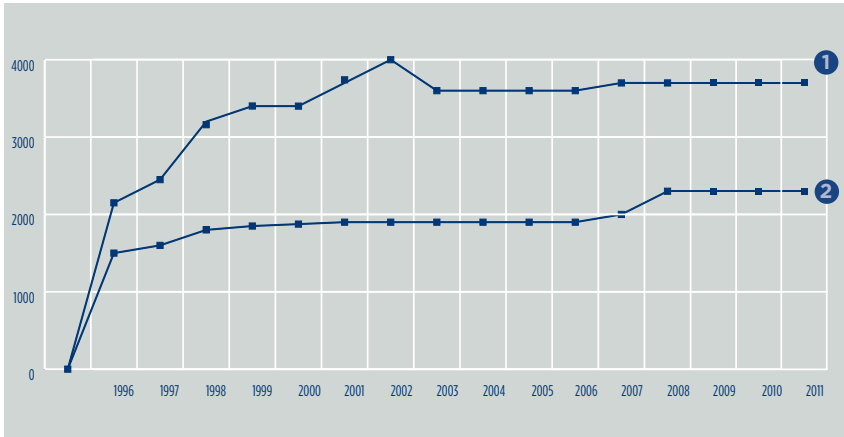
SPONSOR<sup>S</sup> veröffentlicht Specials zu Themen wie Sportstätten und Medien. Die jährlich erscheinenden Best Cases (Bestandteil des SPONSOR<sup>S</sup> Networker) ermöglichen Unternehmen eine prominente, redaktionelle Präsenz.



SPONSOR<sup>S</sup> veranstaltet jedes Jahr hochrangige Fachkongresse für die Sportbusiness-Branche, wie z. B. den SpoBiS, den Sports Venue Summit, den Sports Media Summit und den Clubmanager Summit.

Auch SPONSOR<sup>S</sup> ONLINE bietet Ihnen vielfältige und zielgerichtete Werbemöglichkeiten! Weitere Informationen finden Sie unter [www.sponsors.de](http://www.sponsors.de)!

# Auflage

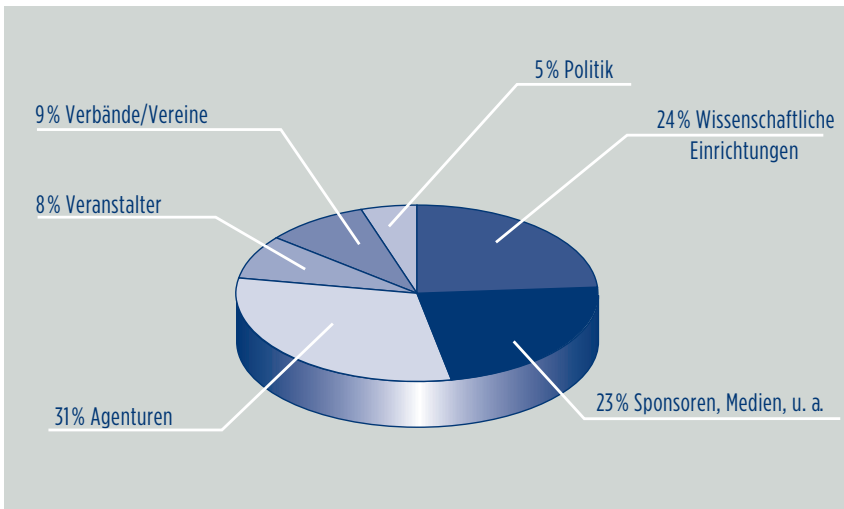


1 durchschnittl. gedruckte Auflage: 3900

2 durchschnittl. verkaufte Auflage: 2250

(Stand: Oktober 2011)

# Leserstruktur



(Stand: Oktober 2011)

# Titelthemen 2012

## Für Ihre Anzeigen

Druckunterlagenschluss: 18. des Vormonats

Anzeigenschluss: 15. des Vormonats

### |Januar| Sportvermarkter

Bei der Einschätzung von Sportvermarktungsagenturen und deren künftigen Marktchancen scheiden sich die Geister. Tatsache ist: Bei der Vermarktung der wichtigsten Sport- und Medienrechte kämpfen seit Jahren die gleichen Agenturen um Mandate. SPONSOR<sup>S</sup> blickt deshalb auf das Innenleben der drei führenden Sportrechteagenturen Lagardère Unlimited, IMG und Infront Sports & Media, erklärt, wo momentan deren größte Herausforderungen liegen, und analysiert ihre Strategien.

### |Februar| Die Köpfe der Branche

Sportbusiness ist People Business: In der Branche ist es wichtig, über ein möglichst großes Netzwerk an Kontakten zu verfügen. Schließlich werden Verträge nicht erst im Büro des Geschäftsführers ausgehandelt. Doch wer sind die Schlüsselfiguren der Sportbusiness-Szene? Wer sind die Entscheidungsträger und Budgetverantwortlichen? Und wessen Name darf in keinem Adressbuch fehlen? SPONSOR<sup>S</sup> stellt die wichtigsten Köpfe der Branche vor.

#### **Event** SpoBiS (13.–14. Februar)

### |März| Motorsport

Mit Formel-1-Weltmeister Sebastian Vettel ist ein würdiger Thronfolger für Michael Schumacher im Motorsportland Deutschland gefunden. Steht der Red-Bull-Pilot für eine neue goldene Ära? Und wie wirkt sich sein Erfolg auf andere Rennserien aus, die hierzulande traditionell im Schatten der Formel 1 stehen? SPONSOR<sup>S</sup> spricht zu Beginn der Saison mit den wichtigsten Vertretern der größten Serien, Sponsoren sowie Medien, analysiert die Entwicklung und gibt eine Prognose für 2012.

#### **Event** Sports Gaming Summit (15. März)

### |April| Sportwetten

Der deutsche Sportwettenmarkt ist umkämpft wie selten zuvor. Neue Unternehmen wollen sich etablieren, bereits bekannte wollen sich weiter behaupten und ihre Margen vergrößern. Auslöser für die Aufbruchstimmung ist der politische Wille, den Markt für private Wettanbieter zu öffnen. SPONSOR<sup>S</sup> gibt einen Überblick zu den wichtigsten Marktteilnehmern und ihren Strategien sowie zu der politischen und rechtlichen Lage im Land.

#### **Event** Sports Media Summit (26. April)

### |Mai| Stadien & Arenen

Der Wettbewerb unter Stadien und Arenen um die Ausrichtung von Events aller Art lässt nicht nach. Im Gegenteil: Jahr für Jahr entstehen weltweit neue Sporttempel mit immer innovativeren Konzepten. Wie können bereits bestehende Sportstätten in diesem Konkurrenzkampf mithalten? Wann lohnen sich Umbau und Nachrüstungen? SPONSOR<sup>S</sup> blickt hinter die Kulissen aktueller Bauprojekte, beantwortet wichtige Kernfragen und spricht mit Experten über Trends und Entwicklungen.

### |Juni| Sponsoring & Social Media

Soziale Netzwerke bestimmen den Alltag werbetreibender Unternehmen, von Sportverbänden und Vereinen. Um die Wirkung eines Sponsorships millionenfach zu multiplizieren, können Facebook, Twitter und Co. eine wichtige Rolle einnehmen. SPONSOR<sup>S</sup> spricht mit Experten, stellt Best-Practice-Beispiele und Strategien vor, diskutiert oft begangene Fehler sowie Schwierigkeiten bei der Umsetzung und liefert Lösungsansätze zu einer optimalen Verknüpfung von Sponsoring und Social Media.

# Titelthemen 2012

## Für Ihre Anzeigen

Druckunterlagenschluss: 18. des Vormonats

Anzeigenschluss: 15. des Vormonats

### |Juli| Fußballbundesliga

Vor dem Start in die neue Spielzeit betrachtet SPONSOR<sup>S</sup> die Entwicklung der Fußballbundesliga und präsentiert aktuelle Zahlen und Fakten aus der Marktforschung und Medienanalyse. Im Fokus stehen zudem Übersichten über Sponsorships und Vermarktungspartnerschaften sowie Hintergründe aus dem deutschen Fußball-Oberhaus. Ein Schwerpunkt liegt auf dem Bereich Medien und der Frage, wie sich die Bundesliga künftig national und international positionieren möchte.

### |August| „Stadt, Land, Sport“ – Die Hauptstädte des Sports/Städtemarketing

Egal ob Olympische Spiele in Rio de Janeiro, Marathon in London oder Ski-Weltcup in München: Städte rund um den Globus wollen sich aus wirtschaftlichen und vor allem marketingrelevanten Gründen als Sportstädte positionieren. Wie müssen sich Städte aufstellen, um zu den Top-Ausrichtern zu gehören? Welche Events lohnen sich und passen zu welcher Stadt? SPONSOR<sup>S</sup> erklärt die Konzepte erfolgreicher Sportstädte und beleuchtet Strategien von Verbänden bei der Auswahl von Event-Gastgebern.

### |September| Medien

In immer kürzeren Abständen erobern technische Innovationen die Medienwelt. Doch genauso rasch wie ihr Aufstieg ist oftmals auch ihr Abstieg. Welche Ideen sind nur Luftblasen und welche Visionen sind tatsächlich zukunftsfähig? SPONSOR<sup>S</sup> analysiert, wie sich die neuesten Entwicklungen auf das Sportbusiness auswirken, erklärt, welchen Trend die Branche keinesfalls verpassen darf und wo die Reise der Sportmedien künftig hingehen wird.

**Event Sports Venue Summit** (5.–6. September)

### |Oktober| Wintersport

Kurz vor dem ersten Schneefall müssen Vermarktungsagenturen, Fernsehsender und Organisationskomitees im Wintersport ihre letzten Hausaufgaben machen. Konzepte werden angepasst, die letzten Werbe- und Medienrechte vergeben und freie Sponsorenpakete am Markt angeboten. SPONSOR<sup>S</sup> erklärt den Wintersportmarkt, stellt werbetreibende Unternehmen und deren Werbestrategien vor und zeigt, was in der kommenden Saison sonst noch neu in den Bergen ist.

### |November| Deutschlands Sportverbände

Unter den deutschen Sportverbänden steht der Deutsche Fußball-Bund mit Abstand am besten da. Der DFB hat das meiste Geld, das höchste Ansehen und die meisten Mitglieder. Andere Verbände tun sich vergleichsweise schwer. Bei einigen hat sich aber die Überzeugung durchgesetzt, dass mit frischen Ideen und Konzepten Boden gut gemacht oder zumindest ein Negativtrend aufgehalten werden kann. Eine Analyse der deutschen Sportverbandswelt.

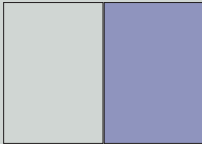
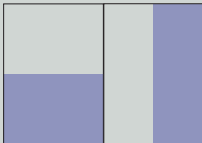
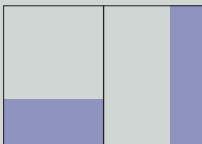
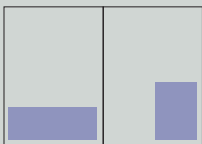
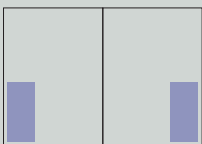
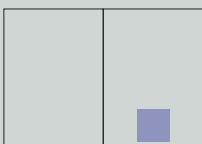
**Event Clubmanager Summit** (5. November)

**Event Motorsport Summit** (29. November)

### |Dezember| Fußball International

Die Fußballbundesliga hat im internationalen Vergleich inzwischen deutlich aufgeholt. Nicht zuletzt durch die von der UEFA eingeführte Financial-Fair-Play-Regelung könnten die Abstände im europäischen Vereinsfußball weiter schrumpfen. SPONSOR<sup>S</sup> richtet den Blick ins Ausland, spricht mit internationalen Experten, Vereins- und Verbandsvertretern und beleuchtet den internationalen Status quo bei der Werbe- und Fernsehrechtevermarktung.

# Anzeigenpreise

Anzeigenpreise	
Preise	Format
 <p><b>1/1 Seite</b> 1850 Euro (s/w) 3330 Euro (4-farbig*)</p>	210 x 297 mm**
 <p><b>1/2 Seite hoch</b> <b>1/2 Seite quer</b> 995 Euro (s/w) 2250 Euro (4-farbig*)</p>	102,5 x 297 mm** 210 x 142 mm**
 <p><b>1/3 Seite hoch</b> <b>1/3 Seite quer</b> 720 Euro (s/w) 1880 Euro (4-farbig*)</p>	67 x 297 mm** 210 x 100 mm**
 <p><b>1/4 Seite hoch</b> <b>1/4 Seite quer</b> 560 Euro (s/w) 1450 Euro (4-farbig*)</p>	91,5 x 126 mm*** 189 x 70 mm***
 <p><b>1/6 Seite hoch</b> 450 Euro (s/w) 780 Euro (4-farbig*)</p>	59 x 126 mm***
 <p><b>Inselanzeige****</b> 320 Euro (s/w) 550 Euro (4-farbig*)</p>	69 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)
gegenüberliegende 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 mit 4 Seiten**	2850 Euro
Beihefter mit 6 Seiten**	3300 Euro
Beihefter mit 8 Seiten**	3900 Euro
* Höchstformat 200 x 290 mm. Beilagen sind nicht rabattfähig. Bitte fordern Sie technische Details an!	
**Für Beihefter bei Klebebindung bestehen spezielle Produktionsvorgaben. Alle Preise verstehen sich zzgl. gesetzl. Mehrwertsteuer.	

## Stellenanzeigen

Größe	Format	s/w	2-farbig
(Satzspiegel)	(Satzspiegel)	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 %

# Unsere bisherigen Werbepartner (Auszug)

1 picture	DB Schenker	German Event	Lausitzring	ProSM	Toyota
2Plus	Debitel	Gerolsteiner	Ledavi	Puma	Toyota HBL
4 Sail	Dekra	Gerry Weber	Leipziger Messe	Reed Exhibitions	TRIDEM
4attention	DEL	Global MMK	Licher	Rewe	Trippe Beratung
Abold	Delius Klasing Verlag	GMR	LogoPaint	Rhein Energie Stadion	Triumph Media Group
Act	Deloitte	Go Gas Goch	Losberger Intertent	Roland Berger	TS Tribünenbau
Actori	DERTOUR	Golf German Masters	Make it Real	Roth & Lorenz	TSG Hoffenheim
Adam Opel	Deutsche Bahn	Grey Brandcare	Management Forum	Rugo Kommunikation	TUI
ADIG	Deutsche Bank	Gruner+Jahr	Mattern & Company	Ryder Cup	TUI Arena
Akzio	Deutsche Golf Online	Hellmich	Media Consulta	S20	TV Grosswallstadt
Allianz	Deutsche Telekom	Henkel	Medienfabrik	Sachsenring	TVN
Allianz Arena	Deutscher Herold	Hochtief	Gütersloh	SAP Arena	Uni Bayreuth
ALNO	DFB	Hockenheimring	Messe Düsseldorf	Sauerland Event	Unity
Anpff ins Leben	DFL	Holsten Brauerei	Messe Erfurt	Schalke 04	Universon
Anschutz	Diebels	HSV	Messe Frankfurt	Screen Vision	Box-Promotion
Entertainment	DLV	Hugo Boss	Messe Stuttgart	Seat	UPS
APA	DMS	HypoVereinsbank	Mitsubishi	Siemens	Upsolut
APF	dpa	Hyundai	Motorsport Sachsen	Signalwerk	Veltins
Arcor	DSM	IFM Medienanalysen	Motor Sport Presse	Skidata	VETO
ARD	Dt. Bobverband	Imago	MPM	Sky	VFB Stuttgart
Arena One	Dt. Motorsportbund	IMG	MS & L Selvage & Lee	Sony	VfL Wolfsburg
Ashurst	Dt. Sparkassen	Impire	MS Print	Sponsor Add	Vhaus
ATP	Düsseldorf Marketing	Imtech	NFL Europe	Sponsor Service	Viessmann
Audi	DVAG	Infront	ntv	Sport+Markt	Vientours
Avantgarde	DWS	Initiative Media	Nürburgring	Sport 1	Volvo
AWD	EHF	Interactive	Nürnberger	Sport A	VW
Axel Springer	E.ON Ruhrgas	Internova	Versicherung	Sportamt München	Wacker Burghausen
Banf	Eichels Event	Intersnack	Nüssli	SportBild	Waldhof Mannheim
Bayer AG	Emotion	Interwetten	O2 World	Sportfive	Walter Knoll
Bayer Leverkusen	EnBW	IP Deutschland	Obi	Sportstadt Düsseldorf	Warsteiner
Bayern München	Engel Display	ISA Sportsagency	Observer	Sportwerk	Welling
BDW	Entega	ISE	Octagon	Stadion Frankfurt	Werder Bremen
Beiten Burkhardt	Erdinger	ISTAF	Oddset	Management	Wige
Beko	Ergo	Jonas Rechtsanwalts- gesellschaft	Olympia Leipzig	Stadionwelt	Wirtschaftskammer
Beko BBL	Ernst & Young	Jung Bonbon	Olympia-Stadion	Stechert	Österreich
Bitburger	ESB	Kentaro	Olympiapark München	Talkline	WM Motorsport
BMW	Eschenbach Zeltbau	Kicker Sportmagazin	Panasonic	T-Systems	WM Sportmedia
Borussia M' gladbach	Escon Marketing	Klitschko	Paulaner	The Sportsman Media Group	World Games
Bwin	Esprit Arena	Management	Payment Solution	Ticket Corner	WPP
Carlsberg	Euroforum	Kogag	Philip Morris	Ticket Online	Yahoo
CHIO Aachen	Eurokartensysteme	Kölnener Sportstätten	Plazamedia	Ticketmaster	Zakspeed
CMS Hasche Sigle	Eurosport	König Brauerei	Pleon	Tischtennis Marketing	ZDF
Coface	Expromo	König Palast Krefeld	Polytan	TNS-Ernid	Zürich Gruppe
Commerzbank	Fair Play	Kraft Foods	Porsche	Tolimit	
Contact	FIFA	Krombacher	Projekt B	Top 10 Sport	
CTS Eventim	FILA	Lanxess Arena	ProSieben Sat1 Media	Top Sport	
Daimler	Gauselmann	Landesbank BW	Proske Group	Total Sports Asia	
Daktronics	Geldkarte				

## Allgemeine und technische Daten

Allgemeine Daten	
<b>Titel</b>	SPONSOR <sup>S</sup>
<b>Ø Auflage</b>	3900
<b>Erscheinungstermin</b>	monatlich zum Anfang des Monats
<b>Redaktionsschluss</b>	jeweils zum 20. des Vormonats
<b>Anzeigenschluss</b>	jeweils zum 15. des Vormonats
<b>Druckunterlagenschluss</b>	jeweils zum 18. des Vormonats
<b>Zahlungsbedingungen</b>	Zahlung innerhalb von 8 Tagen netto

Technische Daten	
<b>Zeitschriftenformat</b>	210 mm breit x 297 mm hoch
<b>Satzspiegel</b>	189 mm breit x 258 mm hoch (3 Spalten à 59 mm Breite)
<b>Druckverfahren</b>	Bogenoffset, vierfarbig, Euroskala
<b>Bindeverfahren</b>	Klebebindung (Hotmelt)
<b>Papier</b>	100 g/qm Bilderdruck, matt gestrichen
<b>Raster</b>	70er Raster
<b>Druckunterlagen</b>	druckfähige PDF-Datei mit 300 dpi Bildauflösung (bei 2400 dpi Dateiauflösung). Dateiname enthält SPONSOR <sup>S</sup> oder SPO mit Proof
per E-Mail	anzeigen@sponsors.de
auf Datenträger an	E.H.S. Druck GmbH, Stichwort: SPONSOR <sup>S</sup> , Industriestraße 10, 22869 Schenefeld
Ansprechpartner	Philip Rieneck, Philipp Timm, Tolga Baykal Tel. 0 40/4 13 30 08-0
<b>Beilagen</b>	maximales Format: 200 x 290 mm
Anlieferung	bis zum 18. des Vormonats an Druckerei Siepmann GmbH Ruhrstr. 126, 22761 Hamburg
<b>Beihefter</b>	Müssen vor Auftragsbestätigung auf ihre technische Verarbeitung hin überprüft werden. Technische Details zu Beiheftern bei Klebebindung auf Anfrage

## Weitere Ansprechpartner

### **SPONSORS Büros**

#### **Hamburg (Hauptsitz): Geschäftsführender Chefredakteur und Mitherausgeber:**

Marco Klewenhagen  
Theodorstraße 42-90 (Haus 11)  
22761 Hamburg

Mail [info@sponsors.de](mailto:info@sponsors.de)  
Fon 0 40/4 13 30 08-0  
Fax 0 40/41 33 0 08-19

#### **Mainz:**

#### **Verleger und Herausgeber:**

Manfred Schlösser  
Dekan-Laist-Str. 17  
55129 Mainz

Mail [info@sponsors.de](mailto:info@sponsors.de)  
Fon 0 61 31/9 58 36-0  
Fax 0 61 31/9 58 36-6

#### **Grafik/Layout:**

#### **E.H.S. Druck GmbH**

Wiebke Rauchhaus,  
Jasmin Spreckels  
Industriestr. 10  
22869 Schenefeld

Mail [sponsors@ehsmedia.de](mailto:sponsors@ehsmedia.de)  
Mail [sponsors@ehsmedia.de](mailto:sponsors@ehsmedia.de)  
Fon 0 40/8 40 56 47-0

#### **Druckerei:**

#### **Druckerei Siepmann GmbH**

Thomas Siepmann  
Ruhrstr. 126  
22761 Hamburg

Mail [info@siepmanndruck.de](mailto:info@siepmanndruck.de)  
Fon 0 40/85 31 30-0

# Allgemeine Geschäftsbedingungen

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

2. Anzeigen sind im Zweifel zur 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 tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Werden nach Anzeigenschluss Aufträge storniert, fallen Stornogebühren in Höhe von 10 % des Auftragswertes an, mindestens jedoch in Höhe von 100,- Euro.

Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

4. 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 Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

5. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

6. 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 Verlages abzulehnen, 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. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen.

Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

7. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentages und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

8. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeigen 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 Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. 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.

Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt.

Im Kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe 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.

Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang der Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

9. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

10. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach der Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

11. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, spätestens aber 30 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

12. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen.

Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

13. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegexemplare oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

14. Kosten für erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

15. 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.

16. Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Chiffreanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Chiffredienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

17. Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

18. Der Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.

Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt 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 Verlages vereinbart.