

# MEDIADATEN

Anzeigenpreisliste Nr. 51c, gültig ab 01. Januar 2010  
Alle Informationen auch online: [www.backmedia.info](http://www.backmedia.info)

# 2010



Wochenausgabe



**INHALTSVERZEICHNIS:**

- AMF-Karte 1: Redaktion/Verlag  
Umfangs- und Inhalts-Analyse
- AMF-Karte 2: Auflagen- und Verbreitungs-Analyse
- AMF-Karte 3-E: Empfänger-Struktur-Analyse
- AMF-Karte 4: Leser-Blatt-Bindung
- AMF-Karte P: Anzeigenpreisliste 2010
- AMF-Karte T: Redaktionsplan 2010,  
Termin- und Themenplan
- Marktpotenzial und Marktdynamik: Die einzelnen  
Marktsegmente
- AMF-Karte O: Anzeigen & Aufmerksamkeit
- Allgemeine Geschäftsbedingungen
- Ansprechpartner vor Ort
- Bäcker Zeitung: Media Informationen 2010

**IHRE GESPRÄCHSPARTNER:**

## Anzeigen

- Katja Lofi  
Telefon: 0234 90199-10  
Telefax: 0234 90199-19  
e-mail: lofi@backmedia.info

## • Johanna Zaborowski

- Telefon: 0234 90199-74  
Telefax: 0234 90199-19  
e-mail: zaborowski@backmedia.info

## Redaktion

- Heike Arends  
Telefon: 0234 90199-42  
Telefax: 0234 90199-99  
e-mail: arends@backmedia.info

## Vertrieb

- BackMedia Leser-Service  
Telefon: 05181 8004-40  
Telefax: 05181 8004-81  
e-mail: info@gilde-verlagsservice.de  
Anschrift: Föhrster Str. 8, 31061 Alfeld/Leine

**1 Kurzcharakteristik:** Die Bäcker Zeitung ist fest in den Handwerksbäckereien verankert. Durch die regionalen Schwerpunkte können Anzeigenkunden zielgenau ihre Zielgruppe erreichen.

Die Bäcker Zeitung ist der Traditionstitel im Hause BackMedia mit hundertjähriger Geschichte und einer sehr hohen Leser-Blatt-Bindung. Die Berichterstattung ist auf die betriebliche Praxis kleiner und mittlerer Handwerksbetriebe ausgerichtet. Die wöchentliche Erscheinungsweise garantiert hohe Aktualität. Die Bäcker Zeitung ist traditionell stark im Norden und Osten Deutschlands.

**2 Mitgliedschaften:** Internationaler Journalistenverband der Bäckerfachpresse e.V.,

**3 Organ:** -

**5 Redaktion:** Geschäftsführender Cefredakteur:  
Hermann Kleinemeier  
Chefredaktion: Heike Arends

**6 Anzeigen:** Anzeigengesamtleitung:  
Katja Lofi

**7 Jahrgang/Jahr:** 102. Jahrgang 2010  
**Erscheinungsweise:** 40 x jährlich

**8 Verlag:** BackMedia Verlagsgesellschaft mbH

**9 Postanschrift:** Postfach 10 20 50, 44720 Bochum  
**Hausanschrift:** Vierhausstr. 112, 44807 Bochum

**10 Telefon:** 0234 90199-0 (Zentrale)  
**Telefax:** 0234 90199-99

**11 Internet:** www.backmedia.info  
**Email:** arends@backmedia.info

**12 Termin- und Themenplan:** s. Anlage

**13 Bezugspreis:** Jahresbezugspreis: € 125,- Inland  
€ 140,- Ausland  
(inkl. MwSt u. Porto)  
€ 5,-  
Einzelheft:  
ISSN-Nr. 0342-9939

**14 Umfangsanalyse:** 1. Januar 2008 bis 31. Dezember 2008  
= 40 Ausgaben

---

**Zeitschriftenformat:** DIN/A 4

**Gesamtumfang:** 1.561

**Redaktionsteil:** 1.421

**Anzeigenteil:** 140

**davon**

**Einhefter:** -

**Beilagen:** 15

---

**15 Inhalts-Analyse des Redaktionsteils:** nicht erhoben

## 16 Auflagenkontrolle: -

<b>17 Auflagen-Analyse:</b>	Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt (1. Juli 2008 - 30. Juni 2009)	
<b>Druckauflage:</b>	5.800	
<b>tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):</b>	5.513	
	3.724	Abonnierte Exemplare und 612 sonstiger Verkauf
<b>Verkaufte Auflage:</b>	4.336	45 durch Einzelverkauf
<b>Freistücke:</b>	1.177	
	287	Restmenge, Archiv- und Belegexemplare

## 18 Geographische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage %	Exemplare
Baden-Württemberg	2,63	138
Bayern	1,75	92
Berlin	2,89	152
Brandenburg	5,29	278
Bremen	0,69	36
Hamburg	1,03	54
Hessen	7,54	396
Mecklenburg-Vorpommern	4,67	245
Niedersachsen	20,64	1084
Nordrhein-Westfalen	11,88	624
Rheinland-Pfalz	2,65	139
Saarland	0,91	48
Sachsen	11,77	618
Sachsen-Anhalt	7,08	372
Schleswig-Holstein	9,37	492
Thüringen	9,21	483
Bundesrepublik Deutschland gesamt:	95,25	5.251
Ausland gesamt:	4,75	262
<b>tatsächlich verbreitete Auflage:</b>	<b>100,0</b>	<b>5.513</b>

## KURZFASSUNG DER ERHEBUNGSMETHODE:

### Verbreitungs-Analyse

Total-Erhebung durch Dateiauswertung

**1 Beschaffenheit der Datei:** In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger auf EDV erfasst. Die Datei ist nach Inlands- und Auslands-Empfängern gegliedert.

**2 Untersuchungsform:** Verbreitungsanalyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

**3 Tag der Dateiauswertung:** 01. August 2009

### 4 Struktur der Empfängerschaft bei Erhebungsbeginn:

a) Gesamtzahl der Empfänger in der Datei = 12.890  
 b) Struktur der Empfängerschaft einer aktuellen durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen (Untersuchung basierend auf der Ausgabe 25/2009)

- verkaufte Auflage	4.294
- ständige Freistücke	482
- wechselnde Freistücke	517
- Einzelverkauf	40
- Werbeexemplare + Messeverbreitung	180

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	5.513
davon Inland	5.251
davon Ausland	262

### 5 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	5.513	= 100,00 %
In der Untersuchung nicht erfasst:	0	= 0 %

Die Untersuchung repräsentiert: 5.513 = 100,00 %

**6 Beschreibung der Erhebung:** Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitung im Inland und im Ausland wurden auf die tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt gemäß AMF-Ziffer 17 projiziert.

**7 Zielperson der Untersuchung:** entfällt

**8 Definition des Lesers:** entfällt

**9 Schwankungsbreite:** entfällt

**10 Durchführung der Untersuchung:** Verlag

**11 Zeitraum der Untersuchung:** Juli 2009

Diese Untersuchung entspricht in Anlage, Durchführung und Berichterstattung dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträger-Analysen, in der aktuellen Fassung.

## 19 Branchen/Wirtschaftszweige/Fachrichtungen/Berufsgruppen:



Abteilung/ Gruppe/ Klasse	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Projektion (≈)
15.8	Ernährungsgewerbe	73,26	4.039
	Herstellung von Backwaren	67,94	3.745
	Herstellung von Konditoreiwaren	3,86	212
	Herstellung von Dauerbackwaren	0,87	48
	Herstellung von Süßwaren	0,58	32
52	Facheinzelhandel	7,11	392
	Einzelhandel, Hauptrichtung Nahrungsmittel	2,10	116
	Einzelhandel mit Back- und Süßwaren	5,01	276
55.3	Speisengeprägte Gastronomie	8,07	445
	Cafés, Konditorei-Cafés, Coffeeshops	3,59	198
	Snack, Imbiss	4,48	247
80.22	Berufsbildende weiterführende Schulen, Fachschulen, Berufsakademien	3,39	187
91.33	Wissenschaft, Universitäten, Institute, Verbände, Bibliotheken, Archive	1,63	90
-	Zulieferer, Technik, Ausstattung, Handel, Großhandel	4,21	232
-	Agenturen, Vertreter, Reisende	2,33	128
	<b>tatsächlich verbreitete Auflage</b>	<b>100,0</b>	<b>5.513</b>

**22 Schulbildung / Berufl. Ausbildung:** \*)

**23 Alter:** \*)

**24 Gemeindegrößenklasse:** \*)

- 1 Zeitschriftenformat:** 210 mm breit, 297 mm hoch (DIN/A 4)
- 2 Satzspiegel:** 189 mm breit, 270 mm hoch  
**Spaltenzahl:** 4 Spalten, Spaltenbreite 45 mm
- 3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:** Bogenoffset, Klammerheftung, unsere Druckerei produziert CtP (Computer to plate). Unser Merkblatt „Technische Daten für Anzeigen“ finden Sie unter [www.backmedia.info](http://www.backmedia.info).
- 4 Termine :** Erscheinungsweise: 40x jährlich
- 5 Verlag:** BackMedia Verlagsgesellschaft mbH  
 Postfach 10 20 50, 44720 Bochum  
 Vierhausstr. 112, 44807 Bochum  
 Internet: [www.backmedia.info](http://www.backmedia.info)  
 Anzeigenabteilung:  
 Tel.: 0234 90199 -10, -16, -17  
 Fax: 0234 90199 - 19
- 6 Zahlungsbedingungen:** Zahlbar innerhalb 30 Tagen ohne Abzug oder innerhalb 8 Tagen mit 2% Skonto  
 Kontonummer: 118 393 701  
 BLZ: 430 601 29, Volksbank Bochum  
 IBAN DE 60430601290118393701  
 // SWIF GENODEM1BOC

### 7 Anzeigenformat und Preise:

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

Format	BxH in mm	Grundpreis S/W EURO	Grundpreis 2-farbig EURO	Grundpreis 3-farbig EURO	Grundpreis 4-farbig EURO
1/1 Seite	189 x 270	2.485,-	3.023,-	3.561,-	4.100,-
1/2 Seite	93 x 270 189 x 135	1.242,-	1.780,-	2.318,-	2.856,-
Juniorpage	141 x 210	1.346,-	1.884,-	2.422,-	2.960,-
1/3 Seite	93 x 180 189 x 90	828,-	1.242,-	1.656,-	2.070,-
1/4 Seite	45 x 270 93 x 135 141 x 90 189 x 67,5	621,-	983,-	1.345,-	1.707,-
1/8 Seite	45 x 135 93 x 67,5 141 x 45 189 x 33,75	311,-	601,-	891,-	1.181,-

\* Zuschlag je Farbe nach Euroskala

### 8 Vorzugsplatzierungen:

Titelseite (Motivabsprache erforderlich)	210 x 160	Preise
2. + 4. Umschlagseite (Umschlagseiten nur in 4c möglich)	210 x 297	auf Anfrage

### 9 Farbzuschläge (rabattierbar):

pro Zusatzfarbe (Euroskala oder HKS):	
1/1, 1/2 + Juniorpage Seite	538,00 EURO
1/3 Seite	414,00 EURO
1/4 Seite	362,00 EURO
1/8 Seite	290,00 EURO
unter 1/8 Seite	100,00 EURO

# Mediainformationen 2010

## 10 Formatpreise (rabattierbar):

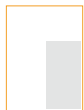
Textteil	8,50 €
Anzeigenteil	2,70 €
Bezugsquellenhinweis (je mm/Zeile)	2,60 €
Farbzuschlag pro Farbe	8,00 €
Rabattstafel Bezugsquellenhinweis	3x 3%, 6x 5%, 12x 10%

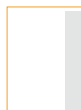

 Satzspiegel  
2/1 Seite über Bund,  
400x270 mm

 Satzspiegel  
1/1 Seite,  
189x270 mm

 Satzspiegel  
1/2 Seite hoch  
2 sp.,  
93x270 mm

 Satzspiegel  
1/2 Seite quer  
4 sp.,  
189x135 mm

 Satzspiegel  
1/2 Seite  
Juniorpage  
148x210 mm

 Satzspiegel  
1/3 Seite  
93x180 mm

 Satzspiegel  
1/3 Seite quer  
4 sp.,  
189x90 mm

 Satzspiegel  
1/4 Seite hoch  
1 sp.,  
45x270mm

 Satzspiegel  
1/4 Seite hoch  
2 sp.,  
93x135 mm

 Satzspiegel  
1/4 Seite quer  
3 sp.,  
141x90 mm

 Satzspiegel  
1/4 Seite quer  
4 sp.,  
189x67,5 mm

 Satzspiegel  
1/8 Seite 3 sp.,  
141x45 mm

 Satzspiegel  
1/8 Seite quer  
4 sp.,  
189x33,75 mm  
Satzspiegel  
1/8 Seite hoch  
1 sp., 45x135 mm

 Satzspiegel  
1/8 Seite 2 sp.,  
93x67,5 mm

Für Anzeigen im Anschnitt bitte  
Beschnittzugabe erfragen.

## 11 Stellen- und Gelegenheitsanzeigen (nicht rabattierbar):

Stellenangebot	je mm	1,60 €
Stellenangebote mit Rand	je mm	1,80 €
Gelegenheitsanzeigen	je mm	1,60 €
Gelegenheitsanz. m. Rand	je mm	1,80 €
Stellengesuche	je mm	1,50 €
Stellengesuche mit Rand	je mm	1,60 €
Bilanzen	je mm	1,60 €
Kennziffergebühr (Chiffre)		15,00 €

## 12 Rabatte: (bei Abnahme innerhalb eines Jahres)

nach der Malstaffel		nach der Mengengruppe	
bei 3 Anzeigen	3%	bei 500 mm	3%
bei 6 Anzeigen	5%	bei 1.000 mm	5%
bei 12 Anzeigen	10%	bei 2.000 mm	10%
bei 24 Anzeigen	15%	bei 5.000 mm	15%
bei 52 Anzeigen	20%	bei 8.000 mm	20%
bei 76 Anzeigen	25%	bei 10.000 mm	25%
bei 85 Anzeigen	30%	bei 12.000 mm	30%

Die Schaltung einer Zusatzfarbe geht mit 135 mm in die Rabattstafel ein.

Wir erheben einen Platzierungszuschlag von 10 % auf den Listenpreis.  
Ab einem Auftragsvolumen von 5.000 Euro im Abschlussjahr ist eine Einzelkalkulation möglich.

**13 Beihefter:**

nur vierseitig, bis 25 g: Preise auf Anfrage

**14 Beilagen (bis 25 g):**

Gesamtbeilagen (Format 200 x 290mm) Preise auf Anfrage

Teilbeilagen (vers. Selektionen mögl.) (Format 200 x 290mm) Preise auf Anfrage

Mindestabnahmemenge 1.000 Exemplare.

**15 Aufgeklebte Postkarten:**

Preise auf Anfrage

**16 Versandanschrift:** Für Beihefter, Beilagen und Postkarten.

Einhefter und Beilagen müssen 14 Tage vor Erscheinungstermin unter Angabe des Objekts und der Ausgabennummer an die auf der Auftragsbestätigung angegebene Adresse geliefert werden.

**17 Online-Werbung:** -

Objekt	Erscheinungs- termin	Anzeigen- schluss	DU-Termin- schluss	Fachthema 1 Fachthema 2	Messen
01/10	02.01.2010	18.12.2009	21.12.2009	Sauerteig Berufsbekleidung	
02/10	08.01.2010	02.01.2010	04.01.2010	Bäckergastronomie	23. - 27. 01. SIGEP, Rimini
03/10	22.01.2010	08.01.2010	11.01.2010	Brötchenaufarbeitung	31.01 - 03.02 ISM, Köln
04/10	29.01.2010	15.01.2010	18.01.2010	Brotschneider Planeten- & Anschlagmaschinen	
05/10	12.02.2010	29.01.2010	01.02.2010	Wagenöfen Bio-Spezial	17.02. - 20.2. BioFach, Nürnberg
06/10	19.02.2010	05.02.2010	08.02.2010	Gärunterbrechung, -verzögerung EDV	
07/10	26.02.2010	12.02.2010	15.02.2010	Verkaufs- & Lieferfahrzeuge	
08/10	10.03.2010	26.02.2010	01.03.2010	Internorga Hauptausgabe Ladenbau: Kaffeekonzepte	06.03. - 10.03. Europain, Paris-Nord 12.03. - 17.03. Internorga, Hamburg
09/10	19.03.2010	05.03.2010	08.03.2010	Ladenbacköfen Schädlingsbekämpfung	
10/10	26.03.2010	12.03.2010	15.03.2010	Finanzierung & Leasing Kaffeemaschinen	
11/10	09.04.2010	26.03.2010	29.03.2010	Eis Blechreinigung	
12/10	16.04.2010	01.04.2010	06.04.2010	Spezialbrötchenherstellung Sahne	

Objekt	Erscheinungs- termin	Anzeigen- schluss	DU-Termin- schluss	Fachthema 1 Fachthema 2	Messen
13/10	23.04.2010	09.04.2010	12.04.2010	Vorteigherstellung Scherbeneis & Wasserkühlung	
14/10	30.04.2010	16.04.2010	19.04.2010	Convenience: Feine Backwaren Spülmaschinen	12.05. - 15.05. Bakery China, Shanghai
15/10	14.05.2010	30.04.2010	03.05.2010	Ladenbau: Außenbestuhlung Kleingeräte	
16/10	21.05.2010	07.05.2010	10.05.2010	Kälte Müllentsorgung	
17/10	28.05.2010	14.05.2010	17.05.2010	Ofenbeschickung	04.-06.06.2009 Coteca Hamburg
18/10	11.06.2010	28.05.2010	31.05.2010	EDV Kassen & Waagen	
19/10	18.06.2010	04.06.2010	07.05.2010	Etagenöfen	
20/10	25.06.2010	11.06.2010	14.06.2010	Verpackung Sprühen & Glasieren	
21/10	09.07.2010	25.06.2010	28.06.2010	Brotaufarbeitung	
22/10	16.07.2010	02.07.2010	05.07.2010	Verkaufs-, Liefer- & Kühlfahrzeuge	
23/10	23.07.2010	09.07.2010	12.07.2010	Silo & Verwiegung Sauerteig	
24/10	30.07.2010	16.07.2010	19.07.2010	Holzbacköfen Getreidemühlen	
25/10	13.08.2010	30.07.2010	02.08.2010	Fettbackgeräte Lager & Logistik	

Objekt	Erscheinungs- termin	Anzeigen- schluss	DU-Termin- schluss	Fachthema 1 Fachthema 2	Messen
26/10	20.08.2010	06.08.2010	09.08.2010	Ladenbau: Licht Energieoptimierung & Einsparkonzepte	
27/10	27.08.2010	13.08.2010	16.08.2010	Sachsenback Vorbericht Ausrollmaschinen	11.09. - 13.09. Sachsenback, Dresden
28/10	10.09.2010	27.08.2010	30.08.2010	TK-Teiglinge / Kälte	
29/10	17.09.2010	03.09.2010	06.09.2010	Convenience: Brot u. Brötchen Snackkonzepte	
30/10	24.09.2010	10.09.2010	13.09.2010	Ringrohr- & Steinbacköfen Aromen & Gewürze	
31/10	08.10.2010	24.09.2010	27.09.2010	Südback Hauptausgabe	16.10. - 19.10 Südback, Stuttgart
32/10	15.10.2010	01.10.2010	04.10.2010	Etagen- und Stikkenöfen Back- & Siedefette	
33/10	22.10.2010	08.10.2010	11.10.2010	EDV Schokoladen & Kuvertüre	
34/10	29.10.2009	15.10.2010	18.10.2010	Kaffeekonzepte Biobackwaren	
35/10	12.11.2010	29.10.2010	03.11.2010	Brotscneider	
36/10	19.11.2010	05.11.2010	08.11.2010	Abwieger & Kompaktbrotanlagen	
37/10	26.11.2010	12.11.2010	15.11.2010	Ciabatta- & Baguetteherstellung	
38/10	10.12.2010	26.11.2010	29.11.2010	Ladenbau: Hauptgeschäft	
39-40/10	17.12.2010	03.12.2010	06.12.2010	Investitionen für Kleinbetriebe	
01-02/11	31.12.2010	17.12.2010	20.12.2010	Sauerteig / Berufsbekleidung	



## Neue Märkte erschließen

Die Backbranche ist nach wie vor ein spannender Markt. Auf knapp 13 Mrd. Euro wird der Umsatz der Branche geschätzt, etwa die Hälfte davon sollen die Handwerksbäckereien erwirtschaften. Mit ca. 288.000 Beschäftigten zählen die Bäcker zur Spitzengruppe der 94 Handwerkszweige. Rund 15.500 Handwerksbetriebe gibt es noch in Deutschland. Knapp 2.000 Betriebe haben bis zu 10 Filialen (Quelle: Umsatzsteuerstatistik 2007 des Statistischen Bundesamtes).



## Premium kontra Discount

Die Schere zwischen Premium und Discount klappt immer weiter auseinander. Billig sein können Handwerksbäcker nicht. Ihr Ziel muss Premium sein. Damit liegen sie ganz im Trend. Genuss, Innovationen, Gesundheit, Regionalität – das alles sind die Schlagworte der Zeit.



## Kaffee-Kompetenz

Kaffee liegt an der Spitze der Getränkestatistik. Rund 148 Liter trank jeder Deutsche in 2008. (lt. Kaffeeverband). Kaffee als Handelsware und vor allem als Heißgetränk in seinen vielfältigen



## Bio-logisch!

Im Gegensatz zum stagnierenden bzw. rückläufigen, konventionellen Lebensmitteleinzelhandel verzeichnet die BIO-Branche immer noch weiteres Wachstum und erzielt ein Gesamtvolumen von rund 6 Mrd. Euro. Bäckereien liegen beim Absatz von Bio-Backwaren mit einem Marktanteil von ca. 35% vor Supermärkten, Discountern und Naturkostläden. Aufgrund des wachsenden Marktes - 21% aller in einer Umfrage Befragten kaufen häufig Bio-Produkte - ist weiteres Potential vorhanden.

Auch für Neueinsteiger kann das Besetzen dieser Nische ein lohnenswertes Unterfangen sein. Wer allerdings Bio in sein Sortiment aufnehmen will, muss selbst dahinter stehen, auch hier Vielfalt bieten und vor allem sein Personal entsprechend motivieren und schulen.



1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckzeitschrift 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. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlaß dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höhere Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

6. 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.

7. Textteil-Anzeigen sind, mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und 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 der 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.

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

10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichen, unrichtigen oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzzeile, 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 Ersatzzeile erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadenersatzansprüche 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 Verlages, 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 von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

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

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

13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 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.

14. 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 Anzeigenschlusses 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.

15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten 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.

16. Kosten für die Anfertigung bestellter Filme, Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte und 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 Preisermäßigung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der 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 Preisermäßigung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20 v. H., bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren 15 v. H., bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren 10 v. H., bei einer Auflage ab 500.000 Exemplaren 5 v. H., beträgt.

Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisermäßigungsansprüche 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. Bei Zifferanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Zifferanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet.

Die Eingänge auf Zifferanzeigen 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 Zifferdienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Preisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

19. Filme werden nur auf besondere Anforderungen an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.

Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz.

Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluß seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes gelegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

**Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages:**

a) Sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist, treten neue Tarife bei Preisänderungen auch für laufende Aufträge sofort in Kraft, dies gilt gegenüber Nichtaufträgen nicht bei Aufträgen, die innerhalb von vier Monaten nach Vertragsabschluss abgewickelt werden sollten.

b) **Ab Euro 5.000,- Anzeigennetto im Abschlussjahr ist Einzelkalkulation möglich.**

c) Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen in Sonderbeilagen oder Kollektiven, Sonderpreise und Sonderformate entsprechend den besonderen Gegebenheiten zu vereinbaren.

d) Die Werbungsmitler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in Ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstrebenden an die Preislisten des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mitteilungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

e) Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen des Auftraggebers nicht sofort erkennbar, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Rücklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist.

f) Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt (Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeine Rohstoff- oder Energieverknappung und dergl.) - sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, deren sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient - hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80 % der garantierten (bzw. normalerweise) verkauften Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

g) Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

h) Sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen wird, ist der Auftraggeber allein verantwortlich für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der von ihm zur Verfügung gestellten Bild- und Textunterlagen. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter frei, die in diesem Zusammenhang etwa geltend gemacht werden.

i) Bei Einzelkalkulationen und Sondervereinbarungen ist nach Buchung eine Stornierung vor Anzeigenschluß nicht möglich!

#### **Zusätzliche Geschäftsbedingungen für die Veröffentlichung digitaler Anzeigenvorlagen:**

##### Ziffer 1

(1) Eine digitale Anzeigenunterlage ist gegeben, wenn die Datei vom Auftraggeber als elektronischer Datenträger an den Verlag übergeben wird.

(2) Für den der Anzeigendatei zu Grunde liegenden Anzeigenauftrag gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Verlages unverändert fort, werden jedoch bzgl. der Beschaffenheit und den Anforderungen an die Weiterverarbeitbarkeit durch diese Besonderen Geschäftsbedingungen ergänzt.

(3) Bedient sich der Auftraggeber bezüglich der Weitergabe der digitalen Anzeigenunterlage bzw. der Verlag zu deren Empfang eines Dritten, so bleiben Auftraggeber und/oder Verlag Verpflichtete aus diesen Besonderen Geschäftsbedingungen.

##### Ziffer 2

(1) Der Verlag nimmt die digitale Anzeigenunterlage nur an, wenn diese den in den vom Verlag herausgegebenen „Richtlinien für digitale Anzeigen“ bestimmten Anforderungen entsprechen. Die Richtlinien sind beim Verlag/der Anzeigenabteilung anzufragen.

(2) Der Verlag ist berechtigt, Anzeigenaufträge, die digitale Anzeigenunterlage beinhalten, abzulehnen, sofern deren Beschaffenheit nicht diesen Besonderen Geschäftsbedingungen, insbesondere Ziffer 2 Nr. 1, entspricht.

##### Ziffer 3

(1) Für die rechtzeitige und einwandfreie Übergabe der Anzeigenunterlage ist der Auftraggeber verantwortlich.

(2) Fehlerhaft übergebene digitale Anzeigenunterlagen bzw. beschädigte Datenträger gehen ebenso zu Lasten des Auftraggebers wie der Ausfall des Übertragungsweges.

(3) Bezüglich der Übergabe von digitalen Anzeigenunterlagen durch den Auftraggeber ist der Verlag von jeglicher Haftung und

Gewährleistung frei.

(4) Der Auftraggeber ist beweispflichtig, dass im Falle der Datenfernübertragung die digitale Anzeigenunterlage ordnungsgemäß an den Verlag übermittelt hat.

##### Ziffer 4

(1) Ist für den Verlag im Rahmen der betriebsüblichen Arbeitszeit/-weise erkennbar, dass eine digitale Anzeigenunterlage fehlerhaft übergeben wurde und lässt sich dennoch der Auftraggeber ermitteln, so fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an.

(2) Ist (sind) die nachfolgende(n) Übergabe(n) wiederum erkennbar fehlerhaft, so ist der Verlag nicht verpflichtet, gegenüber dem Auftraggeber erneut Ersatz anzufordern. Sobald der Verlag im Rahmen der betriebsüblichen Arbeitszeit/-weise feststellt, dass die digitale Anzeigenunterlage nach dem(n) mangelhaften Übergabeversuch(en) fehlerfrei übermittelt ist, bestätigt der Verlag dies dem Auftraggeber. Diese Bestätigung bezieht sich ausschließlich auf den Vorgang der elektronischen Übergabe der Anzeigenunterlage und enthält nicht die Zusicherung bestimmter Eigenschaften bzgl. des Abdrucks/der Verbreitung der Anzeige bzw. die Übernahme einer inhaltlichen Verantwortlichkeit.

(3) Der Verlag ist nicht verpflichtet, digitale Anzeigenunterlagen, die nicht diesen Besonderen Geschäftsbedingungen, insb. Ziffer 2 Nr. 1 entsprechen, in eine veröffentlichungsfähige Form zu bringen. Erklärt sich der Verlag bereit, einer entsprechenden Auforderung des Auftraggebers nachzukommen, so schließen Auftraggeber und Verlag insoweit eine gesonderte Vereinbarung, in der auch die Höhe der Vergütung des zusätzlichen Aufwandes bestimmt wird.

##### Ziffer 5

Die vom Verlag eröffnete Möglichkeit, digitale Anzeigenunterlagen auf seinem Rechner zu hinterlegen, bedeutet nicht die Annahme des Anzeigenauftrages durch den Verlag.

##### Ziffer 6

Der Auftraggeber sichert dem Verlag zu, im Besitz aller Rechte bzgl. der digitalen Anzeigenübergabe (inkl. der verwandten Schriften) zu sein. Insoweit stellt der Auftraggeber den Verlag von Ansprüchen Dritter frei.

##### Ziffer 7

(1) Der Auftraggeber (bzw. ein von ihm eingeschalteter Dritter) ist verpflichtet, die digitale Anzeigenunterlage bis zum Abschluss des Anzeigenauftrages auf seinem Rechner zu speichern. Der Verlag ist - gegebenenfalls gegen Kostenerstattung - befugt, vom Auftraggeber die Übermittlung einer Kopie der abgespeicherten digitalen Anzeigenunterlagen zu verlangen. Ist dem Verlag dieser Rückgriff verwehrt, weil der Auftraggeber die Speicherung der digitalen Anzeigenunterlagen unterlassen hat, und ist dem Verlag ein Zugriff auf die digitale Anzeigenunterlage unmöglich geworden, stehen dem Auftraggeber keine Ersatzansprüche gegenüber dem Verlag zu.

(2) Der Verlag ist - sofern nicht ausdrücklich abweichende schriftliche Vereinbarungen getroffen sind - nicht verpflichtet, digitale Anzeigenunterlagen über den Abschluss des Anzeigenauftrages hinaus zu speichern bzw. Datenträger, auf denen die digitale Anzeigenunterlage gespeichert ist, an den Auftraggeber zurückzugeben.

##### Ziffer 8

(1) Dem Auftraggeber übersandte Papierabzüge digital übergebener Anzeigenunterlagen (Korrekturabzüge) sind auf Grund der gegebenen technischen Bedingungen nicht immer in der Lage, die Qualität der zu veröffentlichenden Anzeige in jeder Einzelheit exakt wiederzugeben.

(2) Einen Anspruch auf Übersendung von Korrekturabzügen digital übermittelter Anzeigenunterlagen hat der Auftraggeber nur, wenn dies mit dem Verlag gesondert schriftlich vereinbart ist.

##### Ziffer 9

Ist die digitale Anzeigenunterlage bzw. ihr elektronischer Übergabevorgang mit Viren behaftet, so ist der Auftraggeber verpflichtet, dem Verlag den daraus entstandenen Schaden zu ersetzen.

##### Ziffer 10

(1) Der Verlag ist berechtigt, die Besonderen Geschäftsbedingungen für digitale Anzeigenunterlagen jederzeit zu ändern. Die abgeänderten Besonderen Geschäftsbedingungen werden zwei Monate nach Ankundigung gegenüber dem Auftraggeber wirksam.

(2) Soweit in diesen Besonderen Geschäftsbedingungen auf die Schriftform Bezug genommen wird, ist auch die elektronische Schriftform zulässig.



**Hermann Kleinemeier**  
**Geschäftsführender Chefredakteur**  
**Bäcker Zeitung**

BackMedia Verlagsgesellschaft mbH  
Vierhausstr. 112  
44807 Bochum

Telefon: (02 34) 9 01 99 - 32  
Telefax: (02 34) 9 01 99 - 49  
e-mail: kleinemeier@backmedia.info

**Richard Thielen / Stefan Schütter**  
**Fachredakteure Bäcker Zeitung**

BackMedia Verlagsgesellschaft mbH  
Vierhausstr. 112  
44807 Bochum

Telefon: (02 34) 9 01 99 - 15 / - 75  
Telefax: (02 34) 9 01 99 - 99  
e-mail: thielen@backmedia.info  
schuetter@backmedia.info



**Heike Arends**  
**Chefredakteurin**  
**Bäcker Zeitung**

BackMedia Verlagsgesellschaft mbH  
Vierhausstr. 112  
44807 Bochum

Telefon: (02 34) 9 01 99 - 42  
Telefax: (02 34) 9 01 99 - 99  
e-mail: arends@backmedia.info

**Katja Lofi**  
**Gesamtleitung Anzeigenverkauf**

BackMedia Verlagsgesellschaft mbH  
Vierhausstr. 112  
44807 Bochum

Telefon: (02 34) 9 01 99 - 10  
Telefax: (02 34) 9 01 99 - 19  
e-mail: lofi@backmedia.info



**Volker Kohl**  
**Anzeigenverwaltung/Kleinanzeigen**

Goldenfels Verlags-Servicegesellschaft mbH  
Vierhausstr. 112  
44807 Bochum

Telefon: (02 34) 9 01 99 - 16  
Fax: (02 34) 9 01 99 - 19  
e-mail: anzeigen@goldenfels.de

**Johanna Zaborowski**  
**Anzeigenverkauf**

BackMedia Verlagsgesellschaft mbH  
Vierhausstr. 112  
44807 Bochum

Telefon: (02 34) 9 01 99 - 74  
Telefax: (02 34) 9 01 99 - 19  
e-mail: zaborowski@backmedia.info

