

menschen.management.maschinen.

MASCHINENRING

MAGAZIN



- Einzigartige Leser-Blattbindung durch hohen Praxisnutzen
- Top-Reichweite bei den Lohnunternehmern
- Breites Themenspektrum





INHALTSVERZEICHNIS

- Titel-Portrait Seite 2
- Termin- und Themenplan Seite 3
- Preisliste Seite 4
- Formate und technische Angaben Seite 5
- Auflagen- und Verbreitungs-Analyse Seite 6



01. Titel

Das Maschinenring Magazin

02. Kurzcharakteristik

Das Maschinenring Magazin ist das Mitglieder-Magazin der Maschinenringe.

03. Zielgruppe

Maschinenring-Betriebe bewirtschaften ca. 50 % der landwirtschaftlich genutzten Flächen in Deutschland.

04. Erscheinungsweise

5 mal im Jahr

05. Heftformat

235 x 303 mm

06. Jahrgang

23. Jahrgang 2022

07. Bezugspreis

Jahresabonnement Inland 12,50 EUR

Jahresabonnement Ausland 27,50 EUR

Einzelverkaufspreis 2,50 EUR

Versandkosten 3,00 EUR (bei Einzelverkauf)

08. Organ

Offizielles Organ des Bundesverbandes der Maschinenring e. V.

09. Mitgliedschaft/Teilnahme

IVW

10. Verlag

DLG-Verlag GmbH

Eschborner Landstraße 122

60489 Frankfurt am Main

11. Herausgeber

Bundesverband der Maschinenringe (BMR) e. V.

Am Maschinenring 1

86633 Neuburg/Donau

12. Anzeigen

Kai-Uwe Busch, Anzeigenleiter

E-Mail: k.busch@dlg.org

Tel: +49 (0) 69 / 2 47 88-483

Eschborner Landstraße 122

60489 Frankfurt am Main

13. Redaktionsleitung

Tel: +49 (0) 8431 6499-1060

Am Maschinenring 1

86633 Neuburg/Donau

E-Mail: presse@maschinenringe.com



Ausgabe 1/2022	Ausgabe 2/2022	Ausgabe 3/2022	Ausgabe 4/2022	Ausgabe 5/2022
ET: 12.02.2022 DU: 14.01.2022 AZ: 14.01.2022	ET: 09.04.2022 DU: 11.03.2022 AZ: 04.03.2022	ET: 25.06.2022 DU: 20.05.2022 AZ: 13.05.2022	ET: 01.10.2022 DU: 09.09.2022 AZ: 02.09.2022	ET: 10.12.2022 DU: 11.11.2022 AZ: 04.11.2022
Heftübergreifend in allen Ausgaben: Bodengesundheit				
Themen: <ul style="list-style-type: none"> ■ Schwerpunkt Anbaustrategie: Düngen, Pflanzenschutz, Bodengesundheit ■ Aussaat: Sommerungen ■ Technik für die Bodenbearbeitung ■ Kommunaltechnik ■ Innovationen in der Tierhaltung Agritechnica 27.02. – 05.03.2022	Themen: <ul style="list-style-type: none"> ■ Schwerpunkt: Umfassende Systeme im Pflanzenschutz ■ Neues vom Raps ■ Mähen/Häckseln/Ernten ■ Futterernte: Qualität sichern ■ Tiergesundheit/Tierwohl ■ Hofhelfer: Stapeln, Transportieren, Laden ■ Tag der Maschinenringe – Vorschau 	Themen: <ul style="list-style-type: none"> ■ Schwerpunkt: Humus aufbauen – Erosion vermeiden ■ Aussaat: Winterungen ■ Pflanzenschutztipps ■ Garten./Landschaftsbau ■ Serviceangebote der Landtechnikanbieter ■ Tag der Maschinenringe 	Themen: <ul style="list-style-type: none"> ■ Schwerpunkt: Innovationen in der Tierhaltung ■ Pflanzenschutz: Strategie gegen Unkräuter und Gräser ■ Sortenzucht – welche Eigenschaften verlangt der Klimawandel ■ Winterdienst ■ Eigenerzeugte Energie im Betrieb nutzen Eurotier 15.11. – 18.11.2022	Themen: <ul style="list-style-type: none"> ■ Schwerpunkt Erträge sichern: Sorten und Sätechnik ■ Pflanzengesundheit ■ Düngung – Produkte und Anwendungen ■ Kommunaltechnik ■ Melktechnik



Der Maschinenring

Der Maschinenring wurde 1958 im niederbayerischen Buchhofen gegründet. Ein Maschinenring ist eine Vereinigung, in der sich unabhängige landwirtschaftliche Betriebe zusammenschließen, um Land- und Forstmaschinen gemeinsam zu nutzen. Der Maschinenring bietet seinen Mitgliedsbetrieben auch Hilfen für den wirtschaftlichen und sozialen Bereich an. Auf Bundesebene ist der Bundesverband der Maschinenringe e. V. die Dachorganisation. Durch zwölf Landesverbände und rund 240 lokale Maschinenringe werden etwa 190.000 landwirtschaftliche Betriebe unterstützt.

Maschinenring Magazin

Über 60 Jahre nach der Gründung ist der Gemeinschaftsgedanke wichtiger denn je. Auch bei vielen digitalen Lösungen wird der Nutzen für den einzelnen Landwirt größer, je mehr sich beteiligen. Je mehr sich die Marktbedingungen ändern und je höher die Anforderungen der Gesellschaft an die Landwirtschaft werden, umso wichtiger ist es, in der Gemeinschaft zukunftsfähige Lösungen zu entwickeln. Sich permanent weiter zu entwickeln und die Gemeinschaft der Maschinenring-Mitglieder so immer wieder neu sind die Stärken der Maschinenring-Organisation. Das wichtigste Sprachrohr ist dabei das Maschinenring Magazin.

Menschen.Management.Maschinen

Im Maschinenring-Magazin steht der Mensch im Mittelpunkt. Maschinenring-Mitglieder sind investitionsfreudige Landwirte und engagierte Unternehmer, die neuen Ideen, Konzepten und Methoden offen gegenüberstehen. Unsere Leserschaft ist loyal und anspruchsvoll und schätzt die exklusive Themenauswahl an Praxisbeispielen, mit denen wir in jeder Ausgabe aufs Neue zeigen, wie effiziente und zukunftsfähige Landwirtschaft funktioniert – in der starken Gemeinschaft von Landwirten, Maschinenringen und deren Partnern.





01. Anzeigenpreise

Im Satzspiegel bzw. im Anschnitt			
mm-Preis 52 mm Spaltenbreite	s/w 2022	2c 2022	4c 2022
		7,81	8,58 €
U2, U3 und U4			12.913 €
1/1 Seite	9.311 €	10.297 €	11.593 €
2/3 Seite, Innenteil	6.212 €	6.865 €	7.731 €
1/2 Seite, Innenteil	4.675 €	5.174 €	5.882 €
1/3 Seite, Innenteil	3.106 €	3.432 €	3.906 €
1/4 Seite, Innenteil	2.350 €	2.600 €	2.957 €
1/6 Seite, Innenteil	1.550 €	1.716 €	1.931 €
1/8 Seite, Innenteil	1.185 €	1.306 €	1.477 €
Panoramaseite			
2 x 1/2 Seite	9.311 €	10.297 €	11.593 €

Beilage, Preise inklusive Postgebühr	
bis 25 g	197 €/je Tsd.
26–50 g	217 €/je Tsd.
über 50 g	243 €/je Tsd.
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

02. Zuschläge

nicht rabattierbar

Platzierung

bindende Platzierungsvorschriften (ab 1/4 Seite)
 Zuschlag auf den jeweiligen Anzeigenpreis 10 %

03. Rabatte

bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten (Insertionsjahr)
 2 Anzeigen = 10 %, 3 Anzeigen = 15 %, 4 Anzeigen = 20 %
 Beilagen werden nicht rabattiert.

04. Sonderwerbformen

Festformatanzeigen sowie Beikleber möglich, weitere Informationen auf Anfrage.



01. Kontakt

Verlagsrepräsentanten:

**Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Schleswig-Holstein,
Berlin, Niedersachsen, Nördl.-Neue Bundesländer und
Nordrhein-Westfalen:**

Kai-Uwe Busch
Anzeigenleitung

Kai-Uwe Busch
DLG Verlag GmbH
Tel: +49 69 24788-483
Fax: +49 69 24788-484
Mobil: +49 173 7576034
E-Mail: k.busch@dlg.org
Homepage: www.dlg-verlag.de

**Bayern, Baden-Württemberg, Österreich, Schweiz, Italien
Südl.-Neue Bundesländer:**

SW Medienvertretung
Saupe + Weber OHG
Christian Saupe

Windmühlenstraße 44
73431 Aalen
Tel: +49 7361 380380
Fax: +49 7361 3803838
E-Mail: info@saupe-medien.de

SW Medienvertretung
Saupe + Weber OHG
Kathrin Weber

Karlstraße 77
74348 Lauffen
Tel: +49 7133 961196
Fax: +49 7133 961198
E-Mail: info@saupe-medien.de

02. Zahlungsbedingungen/Bankverbindung

30 Tage netto

Nassauische Sparkasse, Wiesbaden
IBAN DE37 5105 0015 0159 0006 45
SWIFT-BIC: NASSDE55XXX

03. Formate und technische Angaben

Druckverfahren:

Umschlag: 70er Raster Offset, Profil: ISO Coated v2

Inhalt: 70er Raster Heatset, Profil: PSO LWC Improved

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

Ansprechpartner Druckdaten:

Bastian Biedka

Tel: +49 69 24788-921
Fax: +49 69 24788-925
E-Mail: anzeigen-afm@dlg.org



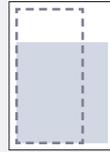
Anzeigenformate (Breite x Höhe)



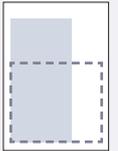
1/1 Seite U2/U3/U4
235 x 303 mm



1/1 Seite Innenteil
215 x 263,5 mm



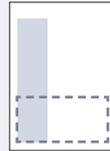
3/4 Seite Innenteil
160 x 263,5 mm
215 x 198 mm



2/3 Seite Innenteil
142 x 263,5 mm
215 x 175 mm



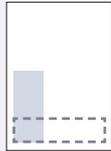
1/2 Seite Innenteil
105,5 x 263,5
215 x 130



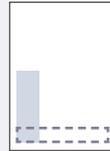
1/3 Seite Innenteil
69 x 263,5 mm
215 x 88 mm



1/4 Seite Innenteil
50 x 263,5 mm
215 x 66 mm



1/6 Seite Innenteil
69 x 146 mm
215 x 49 mm



1/8 Seite Innenteil
50,5 x 146 mm
215 x 37 mm



* plus 3 mm Beschnitt
nach allen Seiten

Panorama-Anzeigen (Breite x Höhe)



zwei 1/1 Seiten Innenteil
450 x 281 mm



zwei 1/2 Seiten Innenteil
450 x 144 mm

Anzeigen Sonderformat, z. B. Teaser-Anzeigen, Anzeigen im
Inhaltsverzeichnis o. Ä. auf Anfrage

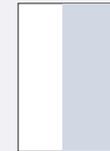
Angeschnittene Formate



1/1 Seite
235 x 303 mm



2/3 Seite
235 x 200 mm



2/3 Seite
152 x 303 mm



1/2 Seite hoch
115,5 x 303 mm



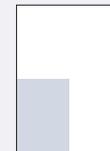
1/2 Seite quer
235 x 151 mm



1/3 Seite
235 x 100 mm



1/3 Seite
79 x 303 mm



1/4 Seite
115,5 x 142 mm



01. Beilagen

Bedingung für die Auftragsannahme und -bestätigung durch den Verlag ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters mit Größen- und Gewichtsangabe. Beilagen dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungstreibenden werben. Sie müssen so gestaltet sein, dass sie mit dem Textteil der Zeitschrift nicht verwechselt werden können. Die Platzierung erfolgt den technischen Möglichkeiten entsprechend.

02. Beilagenhinweis

Ein Beilagenhinweis wird kostenlos im Anzeigenteil aufgenommen.

03. Anzuliefernde Stückzahl, Gesamtauflage

ca. 125.500 Exemplare.

04. Anliefertermin

Bis 10 Tage vor Erscheinungstermin,
siehe Termin- und Themenplan.

05. Format

Maximal 225 mm breit x 293 mm hoch

06. Versandanschrift

Information auf Anfrage

07. Technische Angaben

Beilagen werden lose eingelegt. Sie müssen aus einem Stück bestehen und so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Verarbeitung entfällt. Erschwernisse bei der Verarbeitung und zusätzliche Arbeiten (z.B. Falzen) werden gesondert in Rechnung gestellt. Beilagen, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters zur Prüfung der Möglichkeiten von Verarbeitung und Versand angenommen werden. Sofern die Beilage aus mehreren Blättern besteht muss sie zum Bund, also in Einsteckrichtung, geschlossen sein.

08. Aufgeklebte Postkarten

auf Anzeigen: auf Anfrage

– Maschinelles Aufkleben ist bei paralleler Klebekante zum Bund und mind. 1 cm bis max. 7 cm Entfernung zum Bund in variabler Höhe möglich.

Klebekosten: bei manuellem Aufkleben auf Anfrage.

09. Weitere Werbemittel

(Warenmuster, CD/DVD etc) werden als Beilage berechnet. Klebekosten auf Anfrage mit Vorlage eines verbindlichen Musters. Aufkleben ist bei paralleler Klebekante zum Bund und mind. 2 cm bis max. 7 cm Entfernung vom Bund in variabler Höhe möglich. Preis auf Anfrage



01. Auflagen-Analyse: IVW 2/2021



Verbreitung	121.164
Verkauf	119.807
Abonnement	119.807
Freistücke	1.357

02. Verbreitung Maschinenring Magazin 4/21 Auflage pro Region (Auswertung eigener Vertrieb)

Aufstellung Maschinenring Magazin 4/21 Auflage pro Region	
Region	Exemplare
Baden-Württemberg	20.492
Bayern	59.778
Niedersachsen	11.116
Rheinland-Pfalz/Saarland	9.778
Schleswig-Holstein	4.862
Westfalen-Lippe	6.870
Hessen	4.868
Mecklenburg-Vorpommern	88
Sachsen	1.155
Sachsen-Anhalt	786
Thüringen	568
Brandenburg-Berlin	47
Summe	120.408

03. Leserschaftsdaten* aus qualitativen Befragungen:

Bekanntheit

Das Maschinenring Magazin ist Aushängeschild und führendes Medium des Maschinenrings in Sachen Kommunikation mit den Maschinenring-Mitgliedern. Der Bekanntheitsgrad liegt bei nahezu 100 %.

Investitionsvorhaben

Die 186.845 Mitglieder planen bis zum Jahr 2020: über 100.000 einzelne Investitionsvorhaben

- = 27 % Anschaffungen von Schleppern/Traktoren
- = 15 % weitere Landtechnik

Betriebsarten:

- 73 % Vollerwerb
- 91 % betreiben Ackerbau
- 70 % Tierhaltung

Bewirtschaftete Landwirtschaftsfläche:

- unter 50 ha: 25 %
- 50 bis 99 ha: 30 %
- 100 bis 150 ha: 21 %
- über 150 ha: 21 %
- Keine Angabe: 3 %

*Datenerhebung:

Repräsentative Mitgliederbefragungen in 3 Wellen durch Eigenbefragung, Mafo sowie der TU Chemnitz in den Jahren 2013, 2015 und 2017.



Top Werbewirkung

- Sehr gute Leistungswerte – Preis-/Leistungssieger!
- zufriedene Leser



Auflagenführerschaft in Deutschland

(Basis: verkaufte Auflage Deutschland lt. IWW 2/21):
 Maschinenring Magazin: 119.807
 top agrar = 90.956

Preis-Leistungs-Sieger 1.000er-Preis

(Basis 1/1 Seite 4c; verkaufte Auflage 2021):
 Maschinenring Magazin: Euro 94,23
 top agrar: 208,74

Mit dem Maschinenring Magazin erreichen Sie:

- Investitionsfreudige Landwirte
- Lohnunternehmer
- große Anbaufläche
- Haupterwerbsbetriebe
- engagierte Unternehmer

Maschinenring-Leser sind zufriedene Leser:

- **Hohe Kompetenz:** Die Leser finden den Informationsgehalt von Maschinenring Magazin „gut“ bis „sehr gut“.
- schätzen die exklusive Themenauswahl.



■ Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden 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-Millimeterzeiten dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen 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, Auftragsaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist.

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 üblichen, 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.

14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung der 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 offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Der Verlag liefert mit Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Auftragsauftrages 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 Preisminderung 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 Preisminderung 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 Preisminderungsansprüche 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. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Schriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einzelvertretlich 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-, Katalogsen-

dungen 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 Auftragsauftrages 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 Mittelprovision 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 an 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.