

Metropolitan **JOURNAL**

Anzeigenpreisliste Nr. 2 Gültig ab 1. Mai 2024

Das neue Lifestyle & Gesellschaftsmagazin

In den Metropolen der Welt spielt sich das Leben ab. Nightlife, Worklife, Lifestyle, Modern Life. Partylife. You name it.

Es ist an der Zeit ein Magazin herauszubringen, das dieses Leben, dessen Protagonisten und Player beobachtet, begleitet und der interessierten Leserschaft vorstellt. Bunt, schnell, tiefgründig, modern, laut und leise.

Bilder. Texte. Grafik. Layout. Old School und Avantgarde. Retro. In & Out. Intellektuell und witzig – nie flach. Am Puls der Zeit.

Das Metropolitan Journal ist all das. Für Sie, für Ihn. Für wen auch immer. Für die Generation Boomer, Generation x, und all diejenigen, die sich täglich neu erfinden, und täglich Neues entdecken wollen. Oder sich einfach nur erinnern möchten. An eine Zeit ohne iPhone, internet und Social Media.

Walking down memory lane...

Die Cover Story mit exklusiven Fotos hat acht Seiten. 6 mal im Jahr bedeutet 6 Cover, 6 Metropolitan „People“, fotografiert von 6 Fotografen der Extraklasse. Exklusiv. Steigen Sie ein in eine Welt voller interessanter Menschen, die alle etwas zu sagen haben.

Print in Verbindung mit Video und Audio ist internationaler Standard in der modernen Berichterstattung und macht den Unterschied im Metropolitan Journal.

Das Smartphone ist der ständige Begleiter. Schön, wenn dieser Begleiter im Metropolitan Journal passend zum Text das richtige Feature, oder das Interview liefern kann.

Ein Scan auf den zum Text gehörigen QR-Code genügt, und der Artikel wird zum Leben erweckt. Alles ist möglich.

Das Metropolitan Journal ist kein TV-Journal.
Das Metropolitan Journal ist ein Journal mit TV.

Werbekunden können zusätzlich zur Werbeanzeige den aktuellen Werbefilm laufen lassen. Weltweit und 24/7.

Die QR-Codes im Editorial Bereich werden für einzelne Interviews, Reportagen, Features und Portraits von uns hergestellt und belegt.

Bitte beachten Sie, dass der von Ihnen im QR-Code hinterlegte Videoinhalt auch mindestens für die Angebotsdauer der Ausgabe verfügbar sein sollte. Es geht von uns aus aber auch länger – ohne Extrakosten für Sie.

Die Dauer legen Sie fest. Da gedruckte Magazine nun einmal eine deutlich längere Lebenszeit als Online- Editions haben, kann es also durchaus sein, dass Ihr Video noch nach Jahren sichtbar ist. Wenn Sie für diese Zeit die URL verfügbar machen. Up to you. No extra Costs.



Der QR-Code kann mit beliebigem Inhalt belegt werden.
(Der Beispiel-Scan zeigt einen Placeholder)

Formate & Preise

Anzeigenformat	Angeschnittene Anzeigen in mm*		Preise
	Breite	Höhe	4C / SW
2/1 Seite	406 (203** pro Seite)	276	23.200 €
1/1 Seite	203	276	11.600 €
1/2 Seite Hoch	101,5	276	6.150 €
1/2 Seite Quer	203	138	6.150 €
1/4 Seite Hoch	50,75	276	3.400 €
1/4 Seite Quer	203	69	3.400 €

Vorzugsplatzierung	Preise
1/1 Seite	4C / SW
2. Umschlagseite	12.100 €
3. Umschlagseite	12.100 €
4. Umschlagseite	13.800 €

Satzspiegel Formate und weitere Formate auf Anfrage.
Für Fotoproduktionen erstellen wir Ihnen gerne ein individuelles Angebot.
Advertorials werden mit dem Wort „ANZEIGE“ gekennzeichnet.

Alle Preise in Euro zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer. Alle Preise sind AE – Provisionsfähig.

Lassen Sie sich gerne von uns beraten.

Tel.: (0201) 4397 9012
anzeigen@metropolitanjournal.de

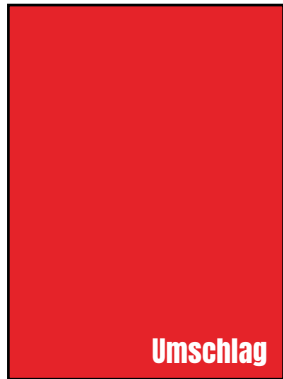
Das Metropolitan Journal ist brandneu, und erscheint am 15. August 2024 mit einer Druckauflage von 31.000 Exemplaren.

Der Vertrieb erfolgt bundesweit, sowie in der Schweiz und Österreich (DACH), über den Einzelhandel (z. B. Supermärkte), Kioske, Presse-Fachgeschäfte, Bahnhofs- und Flughafen Buchhandlungen. Das Magazin wird kostenlos an den Gates und in den Lounges der Lufthansa ausliegen. Zusätzlich liegen Exemplare an hochfrequentierten und ausgesuchten Spots (Hotels, SPAs, etc.) aus.

*Bei angeschnittenen Anzeigen: Beschnittzugabe an allen Außenkanten 3 mm, Kopfbeschnitt 3 mm. 5 mm Mindestabstand von wichtigen Text- und Bildelementen zur Beschnittkante sowie 10 mm zum Bund. Ein Anchnittzuschlag wird nicht erhoben. **Wenn bei Doppelseiten Texte oder wichtige Bildelemente durch den Bund laufen, müssen die Bilddaten in der Mitte eine Doppelung von 4 mm je Seite aufweisen. Anlieferung jedoch als zwei separate Einzelseiten-PDFs (= 2 Dateien)! Diese Bundzugabe muss im Endformat der Doppelseite enthalten sein.

Metropolitan
JOURNAL

Formate



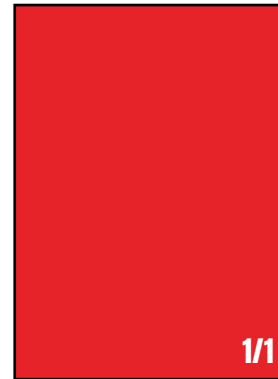
Umschlag

Anschnitt*
203 x 276 mm



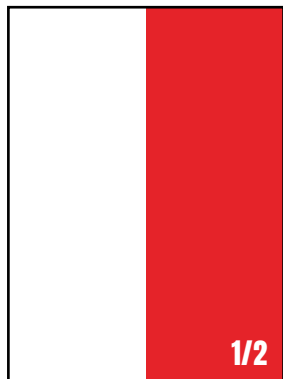
2/1

Anschnitt*
406 x 276 mm



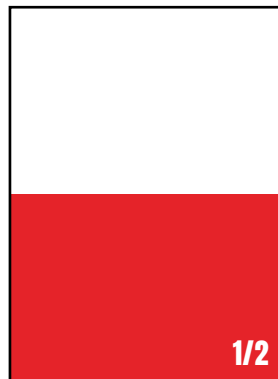
1/1

Anschnitt*
203 x 276 mm



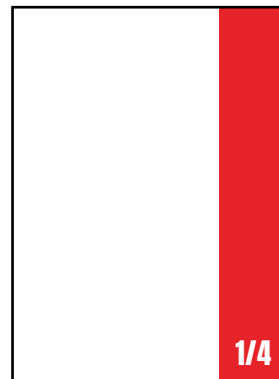
1/2

Anschnitt*
101,5 x 276 mm



1/2

Anschnitt*
203 x 138 mm



1/4

Anschnitt*
50,75 x 276 mm



1/4

Anschnitt*
203 x 69 mm

*Beschnittzugabe von 3 mm an allen Seiten. Sonderformate, Beilagen & andere Ad Specials auf Anfrage.

Terminkalender 2024 / 2025

Heft	EVT	Anzeigenschluss	Datenabgabe Last Minute
01 / 2024	15.08.2024	26.07.2024	26.07.2024
02 / 2024	10.10.2024	19.09.2024	19.09.2024
03 / 2024	12.12.2024	21.11.2024	21.11.2024
01 / 2025	13.02.2025	23.01.2025	23.01.2025

Die Angaben zum Erstverkaufstag sind unverbindlich. Sollten andere Termine schriftlich vereinbart sein, sind die obenstehenden Termine (inklusive aller Termine für Supplements) hinfällig. Technisch bedingte Veränderungen in Produktion, Verarbeitung und Erscheinungsweise behält sich der Verlag in allen Ausgaben vor, sofern die Änderung nicht wesentlich und sofern sie für den Auftraggeber zumutbar ist. Der Terminablauf für Promotions ist abhängig vom Seitenumfang und muss gesondert angefragt werden. Die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen kann Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen, die nicht zu Reklamationen berechtigt, soweit sich nicht aus §§ 4, 8 und 11 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Verlages etwas anderes ergibt.

Technische Daten

FORMATE

Heftformat: 203 mm Breite, 276 mm Höhe
Satzspiegel: 179 mm Breite, 252 mm Höhe

Die Lieferung der Dateien erfolgt ausschließlich im PDF-Format Version 1.3 oder 1.4.

DRUCKVERFAHREN UMSCHLAG INHALT

Bogen-Offset
Rollen-Offset
70er Raster

Bitte beachten Sie besonders, dass doppelseitige Anzeigen als zwei separate Einzelseiten-PDFs (= 2 Dateien) angeliefert werden müssen. Bei Lieferung anderer Datenformate, fehlerhafter PDF-Dateien und (bezogen auf Farbabweichungen) wird, besteht kein Reklamationsanspruch, soweit sich nicht aus der Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Verlages etwas anderes ergibt.

TONWERTZUNAHME

13% im 40%igen Rasterfeld bei C, M, Y
11% im 80%igen Rasterfeld bei C, M, Y
16% im 40%igen Rasterfeld bei schwarz
13% im 80%igen Rasterfeld bei schwarz

Bei Anfertigung von Druckunterlagen durch den Verlag wird ausreichende Vorlagenqualität vorausgesetzt, erstklassige Qualität gewährleistet. Notwendig ist hierbei die Einhaltung der Druckunterlagentermine. Wenn Anfertigung der Druckunterlagen durch den Verlag gewünscht wird, wird diese gesondert berechnet.

FARBREIHENFOLGE

Schwarz, Cyan, Magenta, Gelb.
Geringe Tonwertabweichungen sind im Toleranzbereich des Rollenoffsetdrucks begründet.

Die Fertigung der Druckplatten erfolgt über Computerto-Plate. Aus diesem Grund werden digitale Daten benötigt. Mit ICC Profilen hergestellte Daten müssen folgendes Profil aufweisen: ISOcoated_v2 300%.icc (ECI)

VERARBEITUNG

Klebebindung

Lassen Sie sich gerne von uns beraten.

PAPIER UMSCHLAG INNENTEIL

250 g/m², holzfrei, weiß, glänzend gestrichen.
80 g/m², fast holzfrei, weiß, glänzend gestrichen.

Tel.: (0201) 4397 9012
anzeigen@metropolitanjournal.de

Ein eventuelles Durchscheinen der Rückseite bei hellen Anzeigenmotiven kann nicht ausgeschlossen werden.
Gedruckt wird auf chlorfrei gebleichtem Papier.

Verlagsangaben

ADRESSE	Metropolitan Journal Dreambeliever Publishing plus GmbH Zweigertstr. 45 45130 Essen Tel.: (0201) 450 30 729 www.metropolitanjournal.de	LEITUNG	Johannes Funke johannesfunke@metropolitanjournal.de
ERSCHEINUNGSWEISE	Alle zwei Monate	REDAKTION	(0201) 450 30 729 redaktion@metropolitanjournal.de
COPYPREIS	Euro 8,90	ANZEIGEN	(0201) 4397 9012 anzeigen@metropolitanjournal.de
DRUCKAUFLAGE	31.000 Exemplare		
ZAHLUNGSBEDINGUNGEN	Zahlbar sofort nach Erhalt der Rechnung ohne jeden Abzug. Individuelle Vereinbarungen, z.B. bei Anzeigen-Abschlüssen, sind möglich.		
BANKVERBINDUNG	Dreambeliever Publishing plus GmbH GLS Gemeinschaftsbank eG IBAN DE91 4306 0967 1316 1786 00 BIC GENODEM1GLS		
ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN	Alle Anzeigenaufträge werden ausschließlich gemäß den Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Verlages ausgeführt. Diese finden Sie auf den letzten Seiten des Dokumentes.		



Metropolitan
JOURNAL

Allgemeine Geschäftsbedingungen

§ 1 Geltungsbereich, Individualabreden

(1) Die nachfolgenden Bestimmungen gelten für Verträge zwischen dem Auftraggeber und Dreambeliever Publishing plus GmbH, Zweigertstr. 45 in 45130 Essen über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen (nachfolgend zusammen „Anzeigen“) in Zeitschriften des Verlages (nachfolgend „Anzeigenauftrag“). Ferner gelten die nachfolgenden Bestimmungen entsprechend für Verträge, die Ad Specials (z.B. Beilagen, Beihefter oder Beikleber) betreffen.

(2) Mit dem Auftraggeber individuell getroffene Vereinbarungen gehen diesen Bestimmungen vor.

§ 2 Abrufzeitraum

Anzeigen sind innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige zur Veröffentlichung abzurufen.

§ 3 Mengennachlass

Der Auftraggeber hat Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist gemäß § 2 entsprechenden Nachlass. Wurde dem Auftraggeber aufgrund der Menge der von ihm bestellten Anzeigen ein Preisnachlass gewährt und wird ein Anzeigenauftrag aus Umständen nicht erfüllt, die vom Auftraggeber zu vertreten sind oder in seinem Risikobereich liegen, hat der Auftraggeber dem Verlag unbeschadet weiterer Pflichten den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Anzeigenabnahme entsprechenden Nachlass zu erstatten.

§ 4 Vertragsschluss, Platzierung von Anzeigen und Ad-Specials, Erstverkaufstag, Beigaben/Umverpackungen

(1) Soweit nicht anders angegeben oder vereinbart, sind Angebote des Verlages unverbindlich und der Anzeigenauftrag kommt durch schriftliche Bestätigung des Antrags des Auftraggebers durch den Verlag, spätestens aber durch Veröffentlichung der Anzeige durch den Verlag zustande. Verträge für Ad Specials sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters und dessen Billigung bindend.

(2) Sofern der Verlag dem Auftraggeber bei Vertragsschluss nicht ausdrücklich schriftlich eine bestimmte Anzeigenplatzierung oder die Aufnahme von Ad Specials an bestimmten Plätzen zugesagt hat, besteht kein Anspruch auf Aufnahme an bestimmten Plätzen der Zeitschrift. Für die Einhaltung einer vereinbarten Platzierung übernimmt der Verlag keine Haftung, sofern der Auftraggeber die Druckunterlagen bzw. Ad Specials nach Ablauf der in der bei Abschluss des Anzeigenauftrages jeweils gültigen und wird für den jeweiligen Print-Titel veröffentlichten oder auf Wunsch des Auftraggebers vom Verlag zu übersendenden Preisliste hierfür festgelegten Frist liefert und die Einhaltung der Platzierung für den Verlag aus diesem Grunde nicht mehr oder nur mit unzumutbarem Aufwand möglich ist.

(3) Angaben des Verlages zum Erstverkaufstag sind unverbindlich, soweit nicht ausdrücklich anders angegeben oder vereinbart.

(4) Der Verlag behält sich vor, der Zeitschrift zur Steigerung der Attraktivität und des Abverkaufs jederzeit eine Umverpackung sowie weitere Produkte hinzuzufügen. Soweit aus diesen Gründen eine Anzeige, insbesondere auf der vierten Umschlagseite, bis zum Öffnen der Verpackung und gegebenenfalls dem Entfernen der weiteren Produkte ganz oder teilweise verdeckt wird, stehen dem Auftraggeber aus diesen Gründen Ansprüche, insbesondere auf Minderung des Anzeigenpreises oder auf Schadensersatz, gegen den Verlag nicht zu.

§ 5 Ablehnung von Anzeigenaufträgen, Kennzeichnung von Anzeigen

(1) Der Verlag behält sich vor, die Durchführung von Anzeigenaufträgen – auch einzelner Abrufe – wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form der Anzeigen nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn die Anzeigen nach pflichtgemäßem Ermessen des Verlages gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstoßen oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Die Ablehnung wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

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

§ 6 Verantwortlichkeit des Auftraggebers für Inhalt und Zulässigkeit, Haftungsfreistellung

(1) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen.

(2) Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Anzeigenauftrages gegen den Verlag erwachsen, und dem Verlag den aus der Geltendmachung solcher Ansprüche entstehenden Schaden zu ersetzen, es sei denn, der Auftraggeber hat das Entstehen der Ansprüche Dritter bzw. den dem Verlag entstandenen Schaden nicht zu vertreten.

(3) Der Verlag ist nicht verpflichtet, Anzeigenaufträge daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Der Verlag ist berechtigt, die Schaltung von Anzeigen für Arznei- und Heilmittel von einer schriftlichen Zusicherung des Auftraggebers über die rechtliche Zulässigkeit der Werbung abhängig zu machen und/oder die Werbevorlage mit Zustimmung des Auftraggebers auf dessen Kosten durch eine sachverständige Stelle auf die rechtliche Zulässigkeit hin überprüfen zu lassen.

§ 7 Rechtseinräumung zur Veröffentlichung in elektronischen Ausgaben

Neben der Veröffentlichung in der Print-Ausgabe ist der Verlag berechtigt, die Anzeige in einer elektronischen Ausgabe der Zeitschrift (z.B. als Faksimile, e-paper, Heft-Preview, e-book-Ausgabe, in einem Online-Archiv, auf CD-ROM oder DVD, in einer Applikation z.B. für Smartphone, Tablet u.ä.) (nachfolgend „elektronische Ausgabe“) zu veröffentlichen, insbesondere zu diesem Zweck zeitlich unbeschränkt zu vervielfältigen, zu verbreiten, zu übertragen, zu senden, öffentlich zugänglich zu machen oder in einer Datenbank zum Abruf bereitzuhalten. Eine Verpflichtung des Verlages zur Veröffentlichung in einer elektronischen Ausgabe besteht nicht.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

§ 8 Mitwirkungspflichten des Auftraggebers, Pflichten bei Ad Specials Anlieferung von Druckunterlagen, Proofs, mangelhafte Druckunterlagen und Proofs

- (1) Für die Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder Ad Specials gemäß den in der Preisliste festgelegten Vorgaben ist allein der Auftraggeber verantwortlich.
- (2) Soweit Gegenstand der Buchung des Auftraggebers Ad Specials sind, die aus verpackter Ware bzw. verpackten Inhalten bestehen, gilt ergänzend folgendes: Der Auftraggeber verpflichtet sich, sämtliche anwendbare Verpflichtungen gemäß Verpackungsgesetz einzuhalten und verpflichtet sich ferner, dem Verlag unverzüglich zum Zeitpunkt der Buchung des Ad Specials geeignete Nachweise zur Verfügung zu stellen, mit denen der Auftraggeber belegt, dass er im Herstellerregister der Stiftung Zentrale Stelle Verpackungsregister registriert ist und sich bei systembeteiligungspflichtigen Verpackungen bei einem anerkannten Systembetreiber beteiligt hat.
- (3) Der Auftraggeber hat die Druckunterlagen innerhalb der in der Preisliste festgelegten Fristen anzuliefern. Nach Ablauf dieser Fristen sind Änderungen, insbesondere hinsichtlich Größe, Format und Farben nicht mehr möglich.
- (4) Der Verlag übernimmt die Erstellung und Änderung von Druckunterlagen oder die Erstellung von Proofs nur ausnahmsweise und nur gegen gesonderte Berechnung.
- (5) Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe der Anzeige im Rahmen der branchenüblichen Toleranzen, soweit es die übermittelten Druckunterlagen zulassen. Die Mängelhaftung des Verlages bei unzulänglicher Druckqualität ist ausgeschlossen, soweit diese auf Mängeln der Druckvorlage beruht, die sich erst bei der Reproduktion oder beim Druck zeigen. Die Mängelhaftung wegen Farbabweichungen ist ferner ausgeschlossen, soweit diese darauf beruhen, dass der Auftraggeber einen erforderlichen Proof nicht entsprechend Standards übermittelt hat. Die Mängelhaftung des Verlages ist auch dann ausgeschlossen, wenn ein unzulänglicher Abdruck auf einer verspäteten Lieferung der Druckvorlagen beruht.

§ 9 Mitwirkungspflichten des Auftraggebers

Der Auftraggeber hat die Fristen für das Briefing, gegebenenfalls einschließlich der Lieferung von Bild- und Pressmaterial, für die Abstimmung mit dem Verlag nach Erhalt des Layout- und Textvorschlags und für die finale Layoutfreigabe einzuhalten. Soweit bei Vertragsschluss nicht individuell abweichende Fristen vereinbart wurden, gelten die im Angebot festgelegten Fristen. Werden bei Vertragsschluss individuell kürzere Fristen vereinbart, ist im Falle eines verspäteten Briefings und/oder einer verspäteten Anlieferung von Bild- und Pressmaterial nach Ablauf der vereinbarten Fristen der Verlag zur Veröffentlichung in der betreffenden Ausgabe des Print-Titels nicht verpflichtet. Der Verlag behält den Anspruch auf Zahlung des vereinbarten Preises; die Berücksichtigung etwaiger ersparter Aufwendungen richtet sich nach dem Gesetz. Alternativ ist der Verlag in diesem Fall berechtigt, aber nicht verpflichtet, die Veröffentlichung gegen Zahlung des vollen Preises auf die nächste Ausgabe des Print-Titels zu verschieben, es sei denn, dies ist für den Auftraggeber unzumutbar.

§ 10 Verspätete Veröffentlichung

Sofern die gesetzlichen Voraussetzungen vorliegen, kann der Auftraggeber im Falle der verspäteten Veröffentlichung einer Anzeige vom Vertrag zurücktreten, es sei denn, der Verlag hat die Verzögerung nicht

zu vertreten. Der Verlag hat die verspätete Veröffentlichung insbesondere dann nicht zu vertreten, wenn diese aufgrund verspäteter Mitwirkung des Auftraggebers gemäß § 9 erfolgt. Die Haftung des Verlages für Schäden wegen einer verspäteten Veröffentlichung richtet sich nach § 12.

§ 11 Mängelhaftung, Reklamationsfrist

- (1) Weist die veröffentlichte Anzeige dem Verlag zuzurechnende Mängel auf, so steht dem Auftraggeber nach Wahl des Verlages ein Recht auf Ersatzanzeige oder Herabsetzung des Anzeigenpreises zu. Wählt der Verlag die Ersatzanzeige und schlägt diese fehl, so steht dem Auftraggeber unter den gesetzlichen Voraussetzungen das Recht auf Herabsetzung des Anzeigenpreises oder zum Rücktritt vom Vertrag zu.
- (2) Reklamationen müssen innerhalb von vier Wochen nach Erscheinen der Anzeige geltend gemacht werden, es sei denn, dass es sich um verborgene Mängel handelt. Schadensersatzansprüche und Aufwendungsersatzansprüche wegen Mängeln stehen dem Auftraggeber nur zu, soweit die Haftung des Verlages nicht gemäß § 12 ausgeschlossen oder beschränkt ist.
- (3) Andere als in diesem § 11 geregelte Ansprüche wegen Mängeln der veröffentlichten Anzeige sind ausgeschlossen.

§ 12 Haftung

- (1) Für vom Verlag oder dessen Erfüllungsgehilfen verursachte Schäden haftet der Verlag unbeschränkt, wenn diese vorsätzlich oder grob fahrlässig verursacht wurden. Bei leicht fahrlässiger Verletzung einer Hauptleistungspflicht oder einer Nebenpflicht, deren Verletzung die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet oder deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Auftraggeber vertrauen durfte (nachfolgend „wesentliche Nebenpflicht“), ist die Haftung des Verlages auf bei Vertragsschluss vorhersehbare, vertragstypische Schäden begrenzt. Bei leicht fahrlässiger Verletzung von Nebenpflichten, die keine wesentlichen Nebenpflichten sind, haftet der Verlag nicht.
- (2) Die Haftung bei arglistigem Verschweigen von Mängeln, bei Übernahme einer Beschaffenheitsgarantie sowie die Haftung für Ansprüche aus dem Produkthaftungsgesetz oder für Ansprüche wegen der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit bleiben hiervon unberührt. Eine Änderung der Beweislast zum Nachteil des Auftraggebers ist hiermit nicht verbunden.

§ 13 Preise

Die Preise ergeben sich aus der jeweils aktuellen Preisliste und verstehen sich jeweils in Euro zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer. Sie bestimmen sich nach dem vom Auftraggeber gewählten Format, das einem der in der Preisliste angegebenen Formate entsprechen muss.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

§ 14 Preisänderungen

Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für bereits abgeschlossene Aufträge. Eine Preiserhöhung wird jedoch frühestens drei Monate nach Bekanntgabe wirksam. Falls sich der Preis für einen bereits abgeschlossenen Auftrag um mehr als 5% erhöht, kann der Auftraggeber von dem Auftrag zurücktreten; bei einem Auftrag über mehrere Anzeigen kann der Auftraggeber zurücktreten, soweit einzelne Anzeigen von der 5% übersteigenden Preiserhöhung betroffen sind. Der Rücktritt ist innerhalb von einem Monat ab Bekanntgabe der Preiserhöhung schriftlich zu erklären.

§ 15 Konzernrabatte

Bei Vereinbarung eines Konzernrabatts wird den konzernverbundenen Unternehmen der Rabatt nach Maßgabe dieser Bestimmung gewährt. Konzernverbundene Unternehmen sind Unternehmen, an denen das Unternehmen, mit dem der Konzernrabatt vereinbart wurde, direkt oder indirekt die Mehrheit der Stimmrechte hält. Das den Rabatt beanspruchende Unternehmen hat den Konzernstatus in geeigneter Form (z.B. Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers, notarielle Bestätigung oder Vorlage eines aktuellen Handelsregisterauszuges) innerhalb eines Monats nach Abschluss des Auftrages nachzuweisen. Bei späterem Nachweis ist eine rückwirkende Anerkennung für bereits geschlossene Aufträge ausgeschlossen. Mit dem Ende der Konzernverbundenheit nach dieser Bestimmung endet automatisch auch die Konzernrabattierung für das betreffende Unternehmen; das Ende der Konzernzugehörigkeit ist dem Verlag unverzüglich schriftlich anzuzeigen.

§ 16 Fälligkeit, Zahlungsfrist

Der Anzeigenpreis wird zum Zeitpunkt der Veröffentlichung der Anzeige fällig. Ist Gegenstand des Auftrages die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen, so ist der auf die einzelnen Anzeigen entfallende Anzeigenpreis bei Veröffentlichung der jeweiligen Anzeige fällig. Rechnungen des Verlages sind innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Rechnungsdatum an laufenden Frist zu bezahlen. Für das SEPA-Basis-Lastschriftverfahren wird die Frist für die Vorabankündigung (Pre-Notification) auf 7 Tage verkürzt.

§ 17 Zahlungsverzug, Gefährdung der Gegenleistung durch mangelnde Leistungsfähigkeit des Auftraggebers

(1) Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden gesetzliche Verzugszinsen und gesetzliche Verzugspauschalen berechnet. Die Rechte des Verlages, einen weitergehenden Schaden ersetzt zu verlangen, bleiben unberührt. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug unbeschadet sonstiger Rechte die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen.

(2) Wird nach Vertragsschluss erkennbar, dass der Anspruch des Verlages auf die Gegenleistung durch mangelnde Leistungsfähigkeit des Auftraggebers gefährdet wird, ist der Verlag berechtigt, die Leistung zu verweigern, bis der Auftraggeber die Gegenleistung bewirkt oder Sicherheit geleistet hat. Der Verlag kann eine angemessene Frist bestimmen, in welcher der Auftraggeber Zug-um-Zug gegen die Leistung nach seiner Wahl die Gegenleistung zu bewirken oder Sicherheit zu leisten hat. Der Verlag ist nach Fristablauf berechtigt, von dem Vertrag zurückzutreten und/oder bei Vorliegen der gesetzlichen Voraussetzungen Schadens- oder Aufwendungsersatz zu verlangen.

§ 18 Anzeigenbelege, Aufbewahrungspflicht für Druckunterlagen

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

(2) Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet drei Monate nach Erscheinen der Anzeige. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber auf dessen Kosten zurückgesandt.