



PREISLISTE NR. 28 GÜLTIG AB 1. 1. 2012

MEDIADATEN 2012



BioHandel

Fakten – Trends – Perspektiven

Ihre Ansprechpartner

Anzeigen

Silvia Michna
06021 - 4489 201
silvia.michna@bioverlag.de



Heike Willar
06021 - 4489 202
heike.willar@bioverlag.de



Redaktion

Susanne Gschwind
06021 - 4489 225
susanne.gschwind@bioverlag.de



Peter Gutting
06021 - 4489 223
peter.gutting@bioverlag.de



Horst Fiedler
06021 - 4489 222
horst.fiedler@bioverlag.de



Elke Achtner-Theiß
06021 - 4489 224
elke.achtner-theiss@bioverlag.de



Herausgeber bio verlag gmbh
Magnolienweg 23
63741 Aschaffenburg
Telefon 06021 - 4489 0
Fax 06021 - 4489 400
E-Mail anzeigen@bioverlag.de
Internet www.bioverlag.de
www.biohandel-online.de

Erscheinungsweise monatlich
Auflage 7.600 Exemplare
Abo-Preise BioHandel 35 €/Jahr
BioHandel + Schrot&Korn 45 €/Jahr
BioHandel-online 40 €/Jahr
BioHandel + BioHandel-online 55 €/Jahr

Bankverbindung Sparkasse Dieburg
BLZ 508 526 51
Kto-Nr. 167001965
Ust. Ident. Nr. DE 111666887
IBAN DE 02 5085 2651 0167 0019 65
BIC Code HELADEF 1 DIE

Zahlungsbedingungen
Rechnungen sind innerhalb von 10 Tagen
mit 2% Skonto oder nach 30 Tagen
rein netto zahlbar (Bankeinzug möglich).

Geschäftsbedingungen: Alle Anzeigenaufträge werden ausschließlich gemäß der umseitig abgedruckten Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Verlages ausgeführt.

DAS FACHMAGAZIN DER BIO-BRANCHE

FAKTEN, TRENDS UND PERSPEKTIVEN

TITELPROFIL

BioHandel erreicht die Branche – zeitnah, direkt, zertifiziert klimafreundlich!

BioHandel informiert über aktuelle Entwicklungen, berichtet über Hintergründe und Perspektiven und liefert somit Entscheidungsgrundlagen für erfolgreiches Handeln. Neben Anregungen für das Alltagsgeschäft bietet BioHandel turnusmäßig das Umsatzbarometer BioHandel auf der Basis von 300 Läden, Betriebsvergleiche und weitere Handelskennzahlen.

Abonnenten von BioHandel:

- 2.800 Naturkost-Einzelhändler
- 500 Einzel-Abonnenten: Händler, Berater, Außendienst
- 580 Hersteller
- 7.600 verbreitete Auflage
- 9.600 Exempl. in Monaten mit NaturkosmetikPROFESSIONELL
- 6.100 verkaufte Auflage



RUBRIKEN

■ Aktuell

...informiert Händler und Hersteller umfassend und zeitnah über aktuelle Ereignisse in der Branche.

■ Hintergrund

...vermittelt komplexe Zusammenhänge und fundiertes Fachwissen anschaulich und greift Themen auf, die die Branche bewegen.

■ Perspektiven

...zeigt Chancen aktueller Entwicklungen auf und bietet mit konkreten Beispielen aus der Praxis Entscheidungshilfen für Händler.

■ Ladenalltag

...unterstützt Inhaber und Mitarbeiter in den Bereichen Warenwissen, Sortimentsgestaltung, Kundenbindung, Mitarbeiterführung und Steuern.

NaturkosmetikPROFESSIONELL

Naturkosmetik liegt nach wie vor im Trend. Um neue Kunden zu gewinnen und auf Dauer zu binden, benötigt der Fachhandel eine Menge Spezialwissen. Denn Beratung ist gerade in diesem Bereich gefragt.

NaturkosmetikPROFESSIONELL erscheint zweimonatlich im BioHandel. Die Sonderseiten unterstützen Händler und Mitarbeiter dabei, im Kundengespräch kompetent aufzutreten und fundiert zu beraten. Außer an den Naturkost-Fachhandel gehen die jeweiligen Hefte auch an Apotheken, Reformhäuser und Naturkosmetikerinnen.



Marktplatz

Hersteller stellen ihr Produkt vor – kostenlos.

Eine monatliche BioHandels-Rubrik ist der Marktplatz. Hier werden neue Produkte standardisiert vorgestellt. So finden sich die Einzelhändler schnell zurecht. Wenn der Beitrag in einer bestimmten Ausgabe erscheinen soll, kann dies für 180 € gebucht werden. Das entsprechende Formular kann im Internet ausgefüllt werden.

www.bioverlag.de/marktplatz-biohandel.html



THEMEN UND TERMINE

Ausgaben	Januar	Februar**	März***	April	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember
BioHandel Warenkunde	TK-Gemüse	Instant- suppen	Kartoffel- produkte	Tofu- produkte	Olivenöl	Käse	Brotauf- striche	Hülsen- früchte	Tomaten- produkte	Sekt	Putzmittel	Trocken- Softfrüchte
Naturkosmetik PROFESSIONELL*	Wimpern- tusche		Baby/Kinder- pflege		Beine/Füße		Augen- pflege		Anti-Aging		Körperlotion	
Anzeigenschluss	14. 11. 11	12. 12. 11	16. 01. 12	20. 02. 12	19. 03. 12	16. 04. 12	21. 05. 12	18. 06. 12	16. 07. 12	20. 08. 12	17. 09. 12	22. 10. 12
Vorlagenschluss	23. 11. 11	20. 12. 11	25. 01. 12	29. 02. 12	28. 03. 12	25. 04. 12	30. 05. 12	27. 06. 12	25. 07. 12	29. 08. 12	26. 09. 12	31. 10. 12
Erscheinungstermin	21. 12. 11	25. 01. 12	22. 02. 12	28. 03. 12	25. 04. 12	23. 05. 12	27. 06. 12	25. 07. 12	22. 08. 12	26. 09. 12	24. 10. 12	28. 11. 12

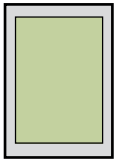
*) NaturkosmetikPROFESSIONELL erscheint zweimonatlich **) BioFach Vorberichterstattung ***) BioFach-Ausgabe

[Rücktritt, Formatänderungen, bzw. Anzeigenverschiebungen sind bis zum jeweiligen Anzeigenschluss möglich.]

FORMATE UND PREISE

1/1 Seite

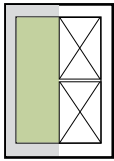
S: 189 x 251 mm
A: 210 x 280 mm



4c	2.400 €
U2/U3	2.700 €
U4	2.900 €
2/1	4.300 €

1/2 Seite h

S: 90 x 251 mm
A: 100 x 280 mm

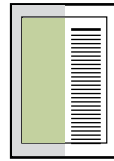


4c	1.550 €
2-3c	1.360 €
s/w	1.060 €

mit Anzeigen

1/2 Seite h

S: 90 x 251 mm
A: 100 x 280 mm

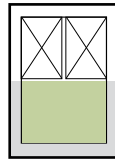


4c	1.700 €
2-3c	1.460 €
s/w	1.160 €

mit Textanschluss

1/2 Seite q

S: 189 x 122 mm
A: 210 x 135 mm

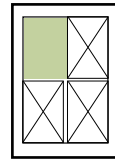


4c	1.550 €
2-3c	1.360 €
s/w	1.060 €

mit Anzeigen

1/4 Seite

S: 90 x 122 mm



4c	970 €
2-3c	850 €
s/w	650 €

Alle Anschnitt-Formate plus 5 mm Beschnittzugabe, an allen 4 Seiten!

Malrabatt

Der Malrabatt gilt für den Umfang bei der Auftragserteilung in einem Zeitraum von 12 Monaten.

- 3% ab 3 Ausgaben
- 6% ab 6 Ausgaben
- 9% ab 9 Ausgaben
- 12% ab 12 Ausgaben

Agenturermäßigung: 15%

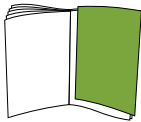
7,5% Frühbucherrabatt bis 30.11.2011 auf alle Anzeigen für 2012

[Alle Preise zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer]

SONDERINSERTIONEN

Beilagen

Lose beigelegte Drucksachen an unbestimmter Stelle

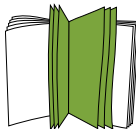


Preis: 1.850 € bis 10 g
2.250 € bis 20 g

Auflage: ca. 7.600 Expl. plus 300 Zugabe
Format: max. 195 x 260 mm

Beihefter

Durch Klammerung fest mit dem Heft verbunden

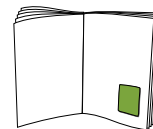


Preis: 2.000 € bis 10 g
2.400 € bis 20 g

Auflage: ca. 7.600 Expl. plus 300 Zugabe
Format: 210 x 280 mm
Kopf-Beschnitt: 5 mm, Nachfalz: 8 mm

Sachet

Warenproben werden auf einer Trägeranzeige von 1/1 Seite aufgeklebt

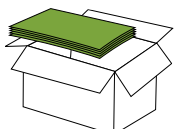


Preis: 1.700 €

Auflage: ca. 7.600 Expl. plus 300 Zugabe
Format: max. 60 x 100 mm
Inhalt: max. 3 ml

Versandbeilage

Hier können auch umfangreiche Beilagen (z.B. Warenproben) an Läden geschickt werden



Preis: 1.450 €

Auflage: ca. 2.650 Paket
Format: max. 200 x 270 mm
Gewicht: bis 30 g

Auf Sonderinsertionen werden keine Rabatte gewährt.

[Anliefertermin für alle Sonderinsertionen: bis zum 5. des Vormonats]

INTERNET-SERVICE

BioHandel-Newsletter

Mindestens zweimal im Monat informiert der BioHandel-Newsletter über aktuelle Branchen-Themen.

So wissen die Newsletter-Abonnenten sofort, wenn neue Branchen-Umsatzzahlen vorliegen, sich aktuelle Entwicklungen ergeben oder die neue BioHandel-Ausgabe im Netz steht.

Kostenlos

Einfach unter www.biohandel-online.de bestellen.

100 Euro

Werbung im Newsletter erreicht 5.000 Adressaten.

BioHandel online.de

biohandel-online, eine der wichtigsten Websites der Branche, ergänzt die Zeitschrift und bietet sowohl ein umfassendes Online-Archiv als auch aktuelle Branchen-Informationen:

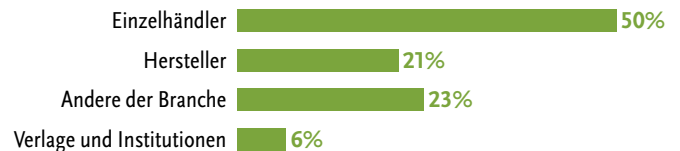
Aktualität

- Zugriff auf BioHandel-Ausgaben vor Erscheinen
- Branchen-Umsatzzahlen kurz nach Quartalsende
- Infos zu Presse-Berichten über Bio-Produkte (Testergebnisse, Skandale...) und Hintergrundinfos, z.B. über Hersteller
- Zusätzliche aktuelle Beiträge
- Meinungsaustausch im Forum, Leserbriefe, Kommentare
- Branchentermine

Das Online-Archiv für BioHandel (Volltext oder Schlagwort)

- Alle BioHandel-Artikel seit 1997
- Alle Meldungen aus BioHandel-Print, -Newsletter und biohandel-online der vergangenen Jahre

Von den 900 registrierten Nutzern sind:



BioHandel im Internet lesen

Die Registrierung kostet 40 € im Jahr (Für BioHandel-Abonnenten 20 €).

Werbung in biohandel-online

Ein Werbebanner kostet 150 € /Monat.

Kontakt: www.biohandel-online.de/kontakte

- Heffformat:** 210 x 280 mm, Satzspiegel 189 x 251 mm
Druckverfahren: Bogenoffset
Farbdichte: Maximale Farbdichte 300%
Farben: nach Euroskala, DIN 2861-1 (Cyan, Magenta, Yellow, Schwarz)
 Achten Sie bei Farbanzeigen auf den richtigen Farbmodus (RGB-Farben werden nicht verarbeitet). Zusatz-/Sonderfarben bitte in CMYK-Modus umwandeln.
Papier: 80 g/m² Recymago, matt gestrichen
Rasterfeinheit: 60 l/cm bei 2540 dpi
ICC-Profil: ISO_Coated_v2_eci.icc (Download im Internet unter: www.eci.org)
Tonwertgrenzen: untere Tonwertgrenze 2%, obere Tonwertgrenze 98%

Beschnittzugaben: 5 mm an allen vier Seiten.
Anschnittgefährdete Elemente müssen oben, unten und seitlich mindestens 5 mm zum beschnittenen Endformat nach innen gelegt werden. Schnittmarken mit 12 pt Versatz.

[Aufgrund der Herstellungsweise des Papiers können leichte Farbabweichungen entstehen, die aber keinen Grund für eine Reklamation darstellen.]

Bei Anlieferung ohne farbverbindliche Proofs wird keine Gewähr für farbliche und sachliche Richtigkeit übernommen (Reklamationsausschluss).

Bitte liefern Sie uns die **Dateien in einem Ordner** mit Angabe des Zeitschriftentitels und der Heftnummer:

- pdf-Dateien in 300 dpi-Auflösung bzw. eps-Dateien mit eingebundenen Schriften und Bildern.
- Joboptionen und Richtlinien zum Datenhandling stehen unter www.bioverlag.de zur Verfügung.

Bitte senden Sie alle Unterlagen ausschließlich an den Verlag. Für an die Druckerei geschickte Vorlagen kann keine Haftung übernommen werden.

- **per upload:** www.bioverlag.de/anzeigenupload.html
- **per E-Mail:** anzeigen@bioverlag.de
 Daten per E-Mail sollten gezippt versendet werden.
- **per CD/DVD** an bio verlag GmbH, Magnolienweg 23, 63741 Aschaffenburg, Anzeigen BioHandel

Bei der Datenübernahme kann es zu Problemen kommen. Planen Sie deshalb genügend Zeit für einen eventuellen Ersatz ein.

Kosten für Bearbeitung: Wir behalten uns vor, wenn nötig, Datenkonvertierungsarbeiten zum Selbstkostenpreis in Rechnung zu stellen.

Proof: Farbverbindliche Digitalproofs werden nur dann akzeptiert, wenn sie mit dem Profil des Auflagenpapiers erstellt wurden. Die Farbwerte des mitgedruckten Ugra/Fogra-Medienkeils müssen den Referenzwerten entsprechen. Das Prüfprotokoll muss dem Digitalproof beiliegen.

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

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 Druckschrift zum Zwecke 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 höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem 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.
6. Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Werbung erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
7. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der 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. Sonderinsertionen sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells und deren Billigung bindend. Beilagen und Beihefter, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Aufträge, die sich auf die Gesamtauflage beziehen, haben Vorrang vor solchen, die nur eine Teilbelegung vorsehen. Bei eventuell auftretenden Verarbeitungsschwierigkeiten hat die Fertigstellung der Auflage Vorrang gegenüber der Verarbeitung von Sonderinsertionen.
8. Für die rechtzeitige Lieferung geeigneter, einwandfreier

- Druckunterlagen oder Sonderinsertionen 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.
9. 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. 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 Anzeigen-Entgelts beschränkt. Reklamationen müssen außer bei nicht offensichtlichen Mängeln innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
 10. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag befreit sich von der Haftung für grobe Fahrlässigkeit der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.
 11. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
 12. 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 von 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.
 13. 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.
14. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
 15. Kosten für die Anfertigung von Druckvorlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
 16. 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 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 Preisermäßigung berechtigender Mangel, wenn die 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 über 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.
 17. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Er übernimmt darüber hinaus keine Haftung. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. (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 Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.
 18. Druckvorlagen werden nur auf besondere Anforderungen an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
 19. Erfüllungsort ist Aschaffenburg. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen der Gerichtsstand Aschaffenburg. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nichtkaufleuten, 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 Aschaffenburg vereinbart.

- Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages**
- a) Die Werbungsmitarbeiter und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
 - b) Die allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Sonderinsertionen oder technische Sonderausführungen. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.
 - c) Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge.
 - d) Bei Neuaufnahme einer Geschäftsverbindung behält sich der Verlag vor, Vorauszahlung zum Anzeigenschlusstermin zu verlangen.
 - e) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Er gewährleistet, dass er sämtliche zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag von sämtlichen Ansprüchen Dritter freizustellen, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen, insbesondere wegen der Verletzung von Urheberrechten entstehen können. Werden derartige Rechte von Dritten geltend gemacht, wird der Verlag von den Kosten der notwendigen Rechtsverfolgung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag bei der Rechtsverfolgung im zumutbaren Rahmen bei der Informationsbeschaffung und Beschaffung von Unterlagen zu unterstützen.
 - f) Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, Arbeitskämpfe, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen - sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient - hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.
 - g) Die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen, die nicht zu Reklamationen berechtigen. Der Verlag muss sich die Berechnung entstehender Mehrkosten vorbehalten.
 - h) Bei elektronischer Datenübertragung der Druckvorlagen übernimmt der Verlag für fehlerhaft übertragene und gedruckte Anzeigen keine Haftung.
 - i) Der Verlag behält sich vor, in Ausnahmefällen Anzeigen mit Coupon auch Rücken an Rücken zu platzieren.
 - j) Ein Ausschluss von Mitbewerbern für eine bestimmte Ausgabe oder auf der gleichen Seite kann nicht gewährt werden.
 - k) Die Anzeigen müssen den Interessen der Verteiler entsprechen. Stellt sich erst nach Erscheinen der Werbung heraus, dass die Anzeigen von den Verteilern nicht erwünscht sind, so hat der Verlag auch nachträglich das Recht, von der Abwicklung des Auftrages sofort zurückzutreten.