



wird



Media-Daten 2012

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärmaßen ausschließlich in bestimmte 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. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich gemacht.
8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist.
9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Per Datenfernübertragung

- übermittelte Anzeigenvorlagen übernimmt der Verlag wie angeliefert. Verantwortlich für die Erstellung der Daten sowie für die Durchführung aller Korrekturen ist allein der Ersteller bzw. Lieferant der Daten. Der Verlag nimmt keine Eingriffe am gelieferten Datenbestand vor. Für Fehler in diesen Unterlagen und deren Folgen haftet der Auftraggeber. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an.
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.
 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 Probeabzugs 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 offener stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
 15. Der Verlag liefert mit 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 Druckvorlagen, Filme und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen der ursprünglich vereinbarten 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 berechtigender 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 über 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 Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibefriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen 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 anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 1 000 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

19. Filme werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurück gesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlagert, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.
21. Zusätzliche Vereinbarungen des Verlages
 - a. Mit der Erteilung eines Anzeigenauftrages erkennt der Auftraggeber die Allgemeinen und die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Verlages an.
 - b. Die Werbemittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlerprovision darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
 - c. Unterläuft bei der Wiederholung einer Anzeige der gleiche Fehler wie in der ersten Veröffentlichung, so sind Ansprüche auf Zahlungsminderung oder Ersatz ausgeschlossen, wenn der Auftraggeber nach der ersten Veröffentlichung nicht sofort reklamiert hat.
 - d. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden sie erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungstreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.
 - e. Im Falle höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistungen von Schadenersatz. Insbesondere wird auch kein Schadenersatz für nicht oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen geleistet.
 - f. Der Verlag ist berechtigt, im Einzelfall das allgemeine Zahlungsziel zu verkürzen.
 - g. Telefonische Auftragserteilungen werden durch ungenügend sprachliche Hinnahme der schriftlichen Auftragsbestätigung rechtsgültig.

Vorwort

Maschinenring aktuell erlebt zehn Jahre nach ihrer Gründung einen Quantensprung. Optisch und Inhaltlich.

So wird sich der Auftritt der Zeitung stark in Richtung Magazin verschieben. Hochwertiges Papier, ein gefälliges Format und die moderne Aufmachung werden im Sektor Agrar-Printmedien eine hohe Aufmerksamkeit erregen.

Dieser Anspruch kommt auch in der Anpassung des Titels in **Maschinenring Magazin** zum Ausdruck.

Inhaltlich wird das Spektrum der Themen mit Blick auf das umfassende Selbstverständnis der Maschinenringe ausgeweitet. Das bedeutet, die Maschinenringe wollen ihre Mitglieder in allen Lebensbereichen (360° erleben) unterstützen. So wie bislang schon durch die Rubriken „Familie“, „Kids“ oder „Über's Hoftor“.

Gleichwohl besteht kein Zweifel daran, dass das **Maschinenring Magazin** in erster Linie eine Fachzeitschrift bleibt. Das wird deutlich an den bewährten und unverändert fortgeführten Rubriken wie „Zuerwerb“,

„Steuern & Recht“ und „MR-Praxistest“ sowie den saisonabhängigen Schwerpunktthemen wie Pflanzenschutz.

Insgesamt also ein Quantensprung beim optischen und inhaltlichen Anspruch. Dies soll uns helfen, die bislang noch nicht zu den Abonnenten zählenden Mitglieder der Maschinenringe zu gewinnen. Das Ziel lautet: Eine Auflage von rund 150.000 bis Ende 2012.



Gerhard Röhl

Geschäftsführer
Bundesverband der Maschinenringe



Mediaprofil

Maschinenring Magazin ist die Mitglieder-Zeitung der Maschinenringe. „Maschinenring Magazin“ repräsentiert 115.000 technische Dienstleister für Bodenbearbeitung, Aussaat, Düngung, Pflanzenschutz und Ernte!

Neben dem Themenschwerpunkt in jeder Ausgabe sind dies:

- Der Maschinenring-Praxistest: DLG-geprüfte Landtechnik im MR-Einsatz
- Sachthemen: Tierhaltung, Sonderkulturen, Ökolandbau, Bioenergie, Wald & Forst
- Meinungsseite: Leserbriefe, Pro & Contra
- Portrait: MR-Portrait, International, Innovationen, MR-Frauen
- Betriebsführung: Betriebsreportage, Betriebswirtschaft, Steuern & Recht, Märkte & Preise
- Nachwuchs: MR Twens, Ringo u.v.m.
- Über's Hofort: Interessante Themen neben der Landwirtschaft

Von diesem Know-how-Transfer profitieren die Leser deutlich. Dies dokumentiert die agriMA 2009 mit einer sehr guten Leser-Blatt-Bindung:

- 63 % der Leser finden den Informationsgehalt von MRaktuell/ Maschinenring Magazin „gut“ bis „sehr gut“.
- 68 % der Leser bescheinigen ihrer Zeitung eine „gute“ bis „sehr gute“ Themenauswahl.
- 82 % der Leser finden die gesamte Zeitung „gut“ bis „sehr gut“
- 74 % der Leser informieren sich schon 3 Jahre und länger mit MRaktuell/Maschinenring Magazin über die Arbeit der Maschinenringe.

Die folgenden Rubriken ergänzen die eingeführte Rubrizierung:

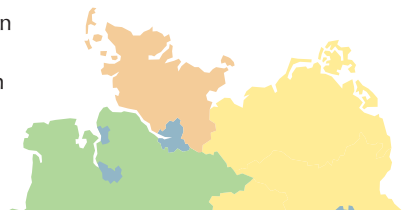
- Kurz & Bündig
- Zuerwerb
- LandBonus, LandEnergie, LandProfi
- Betriebshilfe
- Aus den Ländern

Leserprofil

MRaktuell/Maschinenring Magazin erscheint bundesweit mit einer IVW-geprüften Druckauflage von 118.000 Exemplaren im 2. Quartal 2011. Davon sind 109.647 Exemplare Mitgliederstücke. MRaktuell/ Maschinenring Magazin erreicht somit 36 % aller landwirtschaftlichen Betriebe in West- und Ostdeutschland. Der Verbreitungsschwerpunkt liegt auf Bayern, Baden-Württemberg und Niedersachsen.

Leserverteilung auf die Bundesländer (3/2009*)

- 43 % Bayern
- 15 % Baden-Württemberg
- 15 % Niedersachsen
- 9 % Nordrheinwestfalen
- 7 % Rheinland-Pfalz
- 5 % Schleswig-Holstein
- 4 % Hessen
- 2 % neue Bundesländer



IVW geprüft 2. Quartal 2011



Druckauflage:	118.000
Abo gesamt:	109.647
davon Mitgliedsabos:	109.647
sonstige Verkäufe:	170
Freistücke und Werbeexemplare:	4.874
Rest-, Archiv- und Belegexemplare:	3.309

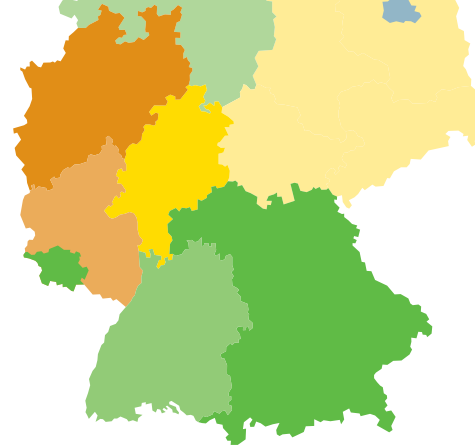
70 % der Betriebe der 118.000 Leser sind Haupterwerbsbetriebe.
Knapp 50 % der Leser sind zwischen 30 und 50 Jahre alt.
Die Verteilung der Betriebe in Bezug auf ihre Betriebsgrößen stellt sich wie folgt dar:

Betriebsgröße (in ha)

< 20	20 – 40	40 – 100	> 100	> 500	> 1000
30 %	23 %	30 %	16 %	0,5 %	0,51 %

Sie erreichen mit Maschinenring Magazin:

- Entscheidungsträger, deren Markenaffinität Sie prägen können.
- Entscheidungsträger, die die Idee und das unternehmerische Potenzial der Maschinenringe erkannt haben und prägen.
- Entscheidungsträger, die dieses Potential für die wirtschaftlich erfolgreiche und zukunftsorientierte Ausgestaltung ihrer Betriebe einsetzen.



Sie erreichen mit Maschinenring Magazin zukunftsfähige junge Betriebsleiter, die wieder verstärkt in Anlagen und Geräte investieren werden.

Die Investitionen in Maschinen mit einem Wert über 50.000 Euro planen 9 % der Leser.

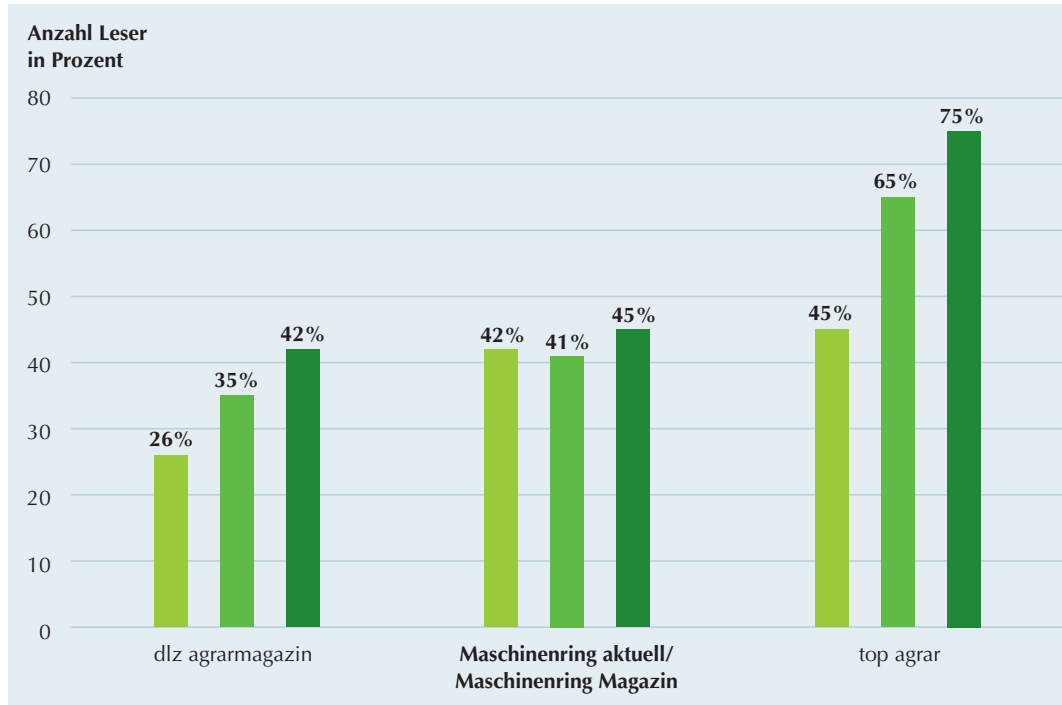
Neben der großen Zahl von Pflanzenbauern halten 52 % der Leser von MRaktuell/Maschinenring Magazin Rinder und 26 % der Leser Schweine. Diese nutzen die Vorteile des Angebots der Maschinenringe für die Arbeiten in der Außenwirtschaft, um sich voll und ganz ihren Kernaufgaben in der Tierhaltung widmen zu können.

Maschinenring Magazin ist das Medium dieser Entscheidungsträger.

Herausgeber von Maschinenring Magazin ist der Bundesverband der Maschinenringe e.V.. Das Magazin erscheint im DLG-Verlag.

* Quelle Leserumfrage: agriMa 2009

Reichweite nach Betriebsgrößenklassen



MR-aktuell/
Maschinenring Magazin
steht an 2. Stelle
hinter top agrar!

- 20 bis unter 50 ha
- 50 bis unter 100 ha
- 100 und mehr ha

Die Leser

Betriebsstruktur der Leser

Die Leser von Maschinenring aktuell/Maschinenring Magazin bewirtschaften durchschnittlich 83 ha LF (das sind 23 ha mehr als der bundesweite Durchschnitt).

Über die Maschinenringe können sie ein Zusatzeinkommen durch Lohnarbeiten generieren, in den Bereichen: Bodenbearbeitung und Aussaat, Düngung und Pflanzenschutz, Grünfütter-, Getreide- und Maisernte.

Stärken der Leser von MRaktuell/Maschinenring Magazin

Die MR-Mitglieder entscheiden über maßgebliche Investitionsvolumina

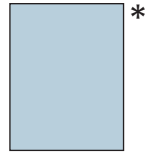
- **174.000 Betriebe lassen Getreide/Raps/Körnermais überbetrieblich ernten**
- **166.000 Betriebe lassen Silomais überbetrieblich ernten**
- **80.000 Betriebe lassen Grünfütter überbetrieblich ernten**
- **66.000 Betriebe lassen Bodenbearbeitung und Aussaat überbetrieblich ausführen**
- **58.000 Betriebe lassen Pflanzenschutzmaßnahmen überbetrieblich ausführen**
- **52.000 Betriebe lassen Transporte überbetrieblich ausführen**
- **38.000 Betriebe lassen Gülle überbetrieblich ausbringen**

45 % der unserer Leser investieren laut agriMA in die notwendige Technik: in den nächsten ein bis zwei Jahren mehr als 25.000 €!

Anzeigenformate

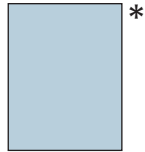
Standardformate (Breite x Höhe)

* plus 3 mm Beschnitt
nach allen Seiten



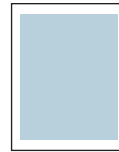
1/1 Seite U4

235 x 303 mm
–



1/1 Seite U2/U3

235 x 303 mm
–



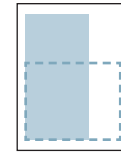
**1/1 Seite
Innenteil**

212 x 292 mm
–



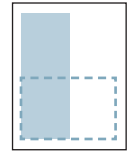
**3/4 Seite
Innenteil**

–
212 x 219 mm



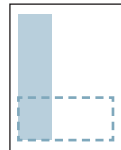
**2/3 Seite
Innenteil**

140 x 292 mm
212 x 195 mm



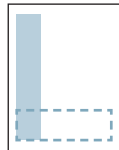
**1/2 Seite
Innenteil**

103 x 292 mm
212 x 146 mm



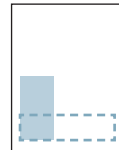
**1/3 Seite
Innenteil**

68 x 292 mm
212 x 97 mm



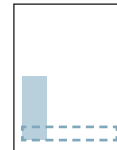
**1/4 Seite
Innenteil**

50 x 292 mm
212 x 73 mm



**1/6 Seite
Innenteil**

68 x 146 mm
212 x 49 mm



**1/8 Seite
Innenteil**

50 x 146 mm
212 x 37 mm

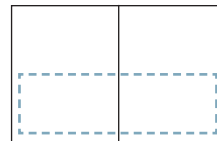


Panorama-Anzeigen (Breite x Höhe)



**zwei 1/1 Seiten
Innenteil**

–
447 x 292 mm



**zwei 1/2 Seiten
Innenteil**

–
447 x 146 mm

Anzeigenpreise

Anzeigen-Tarif
gültig ab 1. Januar 2012.

Alle Preise
zuzüglich Mehrwertsteuer

mm-Preis 52 mm Spaltenbreite	s/w 5,90 €	2c 6,52 €	4c 7,45 €
1/1 Seite U4	7.679 €	8.486 €	9.700 €
1/1 Seite U2/U3	7.362 €	8.136 €	9.300 €
1/1 Seite, Innenteil	7.060 €	7.802 €	8.918 €
3/4 Seite, Innenteil	5.295 €	5.852 €	6.689 €
2/3 Seite, Innenteil	4.707 €	5.202 €	5.946 €
1/2 Seite, Innenteil	3.547 €	3.920 €	4.481 €
1/3 Seite, Innenteil	2.354 €	2.601 €	2.974 €
1/4 Seite, Innenteil	1.783 €	1.971 €	2.253 €
1/6 Seite, Innenteil	1.177 €	1.301 €	1.487 €
1/8 Seite, Innenteil	897 €	991 €	1.133 €
Panorama-Seite 2/1	12.708 €	14.044 €	16.052 €
Panorama-Seite 2 x 1/2	7.060 €	7.802 €	8.918 €
Beilage per ‰	146,00 €		

Rabatte

Bei der Schaltung von 2 Anzeigen: 10 % Rabatt

Bei der Schaltung von 3 Anzeigen: 15 % Rabatt

Bei der Schaltung von 4 Anzeigen: 20 % Rabatt

Terminplan

Ausgabe	Erscheinungs-termin	Anzeigen-/Redaktionsschluss	Druckunterlagenschluss
1/2012	25.02.2012	30.01.2012	06.02.2012
2/2012	05.05.2012	10.04.2012	16.04.2012
3/2012	18.08.2012	23.07.2012	31.07.2012
4/2012	08.12.2012	12.11.2012	19.11.2012

Schwerpunktthemen

1/2012	Gülleausbringung, Sommergetreideaussaat, Kartoffeln legen, Mineraldüngung, Pflanzenschutz
2/2012	Grünfütterernte, Pflanzenschutz, Getreide- und Rapserte
3/2012	Raps- und Getreideaussaat, Mineraldüngung, Pflanzenschutz, Ernte von Kartoffeln, Zuckerrüben und Silomais
4/2012	Bioenergie, Aussaat von Zuckerrüben und Mais

Technische Daten

Druckverfahren: Offsetdruck, 70er Raster

Druckunterlagen: Bei Farbanzeigen ist die rechtzeitige Zusendung eines farbverbindlichen Proofs unbedingt erforderlich. Bei Fehlen wird für die Richtigkeit der Druckwiedergabe keine Garantie übernommen! Reklamationsansprüche sind in diesem Fall ausgeschlossen. Die Anfertigung eines Proofs durch die Druckerei wird in Rechnung gestellt.

Dateiformate: Belichtungsfähige PDFs (Schriften eingebunden, Bilder mit 300 dpi) mit Farbdruck/Proof.

Nicht geeignet: JPEG-Komprimierung, Daten aus Schreibprogrammen, (z.B. Word), Haarlinien, RGB/LAB-Bilder. Zusätzlicher Aufwand für die Belichtung von Daten, welche nicht belichtungsfähig oder nicht wie vorgegeben angeliefert werden, wird in Rechnung gestellt. Reklamationsansprüche sind in diesem Fall ausgeschlossen.

E-Mail: r.rupalla@dlg.org (nicht über 10 MB) oder auf CD mit beigefügten Ausdrucken/Proof.

Bitte grundsätzlich: Fax-Ankündigung mit Kontrollausdruck, Kundennamen, Objekt, Ausgabe Nr., Datei/Ordnerbezeichnung

Kontakt

**Verlags-
Vertretung:**

**Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland,
Schleswig-Holstein, Niedersachsen und
Nordrhein-Westfalen:**

Fritz Knop, Moosstraße 9,
33378 Rheda-Wiedenbrück

Tel.: 0 52 42/4 93 90

Fax: 0 52 42/4 51 86

E-Mail: fritz.knop@t-online.de

Zweibüro Ulf Nagel, Postfach 1540,
31565 Nienburg

Tel.: 0 50 21/1 33 62

Fax: 0 50 21/1 33 32

E-Mail: ulf.nagel@gmx.de

Süd- und Ostdeutschland:

Christian Saupe, Rötfeldstraße 10,
73453 Abtsgmünd

Tel.: 0 73 66/96 30-0

Fax: 0 73 66/96 30-30

E-Mail: info@saupe-medien.de

DLG-Verlag:

Ansprechpartner:

Rainer Schluck

Tel.: 02 09/380 68 29-11

Fax: 02 09/380 68 29-29

r.schluck@dlg-agrofoodmedien.de

Verlag:

Deutsche Landwirtschafts-
Gesellschaft-Verlags GmbH
Eschborner Landstr. 122
60489 Frankfurt am Main

Herausgeber:

Bundesverband der Maschinenringe (BMR) e.V.
Ottheinrichplatz A 117
86633 Neuburg/Donau

**Zahlungs-
Möglichkeit:**

Nassauische Sparkasse
Wiesbaden
Konto-Nr.: 15 90 00 645, BLZ: 510 500 14
IBAN DE 37 51 05 00 15 01 59 00 645
SWIFT-BIC: NASSDE55

**Zahlungs-
Bedingungen:**

Bei Vorauszahlung 3 % Skonto vom Nettobetrag,
14 Tage nach Rechnungserhalt 2 %,
30 Tage netto

Druckverfahren:

Zeitungsdruck

Druckunterlagen:

siehe Technische Daten

DLG-Verlag GmbH • Eschborner Landstraße 122 • D-60489 Frankfurt am Main



VERLAG

www.dlg-verlag.de