



Inhalt

- 2 Titelporträt
- 4 Anzeigenpreisliste
- 6 Formatbeispiele
- 7 Termine und Digitale Druckunterlagen
- 8 Titelporträt (AMF 1)
- 9 Auflagen-/Verbreitungsanalyse (AMF 2)
- 10 Kurzfassung der Erhebungsmethode
- 11 Geschäftsbedingungen
- 12 Ansprechpartner

Titelporträt

Zeitschrift für fortschrittliche Veterinärmedizin



Titel

DER PRAKTISCHE TIERARZT ist das offizielle Organ des Bundesverbandes Praktizierender Tierärzte.

Themen

Übersichtlich gegliedert nach den Fachgebieten Kleintier, Pferd und Nutztier bietet DER PRAKTISCHE TIERARZT Informationen über aktuelle Entwicklungen in der Tiermedizin:

- Berichte über neue Diagnostikverfahren, Medikamente und Therapien
- wertvolle Fachinformationen aus Originalien und Referaten
- Beiträge über Management und Marketing in der Tierarztpraxis sowie Tipps zur Praxiseinrichtung





- 6x im Jahr ATF-anerkannte interaktive Fortbildung, wechselnd für Kleintier-, Pferde- und Nutztierpraktiker je als Sonderbeilage
- Sonderhefte zur Weitergabe an Tierhalter, Pferdezüchter und Landwirte.

Leserschaft und Leistung

- die praktizierenden Tierärzte in Kleintier-, Pferde- und Nutztierpraxen sowie Tierkliniken in Deutschland
- eine verbreitete Auflage von 7497 Exemplaren (natürlich IVW-geprüft – siehe auch Seite 9).
- eine große Stamm-Leserschaft: Das dokumentieren 6 375 verkaufte Hefte – Monat für Monat.



**Nutzen Sie diese starke Basis
für Ihren Werbeerfolg!**

**4 Termine**

Erscheinungsweise monatlich, 12 Ausgaben
 Erscheinungstermin siehe Terminplan, Seite 7
 Anzeigen- und Druckunterlagenschluss siehe Terminplan, Seite 7

5 Verlag Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG

Hausanschrift Hans-Böckler-Allee 7, 30173 Hannover
 Postanschrift 30130 Hannover
 Anzeigenabteilung Telefon 0511 8550-2555/-2429
 Telefax 0511 8550-2406
 E-Mail vet@schluetersche.de

6 Zahlungsbedingungen

8 Tage nach Rechnungsdatum 2 % Skonto, sonst 30 Tage ohne Abzug.
 Bankeinzugsverfahren ist möglich.
 USt-Ident.-Nr. DE 115 697 748

Bankverbindungen

Bankverbindung für Anzeigenrechnungen:
 Sparkasse Hannover (BLZ 250 501 80), Konto-Nr. 1 019 900
 IBAN-Nr.: DE41 2505 0180 0001 0199 00
 BIC: SPKHDE2H

Bankverbindung für Vertriebsrechnungen:
 Nord/LB, Hannover (BLZ 250 500 00), Konto-Nr. 101 418 200
 IBAN-Nr. DE89 2505 0000 0101 4182 00
 BIC: NOLADE2H

7 Anzeigenformate und Preise

Allen Preisen ist der aktuelle Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

P Anzeigen-Preisliste

Nr. 45 – gültig ab 1. Januar 2010

1 Auflage

Druckauflage 7 614 Exemplare
 tatsächlich verbreitete Auflage:
 im Jahresdurchschnitt (lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17) ... 7 497 Exemplare

2 Zeitschriftenformat 210 mm breit, 297 mm hoch, DIN A4

Satzspiegel 188 mm breit, 272 mm hoch
 Spaltenzahl 4 Spalten = Spaltenbreite 44 mm
 3 Spalten = Spaltenbreite 60 mm

3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen

Offsetdruck, Klebebindung. Anlieferung von digitalen
 Druckunterlagen erforderlich (siehe Seite 7 „digitale Druckunter-
 lagen“). Anfertigung von Druckunterlagen in der Größe 1:1 für
 Schwarzweiß-Anzeigen ist kostenlos. Bei nicht maßgerechten Vorlagen
 und bei der Herstellung von Farbanzeigen erfolgt Berechnung der
 Selbstkosten.

Format	Spaltenzahl	Breite × Höhe mm	Grundpreis s/w in €	2-farbig in €	3-farbig in €	4-farbig in €
2/1-Seite	8-spaltig	404 × 272	4 339,-	4 720,-	5 098,-	5 478,-
1/1-Seite	4-spaltig	188 × 272	2 170,-	2 550,-	2 928,-	3 309,-
2/3-Seite	2-spaltig 4-spaltig	*) 124 × 272 hoch 188 × 180 quer	1 444,-	1 697,-	1 950,-	2 203,-
1/2-Seite	2-spaltig 4-spaltig	92 × 272 hoch 188 × 134 quer	1 084,-	1 275,-	1 466,-	1 653,-
1/3-Seite	1-spaltig 4-spaltig	*) 60 × 272 hoch 188 × 88 quer	722,-	848,-	975,-	1 101,-
1/4-Seite	2-spaltig 4-spaltig	92 × 134 hoch 188 × 65 quer	543,-	636,-	732,-	826,-

1/6-Seite	1-spaltig 2-spaltig	*) 60 x 134 hoch 92 x 88 quer	361,-	424,-	489,-	552,-
1/8-Seite	2-spaltig 4-spaltig	92 x 65 quer 188 x 31 quer	271,-	318,-	365,-	414,-

*) Textspalten

Millimeterpreise

1-spaltig, 44 mm breit im Anzeigen- oder Textteil.....	€ 2,14
1-spaltig, 60 mm breit im Textteil.....	€ 2,86

8 Vorzugsplatzierungen/Zuschläge

8.1 Platzierung

Titelseite, 210 x 217 mm, 4c.....	€ 4 074,-
Titelseite mit Altarfalz	€ 7 956,-*
Titelseite mit 1/2 Altarfalz	€ 5 977,-*
2. oder 4. Umschlagseite, 4c.....	€ 3 565,-
2. USS mit Klappcover, insges. 3-seitig	€ 7 418,-*
3. und 4. USS mit Klappcover, insges. 4-seitig	€ 8 947,-*
1. ganzseitige rechte Anzeigenseite, 4c	€ 3 407,-

* ggf. zuzügl. Kuvertierung

Rücktrittsrecht bis max. 3 Monate vor Erscheinungstermin.
Bei Rücktritt werden 30% des Anzeigenpreises berechnet.
Für sonstige bindende Platzvorschriften 25 % Zuschlag auf den s/w-Preis.

8.2 Farbe (wird rabattiert)

Farbzuschlag pro Farbe aus der Eurokala pro Millimeter:	
1-spaltig, 44 mm breit im Anzeigen- oder Textteil.....	€ 0,43
1-spaltig, 60 mm breit im Textteil	€ 0,57
Farbzuschlag mindestens	€ 51,00
Preise für Sonderfarben, die nicht aus der Eurokala gedruckt werden sollen	auf Anfrage

9 Gelegenheitsanzeigen (nicht rabattfähig)

Gelegenheitsanzeigen pro mm (1-spaltig, 44 mm breit)	€ 2,03
Stellengesuche, pro mm (1-spaltig, 44 mm breit)	€ 1,41
Chiffregebühr	€ 12,00

Anzeigentexte bitte maschinengeschrieben verfassen oder handge-
schrieben in deutlich lesbarer Schrift (Druckbuchstaben).

Für Fehler, die auf unleserliche Manuskripte zurückzuführen sind,
wird keine Gewähr übernommen.

10 Rabatte

bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten (Insertionsjahr)

Malstaffel	Mengengruppe
ab 3 Anzeigen 5 %	ab 1 Seite 5 %
ab 6 Anzeigen 10 %	ab 3 Seiten 10 %
ab 9 Anzeigen 15 %	ab 6 Seiten 15 %
ab 12 Anzeigen 20 %	ab 12 Seiten 20 %

11 Einkleber/Durchhefter

2-seitiger Einkleber	€ 2 970,-
4-seitiger Einkleber	€ 3 766,-
4-seitiger Durchhefter	€ 4 127,-

Papierstärke 115 g bis max. 150 g

Bitte im unbeschnittenen Format (216 x 303 mm) liefern.

Bitte 5 mm Abstand mit Bild- und Textelementen zum beschnittenen Format

2-seitiger Einkleber: Einzelblatt im unbeschnittenen Format

4-seitiger Einkleber: Doppelblatt gefalzt auf das unbeschnittene Format

4-seitiger Durchhefter: Zwei 2-seitige Einzelblätter im unbeschnittenen Format

Eine nachträgliche Trennung wird in Rechnung gestellt.

Einkleber werden rabattiert: 1 Einkleber = 1 Anzeigenseite.

12 Beilagen

lose eingelegt, maximale Größe 200 x 290 mm,

bis 25 g Stückgewicht, je 1000 Exemplare
 € 242,- |

bis 50 g Stückgewicht, je 1000 Exemplare
 € 312,- |

Schwerere Beilagen auf Anfrage.

Beilagen werden rabattiert: 1 Gesamtbeilage = 1 Anzeigenseite.

Auftragsannahme nach Vorlage von einem verbindlichen Muster.

13 Aufgeklebte Postkarte

in Verbindung mit einer 1/1-Anzeigenseite

Werbekosten je 1000 Ex.
 € 102,- |

Postkarte je 1000 Ex. (maschinelle Klebung)
 € 26,- |

Platzierung
 auf Anfrage |

14 Lieferanschrift für die Positionen 11 bis 13

Werbedruck GmbH Horst Schreckhase

Dörnbach 22, 34286 Spangenberg

Liefervermerk: Der praktische Tierarzt, Ausgabe ...

Lieferung frei Druckerei

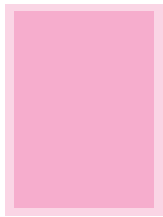
Media 2010

5

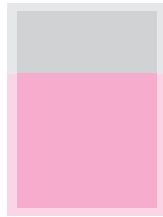
Informationsblatt Formate

Ergänzung zur Anzeigenpreisliste 45 – gültig ab Januar 2010

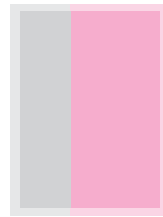
Heftformat: A4 (210 × 297 mm)



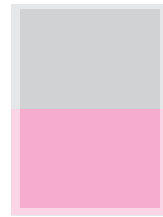
1/1-Seite
S: 188 × 272
A: 216 × 303



2/3-Seite
S: 188 × 180
A: 216 × 197



2/3-Seite
S: 124 × 272
A: 135 × 303



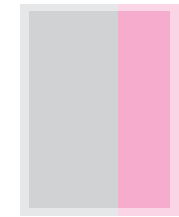
1/2-Seite
S: 188 × 134
A: 216 × 151



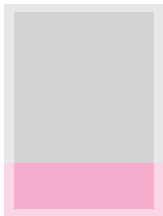
1/2-Seite
S: 92 × 272
A: 103 × 303



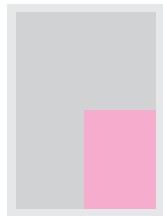
1/3-Seite
S: 188 × 88
A: 216 × 105



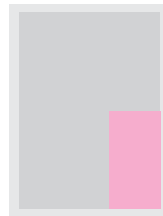
1/3-Seite
S: 60 × 272
A: 71 × 303



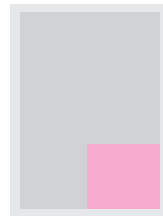
1/4-Seite
S: 188 × 65
A: 216 × 82



1/4-Seite
S: 92 × 134



1/6-Seite
S: 60 × 134



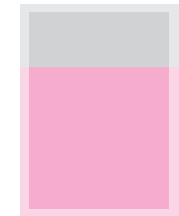
1/6-Seite
S: 92 × 88



1/8-Seite
S: 188 × 31




1/8-Seite
S: 92 × 65



Titelseite
A: 216 × 220

S = Formate für Anzeigen im Satzspiegel, Breite × Höhe in mm

A = Formate für angeschnittene Anzeigen, Breite × Höhe in mm, inkl. Beschnittzugabe (3 mm je Beschnittkante). Bitte 5 mm Abstand mit Bild- und Textelementen zum beschnittenen Format.

 Anschnittkanten = Anzeigenformat über den Satzspiegel hinaus

Termine



Um digitale Druckunterlagen einwandfrei weiterverarbeiten zu können, müssen folgende Bedingungen erfüllt sein:

Dateiformat

Druckfertige PDF- oder EPS-Dateien (mit eingebetteten Schriften und Bilddateien) aus QuarkXPress, InDesign, Illustrator, Photoshop oder Freehand.
Bitte ohne Schnittmarken, Passkreuze, etc. auf das Endformat abspeichern.

Bei Anlieferung offener Dateien (inkl. Schriften und hochauflösende Bilder) sowie Dateien aus Programmen wie WORD, EXCEL, PowerPoint, Pagemaker oder CorelDraw kann keine Gewährleistung für die Qualität der Anzeigen übernommen werden. Bei diesen Formaten werden je nach Aufwand die Selbstkosten in Rechnung gestellt.

Bilddaten

Auflösung von Farb- oder Graustufenbilder mind. 300 dpi
Strichzeichnungen mind. 1200 dpi

Farbmodus

CMYK, keine RGB- oder Sonderfarben

Druckverfahren

Bogenoffsetdruck

Datenträgerformat

CD-ROM (Macintosh/Windows), DV-ROM (Macintosh)

Datentransfer

- E-Mail: anzeigendaten-dpt@schluetersche.de
- ISDN Mac/Leonardo Pro 0511/8550-6576
- ISDN PC Fritz!Data und FTP-Verbindung gern auf Anfrage

Datei-Information

Bitte nennen Sie bei der Datenanlieferung *Zeitschrift_Ausgabe_Inserent* und senden parallel die genauen Auftragsdaten sowie einen schrift- und standverbindlichen Ausdruck der Anzeige.

Bei Farbanzeigen ist zusätzlich ein Proof, der den Empfehlungen der FOGRA bzw. ECI für den Bogenoffsetdruck entspricht, notwendig. Proofart und Papierklasse bitte erfragen.

Anzeigenauftrag

Die genannten Angaben ersetzen nicht den schriftlichen Anzeigenauftrag.
Senden Sie diesen bitte direkt an die Anzeigenabteilung.

Eingangs- und Verarbeitungskontrolle

Der Verlag übernimmt keine Haftung für Farbabweichungen und Textstellungen im Anzeigenmotiv, wenn Dateien nicht in der oben angegebenen Art und Weise abgespeichert und farbverbindliche Proofs nicht mitgeliefert wurden.

Technische Kosten

Für die Gestaltung/Herstellung von Anzeigen und Eingriffe bei nicht maßgerechten Vorlagen sowie die Aufbereitung aller Vorlagen, die nicht dem Druckverfahren entsprechen, werden die Selbstkosten in Rechnung gestellt.

Technische Fragen/Kontakt

E-Mail an anzeigendaten-dpt@schluetersche.de oder
Telefon 0511/8550-2521 • Telefax 0511/8550-2401



Ausgabe	Erscheinungstag	Anzeigenschluss	Druckunter-schluss
1	04.01.10	08.12.09	10.12.09
2	01.02.10	11.01.10	13.01.10
3	01.03.10	08.02.10	10.02.10
4	01.04.10	11.03.10	15.03.10
5	03.05.10	12.04.10	14.04.10
6	01.06.10	07.05.10	11.05.10
7	01.07.10	10.06.10	14.06.10
8	02.08.10	12.07.10	14.07.10
9	01.09.10	11.08.10	13.08.10
10	01.10.10	10.09.10	14.09.10
11	01.11.10	11.10.10	13.10.10
12	01.12.10	10.11.10	12.11.10
01	03.01.11	09.12.10	13.12.10

Titelporträt



1 Kurzcharakteristik

Zeitschrift für fortschrittliche Veterinärmedizin – „Der praktische Tierarzt“ ist das offizielle Organ des Bundesverbandes Praktizierender Tierärzte (bpt). „Der praktische Tierarzt“ berichtet über aktuelle Entwicklungen der Tiermedizin: Dazu gehören Erfahrungsberichte über neue Heilmittel und -methoden, aktuelle Fachinformationen aus Originalien und Referaten sowie wertvolle Tipps zum Thema Praxisführung / Praxismanagement. Die Leser sind praktizierende Tierärzte in Kleintier-, Pferde- und Nutztierpraxen sowie Veterinärmediziner in Tierkliniken.

2 **Erscheinungsweise** monatlich

3 **Jahrgang** 91. Jahrgang

4 **Web-Adresse (URL)** ... www.vetline.de

5 **Mitgliedschaft** –

6 **Organ** Offizielles Organ des Bundesverbandes Praktizierender Tierärzte e. V.

7 **Herausgeber** Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG

8 **Verlag** Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
 Postanschrift 30130 Hannover
 Hausanschrift Hans-Böckler-Allee 7, 30173 Hannover
 Internet www.schluetersche.de
 E-Mail vet@schluetersche.de

9 **Redaktion** Dr. Birgit Leopold-Temmler

10 **Anzeigen** **Bettina Kruse (Anzeigenleitung)**
 Telefon/Fax 0511 8550-2555, Fax 0511 8550-2406
 E-Mail bettina.kruse@schluetersche.de

Jessica Bönig (Anzeigenverkauf)
 Telefon/Fax Tel. 0511 8550-2429, Fax 0511 8550-2406
 E-Mail vet@schluetersche.de

11 **Vertrieb** Ernst Leopold
 Telefon 0511 8550-2425
 Telefax 0511 8550-2405
 E-Mail vertrieb@schluetersche.de

12 **Bezugspreis** auf Anfrage

13 **ISSN** 0032-681X

14 Umfangs-Analyse 2008 = 12 Ausgaben

Format der Zeitschrift	DIN A4
Gesamtumfang	1 146 Seiten = 100 %
Redaktioneller Teil	808 Seiten = 71 %
Anzeigenteil*	338 Seiten = 29 % *
davon:	
Stellen- und Rubrikanzeigen	9 Seiten = 3 %
Durchhefter/Einkleber*	48 Seiten = 14 % *
Verlagseigene Anzeigen	37 Seiten = 11 %
Beilagen	29 Stück

* Durchhefter und Einkleber werden statt mit 4 oder 2 Seiten ab jetzt einheitlich mit 1 Seite gerechnet (daher niedrigere Werte als in den Vorjahren).

15 Inhalts-Analyse Redaktion 2008 = 808 Seiten

Originalien Kleintiere	99 Seiten = 12 %
Vetkolleg Kleintiere	39 Seiten = 5 %
Fachinformationen Kleintiere	19 Seiten = 2 %
Summe Kleintiere	157 Seiten = 19 %
Originalien Pferde	67 Seiten = 8 %
Vetkolleg Pferde	48 Seiten = 6 %
Fachinformationen Pferde	17 Seiten = 2 %
Summe Pferde	132 Seiten = 16 %
Originalien Nutztiere	129 Seiten = 16 %
Vetkolleg Nutztiere	29 Seiten = 4 %
Fachinformationen Nutztiere	20 Seiten = 2 %
Summe Nutztiere	178 Seiten = 22 %
Magazin	63 Seiten = 8 %
Brennpunkt	24 Seiten = 3 %
Industrie und Wirtschaft	89 Seiten = 11 %
Praxisseiten	92 Seiten = 12 %
Kongress	16 Seiten = 2 %
Termine/Veranstaltungen	15 Seiten = 2 %
Sonstiges (Inhaltsverzeichnis etc.)	42 Seiten = 5 %

808 Seiten = 100 %



16 Auflagenkontrolle IVV, Berlin

17 Auflagen-Analyse

Exemplare pro Ausgabe im Durchschnitt für die Zeit vom 1. Juli 2008 bis 30. Juni 2009

Druckauflage	7 614	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	7 497	davon Ausland
Verkaufte Auflage	6 375	davon Ausland
- Abonnierte Exemplare	2 193	davon Mitgliederstücke
- Sonstiger Verkauf	4 182	-
davon zum vergünstigten Abo-Preis an Mitglieder des Bundesverbandes		
Praktizierender Tierärzte	4 147	
- Einzelverkauf	-	
Freistücke	1 122	
Rest-, Archiv- und Belegexemplare	117	

18 Geographische Verbreitungs-Analyse

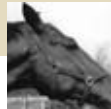
Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Deutschland	93,0	6 970
Ausland	7,0	527
Tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	7 497

Auflagen- und Verbreitungsanalyse

2

Kurzfassung der Erhebungsmethode

– zur Verbreitungsanalyse (AMF-Schema 2, Ziffer 18)



1. Untersuchungsmethode

– Verbreitungsanalyse durch Dateiauswertung
Total-Erhebung

2. Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung

2.1. Beschaffenheit der Datei

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst. Aufgrund der vorhandenen postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen bzw. Inland- und Auslandsempfängern sortiert werden.

2.2. Gesamtzahl Empfänger in der Datei 7 689

2.3. Gesamtzahl wechselnder Empfänger –

2.4. Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen

- Verkaufte Auflage	6 275
davon: abonnierte Exemplare.....	2 139
Einzelverkauf.....	–
sonstiger Verkauf.....	4 136
- Freistücke	1 222
davon: ständige Freistücke.....	376
wechselnde Freistücke.....	153
Werbeexemplare.....	693
- Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA).....	7 497
davon: Inland.....	6 970
Ausland	527

3. Beschreibung der Untersuchung

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil)

Grundgesamtheit (tvA)	7 497 = 100,00 %
davon in der Untersuchung	
nicht erfasst:	693 = 9,24 %
- Einzelverkauf.....	–
- Sonstige.....	–
- Werbeexemplare.....	693

Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA) 6 804 = 90,76 %

3.2 Tag der Dateiauswertung..... 28.07.2009

3.3 Beschreibung der Datenbasis

Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitung in Deutschland und im Ausland wurden auf die tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt gemäß AMF-Ziffer 17 projiziert.

3.4 Zielperson der Untersuchungentfällt

3.5 Definition des Lesersentfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung .. 01.07.08 bis 30.06.09

3.7 Durchführung der UntersuchungVerlag

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind Vertragsbestandteil des zwischen Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG (Verlag genannt) und einem Werbtreibenden oder sonstigen Inserenten (Auftraggeber genannt) geschlossenen Vertrages über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder Beilagen sowie anderer Werbemittel (Werbemittel) in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung. Aufträge gelten erst dann als angenommen, wenn sie schriftlich durch den Verlag bestätigt worden sind. Ist der Auftraggeber eine Agentur, so bezieht sich der jeweilige Auftrag auf einen Kunden der Agentur und darf nicht gleichzeitig Werbung anderer Agenturen enthalten.

1. Ist kein Erscheinungstermin vereinbart, sind vereinbarte Werbemittel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen.

Ist im Rahmen eines Abschlusses über mehrere Anzeigen das Recht zum Abzurufen Anzeigen bzw. anderer Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern diese innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

2. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Pflichten, 40 % des Insertionspreises als Stornogebühr dem Verlag zu erstatten. Dem Auftraggeber bleibt der Nachweis vorbehalten, dass kein oder nur ein geringer Schaden entstanden sei. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

3. Anzeigen und Beilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen einer Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig vor dem Veröffentlichungsanfang beim Verlag eingehen, dass man dem Auftraggeber gegebenenfalls noch vor dem Anzeigenschluss über eine nicht wunschgemäße Berücksichtigung benachrichtigen kann. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

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

5. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber ist selbst für die Inhalte der bestellten Veröffentlichungen und für alle gemachten Angaben verantwortlich. Es ist ausschließlich Sache des Auftraggebers, wettbewerbsmarken-, urheber- oder namensrechtliche Fragen sowie Fragen bzgl. der Preisangabe bei Premium-Dienste-Rufnummern vor Erteilung des Auftrages von sich aus zu klären. Werden Mehrwert-Rufnummern in Werbeanzeigen veröffentlicht, verpflichtet sich der Auftraggeber die Pflichtangabe zu den Preisen gemäß TKG einzuhalten und zu veröffentlichen. Es dürfen keine Werbemittel mit rechts- oder sittenwidrigen Inhalten angeboten werden, insbesondere keine Werbung veröffentlicht werden, die i. S. d. § 131 StGB zum Rassenhass aufstacheln, Gewalt verherrlichen oder verharmlosen, sexuell anstößig sind, i. S. d. § 184 StGB pornographisch sind, den Krieg verherrlichen oder verharmlosen, geeignet sind, Kinder oder Jugendliche sittlich schwer zu gefährden oder in ihrem Wohl zu beeinträchtigen oder auf Angebote mit solchem Inhalt hinzuweisen. Der Verlag übernimmt keine Gewähr für den Inhalt, insbesondere für den Wahrheitsgehalt der bestellten Werbung. Im Falle der Inanspruchnahme durch Dritte, die ihre Ansprüche im Zusammenhang mit den veröffentlichten Inhalten gegen den Verlag machen, haftet allein der Auftraggeber, der den Verlag und die Agentur von allen diesbezüglichen Ansprüchen Dritter freistellt.

6. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen des Vertrages – und Beilagenaufträge sowie Aufträge für Durchhefter und Einkleber 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.

Anzeigen, Beilagen-, Durchhefter- und Einkleberaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines entsprechenden Musters und dessen Billigung durch den Verlag bindend. Anzeigen, Beilagen, Durchhefter und Einkleber, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

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

8. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige zum dem Verlag nächstmöglichen Zeitpunkt. Beides aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde und soweit der Abdruck einer Ersatzanzeige dem Verlag zumutbar ist. Lässt der Verlag eine für die Anzeige gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages.

Wegen Verletzung vertraglicher und außervertraglicher Pflichten, insbesondere wegen Unmöglichkeit, Verzug, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlungen haftet der Verlag – auch für seine leitenden Angestellten und sonstigen Erfüllungsgehilfen – nur in Fällen des Vorsatzes und der groben Fahrlässigkeit, und zwar der Höhe nach beschränkt auf den bei Vertragsschluss voraussehbaren vertragstypischen Schaden. Diese Haftungsbeschränkung gilt nicht bei schuldhaftem Verstoß gegen wesentliche Vertragspflichten, soweit dadurch die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet wird, für Schäden an Leben, Körper oder Gesundheit wegen einer von dem Verlag zu vertretenden Pflichtverletzung.

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

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

11. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung innerhalb von 14 Tagen nach Veröffentlichung der Anzeige bzw. eines anderen bestellten Werbemittels, übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufend Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

12. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die rechtlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

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

14. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für den Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführung hat der Auftraggeber zu tragen.

15. 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 durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein Preiserminderung berechtigter Mangel, wenn sie

bei einer Auflage bis zu 50 000 Exemplaren	20 %
bei einer Auflage bis zu 100 000 Exemplaren	15 %
bei einer Auflage bis zu 500 000 Exemplaren	10 %
bei einer Auflage über 500 000 Exemplaren	5 % beträgt.

Darüber hinaus sind bei den Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag den Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeigen vom Vertrag zurücktreten konnte.

16. Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postwege weitergeleitet. Die Eingänge auf Chiffreanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein.

Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote an Stelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 500 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmeweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

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

18. Erfüllungsort und Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus dem geschlossenen Vertrag ist Hannover, wenn der Auftraggeber Kaufmann ist. Das gilt auch, wenn der Auftraggeber im Inland keinen allgemeinen Gerichtsstand hat oder sein Wohnsitz unbekannt oder im Ausland ist.

19. Sollten eine oder mehrere der vorstehenden Bestimmungen unwirksam sein oder werden, so wird hierdurch die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmungen treten die gesetzlichen Vorschriften, soweit nicht die Parteien eine Einigung herbeiführen, die den durch die unwirksame Bestimmung beabsichtigten Zweck erreicht.

Ihre Ansprechpartner für Werbung



Anzeigenleitung

Bettina Kruse

Telefon 0511 8550-2555
Telefax 0511 8550-2406
bettina.kruse@schluetersche.de



Anzeigenverkauf

Jessica Bönig

Telefon 0511 8550-2429
Telefax 0511 8550-2406
vet@schluetersche.de



Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG

Hans-Böckler-Allee 7, 30173 Hannover
www.schluetersche.de