

Artisan ©[®]
DAS MAGAZIN FÜR TEIG, ZEIT, GESCHMACK & QUALITÄT

slow baking ^{ES}
BACKEN MIT ZEIT FÜR GESCHMACK



**Neue
Anschrift:
ab dem 1.01.2011
Vierhausstr. 112,
44807 Bochum**

Anzeigenpreisliste Nr. 6, gültig ab 01. Januar 2011



MAGAZIN FÜR TEIG, ZEIT, GESCHMACK & QUALITÄT



Das Magazin **Artisan/slow baking** ist das Magazin für Teig, Zeit, Geschmack und Qualität. Es steht für Bäckereitechnologie und Verfahrenstechnik für Premiumbäcker in nahezu allen Betriebsgrößen. Artisan vermittelt Hilfe um bestmögliche Qualität nach eigenen Ideen herzustellen

Themenschwerpunkte in jedem Magazin sind Rohstoffe und Technik u. a. mit Betriebsreportagen über angewandte Maschinen- oder Anlagentechnik aus dem In- und Ausland sowie traditionelle Produktionsverfahren in der Praxis, Vorteigtechnologien, Backversuche. Abgerundet wird der Themenmix mit Rezepten für kreative Qualitätsbäcker sowie Berichten über Seminare und neue Forschungsergebnisse.



Technik:
Aufarbeiten, Gären, Kühlen, Backen



Verfahren:
Rezepturen und Teigführung



Backversuche:
Technologie im Vergleich



Konzepte:
Wege zu mehr Geschmack



Unsere Abonnenten wissen, dass gute Qualität und hervorragender Geschmack Zeit brauchen und dass ihre Backwaren den individuellen Ansprüchen ihrer Kunden entsprechen müssen.

Mit **Artisan/slow baking** erreichen Sie viermal im Jahr rund 1.800 Qualitätsbäcker aus dem gesamten Bundesgebiet, Österreich und der Schweiz.

Die Medialeistung unseres Fachtitels **Artisan/slow baking** wurde im Januar 2007 mit großem Erfolg von dem Marktforschungsinstitut EMNID geprüft. Hier ist slow baking Spitzenreiter bei der Beurteilung durch die regelmäßigen Nutzer von slow baking.



Zeitbäcker:
Erfolgreiche Konzepte



Wissenschaft:
Neue Verfahrenstechniken



Analysen:
Rohstoffe und Geschmack



Seminare:
Information und Erfahrungen



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 2011
- AMF-Karte T: Redaktionsplan 2011,
Termin- und Themenplan
- Marktpotenzial
und Marktdynamik: Die einzelnen Marktsegmente
- AMF-Karte O: Anzeigen & Aufmerksamkeit
- Allgemeine Geschäftsbedingungen
- Ansprechpartner vor Ort
- Artisan: Media Informationen 2011

IHRE GESPRÄCHSPARTNER:

Anzeigen

- **Katja Lofi**
Telefon: 0234/90199-10
Telefax: 0234/90199-49
E-Mail: lofi@backmedia.info

Redaktion

- **Hermann Kleinemeier**
Telefon: 0234/90199-32
Telefax: 0234/90199-49
E-Mail: kleinemeier@backmedia.info

Vertrieb

- **Backmedia Leser-Service**
Telefon: 0234/90199-79
Telefax: 0234/90199-25
E-Mail: weber@backmedia.info
Anschrift: Vierhausstr. 112, 44807 Bochum

- 1 Kurzcharakteristik:** Artisan ist das exklusive Magazin ausgerichtet auf Qualitätsbäcker, die sich Zeit für Geschmack nehmen. Es steht für Bäckereitechnologie und Verfahrenstechnik für Premiumbäcker in nahezu allen Betriebsgrößen. Jedes Magazin enthält ein Fachthema aus den Bereichen Rohstoffe und Technik. Weitere Themenschwerpunkte sind Backversuche, Betriebsreportagen über angewandte Maschinen- oder Anlagentechnik sowie traditionelle Produktionsverfahren in der Praxis. Abgerundet wird der Themenmix mit Berichten über Seminare, neueste Entwicklungen aus der Forschung oder Getreidetechnologie sowie Rezepte.
- 2 Mitgliedschaften:** Internationaler Journalistenverband der Bäckerfachpresse e.V.
- 3 Organ:** -
- 5 Redaktion:** Chefredaktion: Hermann Kleinemeier
- 6 Anzeigen:** Anzeigenleitung: Katja Lofi
- 7 Jahrgang/Jahr:** 8. Jahrgang 2011
- Erscheinungsweise:** 4 x jährlich
- 8 Verlag:** BackMedia Verlagsgesellschaft mbH
- 9 Hausanschrift** Vierhausstr. 112
44807 Bochum
- 10 Telefon:** 02 23/90 19 932
- Telefax:** 0234/9019949
- 11 Internet:** www.backmedia.info
- Email:** kleinemeier@backmedia.info
- 12 Termin- und Themenplan:** s. Anlage
- 13 Bezugspreis:** Jahresvorzugspreis: € 170,- Inland
€ 180,- Ausland
- 14 Umfangsanalyse:** 1. Januar 2010 bis 31. Dezember 2010
= 4 Ausgaben
- Zeitschriftenformat: 210 x 297 mm
- Gesamtumfang: 258
- Redaktionsteil: 245
- Anzeigenteil: 13
- davon -
- Einhefter: 0
- Beilagen: 1
- 15 Inhalts-Analyse des Redaktionsteils:** nicht erhoben

16 Auflagenkontrolle: -

17 Auflagen-Analyse: Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt (1. Juli 2009 - 30. Juni 2010)

| | | |
|--|-------|--|
| Druckauflage: | 2.000 | |
| tatsächlich verbreitete Auflage (tvA): | 1.794 | |
| | 1.162 | Abonnierte Exemplare und sonstiger Verkauf |
| | 275 | |
| Verkaufte Auflage: | 1.437 | 25 durch Einzelverkauf |
| Freistücke: | 357 | |
| | 206 | Rest-, Archiv- und Belegexemplare |

18 Geographische Verbreitungs-Analyse:

| Wirtschaftsraum | Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage % | Exemplare |
|---|---|--------------|
| Baden-Württemberg | 11,71 | 210 |
| Bayern | 16,28 | 292 |
| Berlin | 1,00 | 18 |
| Brandenburg | 1,18 | 21 |
| Bremen | 0,61 | 11 |
| Hamburg | 0,94 | 17 |
| Hessen | 10,48 | 188 |
| Mecklenburg-Vorpommern | 1,34 | 24 |
| Niedersachsen | 10,04 | 180 |
| Nordrhein-Westfalen | 14,61 | 262 |
| Rheinland-Pfalz | 5,79 | 104 |
| Saarland | 0,66 | 12 |
| Sachsen | 2,89 | 52 |
| Sachsen-Anhalt | 1,18 | 21 |
| Schleswig-Holstein | 4,01 | 72 |
| Thüringen | 2,12 | 38 |
| Bundesrepublik Deutschland gesamt: | 84,84 | 1.522 |
| Ausland gesamt: | 15,16 | 272 |
| tatsächlich verbreitete Auflage: | 100,0 | 1.794 |

KURZFASSUNG DER ERHEBUNGSMETHODE:

Verbreitungs-Analyse

Total-Erhebung durch Dateiauswertung

- 1 **Beschaffenheit:** In der Empfängerdatei sind die Adressen der Datei 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:** 1. Juni 2010
 - 4 **Struktur der Empfängerschaft bei Erhebungsbeginn:**
 - a) Gesamtzahl der Empfänger in der Datei = 2.250
 - b) Struktur der Empfängerschaft einer aktuellen durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen (Untersuchung basierend auf der Ausgabe 01/09)

| | | |
|--|-------------------------|-------|
| | - verkaufte Auflage | 1.411 |
| | - ständige Freistücke | 270 |
| | - wechselnde Freistücke | 113 |
- | | |
|---------------------------------------|-------|
| Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) | 1.794 |
| davon Inland | 1.522 |
| davon Ausland | 272 |

5 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

| | |
|------------------------------------|------------------|
| Grundgesamtheit (tvA) | 1.794 = 100,00 % |
| In der Untersuchung nicht erfasst: | 0 = 0,00 % |
| Die Untersuchung repräsentiert: | 1.794 = 100,00 % |

- 6 **Beschreibung der Erhebung:** Die Auswertung basiert auf der Empfängerdatei. 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:** Juni 2010

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 | 86,17 | 1.546 |
| | Herstellung von Backwaren | 77,48 | 1.390 |
| | Herstellung von Konditoreiwaren | 7,69 | 138 |
| | Herstellung von Dauerbackwaren | 1,00 | 18 |
| | Herstellung von Süßwaren | – | – |
| 52 | Facheinzelhandel | 2,56 | 46 |
| | Einzelhandel, Hauptrichtung Nahrungsmittel | 0,67 | 12 |
| | Einzelhandel mit Back- und Süßwaren | 1,89 | 34 |
| 55.3 | Speisengeprägte Gastronomie | – | – |
| | Cafés, Konditorei-Cafés, Coffeeshops | – | – |

| | | | |
|-------|--|-------|-------|
| | Snack, Imbiss | - | - |
| 80.22 | Berufsbildende weiterführende Schulen, Fachschulen, | 2,89 | |
| | Berufsakademien | 2,89 | 52 |
| 91.33 | Wissenschaft, Universitäten, Institute, Verbände, | 2,45 | |
| | Bibliotheken, Archive | 2,45 | 44 |
| - | Zulieferer, Technik, Ausstattung, Handel, Großhandel | 3,62 | 65 |
| - | Agenturen, Vertreter, Reisende, Sonstige | 2,11 | 38 |
| | tatsächlich verbreitete Auflage | 100,0 | 1.794 |

22 Schulbildung/

Berufl. Ausbildung: *)

23 Alter: *)

**24 Gemeindegrößen-
klasse:** *)

*) Diese Merkmale wurden nicht erhoben, weil der Nutzungswert dieser Fachzeitschrift als Werbeträger nicht davon abhängig ist. Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe vorherige Seite.

- 1 Zeitschriftenformat:** 210 x 297 mm
- 2 Satzspiegel:** 189 mm breit, 270 mm hoch
Spaltenzahl: 3 Spalten, Spaltenbreite 57 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
- 4 Termine:** Erscheinungsweise: 4x jährlich
- 5 Verlag:** BackMedia Verlagsgesellschaft mbH
Vierhausstr. 112, 44807 Bochum
Internet: www.backmedia.info
Anzeigenabteilung
Tel: 0234/90199-10
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 4-färbig | Grundpreis bei 2-maliger Schaltung | Grundpreis bei 3-maliger Schaltung | Grundpreis bei 4-maliger Schaltung |
|------------|--|------------------------|--|--|--|
| 1/1 Seite | 189 x 270 | 1.200,- | 1.050,- | 900,- | 750,- |
| 1/2 Seite | 93 x 270 189 x 135 | 700,- | 600,- | 500,- | 400,- |
| Juniorpage | 148 x 210 | 800,- | 700,- | 600,- | 500,- |
| 1/3 Seite | 93 x 180 189 x 90 | 500,- | 500,- | 400,- | 350,- |
| 1/4 Seite | 45 x 270 93 x 135 141 x 90 189 x 67,5 | 400,- | 400,- | 350,- | 350,- |
| 1/8 Seite | 45 x 135 93 x 67,5 141 x 45 189 x 33,75 | 250,- | 250,- | 200,- | 200,- |

*Preisangaben in Euro

- 8 Vorzugsplatzierungen:**
- Titelseite (Motiv- und Formatabsprache erforderlich) € 3,500
2. Umschlagseite € 2,500
4. Umschlagseite € 2,500

- 9 Farbzuschläge:**
Farbzuschläge entfallen.

10 Formatpreise (rabattierbar):

| | |
|--------------|--------|
| Textteil | € 2,50 |
| Anzeigenteil | € 1,20 |

11 Stellen- und Gelegenheitsanzeigen (nicht rabattierbar):

| | | |
|-------------------------------|-------|---------|
| Stellenangebote | je mm | € 1,20 |
| Stelleangebote mit Rand | | € 1,30 |
| Gelegenheitsanzeigen | | € 1,20 |
| Gelegenheitsanzeigen mit Rand | | € 1,30 |
| Stellengesuche | | € 1,00 |
| Stellengesuche mit Rand | | € 1,10 |
| Kennziffergebühr (Chiffre) | | € 15,00 |



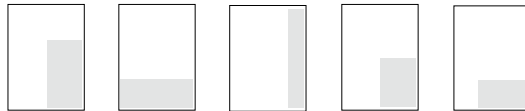
Doppelseite im Anschnitt
2/1 Seite über Bund,
420x297 mm + 3 mm

Satzspiegel
1/1 Seite
189 x270

Satzspiegel
1/2 Seite hoch
93x270 mm

Satzspiegel
1/2 Seite quer
189x135 mm

Satzspiegel
1/2 Seite
Juniorpage
148x210 mm



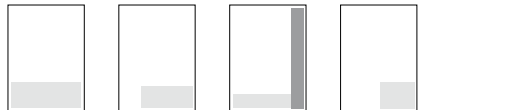
Satzspiegel
1/3 Seite
93x180 mm

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.

12 Rabatte: (bei Abnahme innerhalb eines Jahres)

Rabatte siehe Punkt 7.

Ab einem Auftragsvolumen von 5.000 Euro im Abschlussjahr ist eine Einzelkalkulation möglich.

13 Beihefter:

Nur vierseitig, Gesamtauflage :

Preis auf Anfrage

14 Beilagen:

(Format 200 x 290 mm)

Teilbeilagen

Preis auf Anfrage

Preis auf Anfrage

(vers. Selektionen möglich)

inkl. Postgebühren

Mindestabnahme 1.000 Exemplare

Selektionspauschale für Teilbeilagen beträgt einmalig € 250,-

15 Aufgeklebte Postkarten: Bitte Preis erfragen

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:

–

| Ausgabe | Erscheinungstermin | Anzeigenschluss | DU-Schluss | Fachthema 1 Rohstoffe | Fachthema 2 Technik |
|---------|--------------------|-----------------|------------|--------------------------------|---------------------------------|
| 1/2011 | 25.03.2011 | 04.03.2011 | 07.03.2011 | Backen ohne Zusatzstoffe | Teigschonende Aufarbeitung |
| 2/2011 | 24.06.2011 | 03.06.2011 | 06.06.2011 | Keimlinge | Backöfen für besondere Produkte |
| 3/2011 | 23.09.2011 | 02.09.2011 | 05.09.2011 | Zutaten für eigene Rezeptideen | Langzeitführung mit Kälte |
| 4/2011 | 25.11.2011 | 04.11.2011 | 07.11.2011 | Mehle | Teigherstellung |



1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckzeitschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. 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 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 Beilagen, 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 Anzeigen, die 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, Auftragsaufträge – 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 verbindlich. 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 Druckunterlagen 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 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 Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige 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 telephonischer 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 Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens gesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen. In den übrigen Fällen ist gegenüber Käufern die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigentgelts 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 Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offestehender 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 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 Preiserminderung 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 (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung 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 Preiserminderungsansprüche 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 Anpreisungen 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-Käufern 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 Preispassungen auch für laufende Aufträge sofort in Kraft, dies gilt gegenüber Nichtkauffleuten 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 Werbemittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in Ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden 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 Drucklegung 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 Übergaberversuch(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 Aufforderung 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 abgesicherten 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 Ankündigung gegenüber dem Auftraggeber wirksam.

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



Hermann Kleinemeier
Chefredakteur artisan

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



Stefan Schütter
Fachredakteur artisan

BackMedia Verlagsgesellschaft mbH
Vierhausstr. 112
44807 Bochum

Telefon: (02 34) 9 01 99 - 71
Telefax: (02 34) 9 01 99 - 99
E-Mail: schuetter@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 - 49
E-Mail: lofi@backmedia.info



Richard Thielen
Fachredakteur artisan

BackMedia Verlagsgesellschaft mbH
Vierhausstr. 112
44807 Bochum

Telefon: (02 34) 9 01 99 - 15
Telefax: (02 34) 9 01 99 - 99
E-Mail: thielen@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



Andreas Wernicke
Fachredakteur artisan

BackMedia Verlagsgesellschaft mbH
Vierhausstr. 112
44807 Bochum

Telefon: (02 34) 9 01 99 - 37
Telefax: (02 34) 9 01 99 - 99
E-Mail: wernicke@backmedia.info