# Check Up Back.Business

**NOVEMBER 2021** 

DAS ENTSCHEIDER-MAGAZIN FÜR DIE BACKBRANCHE

# MEDIADATEN 2022

# Check Up Back.Business

# Verlag, Druck und Vertrieb

Verlagsgesellschaft Ottensen Stadtteilmagazin UG (haftungsbeschränkt)
Ottensener Str. 8,
22525 Hamburg
Telefon: 040/30 68 52-0

# Geschäftsführung & Anzeigen

**Manfred Lehmann** Telefon 040/30 68 52-54 lehmann@back.business

### **Redaktion:**

# **Paola Rentsch**

Telefon 040/30 68 52-38 rentsch@back.business

# Zahlungsbedingungen:

Für Anzeigen sofort nach Rechnungserhalt netto Kasse. Bei Vorauszahlung bis zum Erscheinungstag 3 Prozent Skonto.

# Anzeigenpreisliste Nr. 2022-1

gültig ab 1. Januar 2021. Alle Preise verstehen sich zuzüglich der jeweils gültigen gesetzlichen Mehrwertsteuer

# Check Up Back. Business

# Die Lektüre der Top-Entscheider

### Relevanz statt Streuverluste

- 1. Response von 80 Prozent der angeschriebenen Top 100-Bäckereien zum Ranking der größten Backwarenfilialisten 2021. *Check Up Back.Business* setzt damit als Pionier Maßstäbe bei der Ansprache spitzer Zielgruppen. Schiere Reichweite erzeugt Streuverluste hochwertige Profile generieren Absatzchancen, denn hier liegen die Ressourcen der Branche.
- 2. Response von rund 65 Prozent der angeschriebenen Top 200-Bäckereien zum Ranking der größten Backwarenfilialisten. Ein Spitzenwert, den das Branchenmagazin *Check Up Back.Business* in einer klar definierten Zielgruppe erreicht.
- **3.** Response von rund 45 Prozent der angeschriebenen Top 1.000-Bäckereien. Ein bis dato unerreichter Spitzenwert. Tendenz steigend.

Die Leser von Check Up Back.Business gehören der Geschäftsführungsebene an. Damit entsprechen sie zu 100 Prozent Ihrer Zielgruppe!



Check Up Back.Business ergänzt und vertieft die Berichterstattung über das Backgewerbe durch zwei Spezialausgaben. Die Branche 2021 - im Überblick sowie Global 2021. Diese kommentieren die Branche, ordnen Themen ein und berichten über die neuesten Trends in Deutschland und weltweit

Erscheinungstermin: 30.07.2022

Anzeigenschluss: 08.07.2022

Die jährliche Bestandsaufnahme der Branche. Daten, Fakten, Prognosen und Meinungen zum Backgewerbe.

Erscheinungstermin: 30.12.2022 Anzeigenschluss: 09.12.2022

Die internationalen Backwaren-Märkte – inklusive des Rankings "Die umsatzstärksten Backwarenhersteller weltweit".

Ihr Werbe-Vorteil: Die Spezialausgaben informieren weit über die Tagesaktualität der Branche hinaus. Damit bieten sie ein attraktives Werbeumfeld, das über einen längeren Zeitraum wirkungsvoll Bestand hat.



THEMEN & TERMINE 2022  Back.Busines								
Ausgabe	Erscheinungs- termin	Anzeigen- schluss	Themenschwerpunkte	Messen				
BB 01 - 2022 Global 2021	30.12	09.12.	- Spezialausgabe: <b>Global 2021</b> Die größten Backwarenhersteller der Welt					
BB 02 - 2022	31.01.	14.01.	- Branchenbarometer 2022 - Farben/Aromen - Bio-Produkte/Zutaten	<b>BIOFACH/Nürnberg</b> 15.02 18.02.				
BB 03 - 2022	28.02.	14.02.	- Snacks - Getränke - Food-/Gastro-Trends	Internorga, Hamburg 1822.03.				
BB 04 - 2022	31.03.	14.03	- IT - Ladenbau					
BB 05 - 2022	30.04.	15.04.	- Dekore - Füllungen					
BB 06 - 2022	30.05.	16.05.	- Top 100 - Marketing - Backzutaten/Backmischungen					

# Check Up

THEMEN & TERMIN	NE 2022			Back.Business
Ausgabe	Erscheinungs- termin	Anzeigen- schluss	Themenschwerpunkte	Messen
BB 07 - 2022	30.06.	14.06.	- Logistik - Versicherungen/Finanzen	
BB 08 - 2022 Check up 2022	30.07.	08.07.	- Spezialausgabe: <b>Die Branche 2022 - ein Überblick</b> - Exklusiv die 1.000 größten Backwarenbetriebe	
BB 09 - 2022	31.08.	15.08.	- Teigaufbereitung Ersatz- und Austauschstoffe	
BB 10 - 2022	30.09.	12.09.	- Kühlsysteme - Vorbericht Südback	<b>Südback</b> 22.10 25.10.
BB 11 - 2022	31.10.	14.10.	- Produktionstechnik	
BB 12 - 2022	30.11	11.11	- Warenwirtschaft/IT - Nüsse, Saaten, Beeren	
BB 01-2023 GLOBAL 2022	30.12	09.12.	- Spezialausgabe: <b>Global 2022</b> Die größten Backwarenhersteller der Welt	

## **ANZEIGENPREISE 2021**

Check Up	)
Back.Business	

Anzeigenpreise	4c
1/1 Seite	2.500€
4. Umschlagseite (U4)	2.900 €
2. Umschlagseite (U2)	2.700 €
2/3 Seite	2.100 €
1/2 Seite	1.900 €
1/3 Seite	1.700 €
1/4 Seite	1.450 €
1/8 Seite	1.250 €

# Zusätzliche Sonderplatzierungen

(ohne Rabattabzüge)

Titelstreifen (Einzelbelegung)	1.600€
Titelstreifen	1.250€
(nur durchgängige Belegung im Abschlussjahr)	

Eckfeld ül	oer	Inl	halt	sve	rz	eic	:hn	is		550€
(D. I						_				

(Belegung mindestens jede 2. Ausgabe)

**1/3 Seite neben Editorial** 750 €

(Belegung mindestens jede 2. Ausgabe)

**Beilagen** Gesamtauflage (2.500 Exemplare): 1.800 €

+ z. Zt. gültige Postgebühren

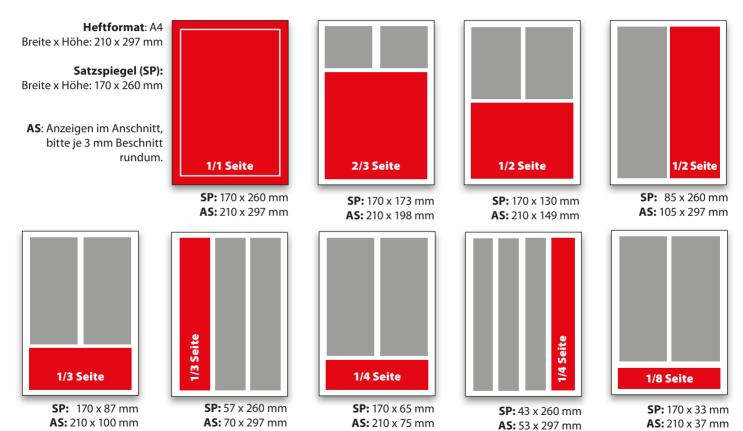
In *Check Up Back.Business* konzentrieren Sie sich mit Ihren Anzeigen auf die **Kernzielgruppe der Entscheidungsträger** und erreichen diese gezielt und **ohne große Streuverluste!** 

Umschlagfolder + 1	Titelfolder	Auf Anfrage
Beilagenformate	Mindestforma	at: 148 x 105 mm
	Höchstformat	t: 210 x 297 mm
Versandanschrift	Verlagsgesells	schaft Ottensen
	Stadtteilmaga	azin UG (haftungsbeschränkt)
	Ottensener St	tr. 8, 22525 Hamburg
Druckverfahren	Bogenoffset	
	(Druckvorlage	e: black, cyan, yellow, magenta)
	+ Euroskala n	ach DIN 16539
Druckdaten	Bitte senden S	Sie ein postscriptfähiges
	DDE ani anzoi	gon@hack business

Bitte nennen Sie im Dateinamen: Unternehmen/Kunden/Ausgabe. Druckunterlagenschluss = Anzeigenschluss. Wichtige Informationen für die Anlieferung Ihrer Anzeigen. Auflösung mind. 300 dpi bei Originalbildgröße. Bei Anzeigen im Anschnitt: umlaufend 3 mm Beschnitt anlegen mit mindestens 5 mm Sicherheitsabstand zum Endformat. Enthalten die Druckdaten keinen oder einen weißen Beschnitt, behalten wir uns vor, Anzeigen kleiner zu veröffentlichen. Schriften müssen vollständig eingebettet oder in Kurven konvertiert werden. Farbmodus CMYK, FOGRA39 (ISO Coated V2) für gestrichene Papiere. Farbauftrag maximal 300 Prozent. Rechtschreib- und Satzfehler werden von uns nicht geprüft. Überdruckeinstellungen werden von uns nicht geprüft. Transparenzen aus CorelDraw müssen reduziert werden. Erstellen Sie Einzelseiten als PDF-Datei (Format X3 oder X4). Sonderfarben sind nicht möglich.

<b>Malstaffel</b> (Kle	inanzeigen bis 1/4 Seite)
3 Anzeigen	3 %
6 Anzeigen	5 %
8 Anzeigen	10 %
10 Anzeigen	15 %
12 Anzeigen	20 %
	<ul><li>3 Anzeigen</li><li>6 Anzeigen</li><li>8 Anzeigen</li><li>10 Anzeigen</li></ul>

# Check Up Back.Business



### **MEDIAINFORMATIONEN 2022 | DAS BACKGEWERBE**



Die aktuell vorliegende Umsatzsteuerstatistik – Herstellung von Backwaren – zeigt es deutlich: Obwohl die Kleinbetriebe zahlenmäßig am stärksten in der Bäckerbranche vertreten sind, erwirtschaften sie nur rund 13 Prozent des gesamten Backwarenumsatzes (ohne Dauerbackwaren). Die Großbetriebe steigern hingegen kontinuierlich ihren Marktanteil. Der beträgt nun rund 60 Prozent.

Der Strukturbereinigungsprozess läuft auf Hochtouren weiter. Das Marktgeschehen wird von rund 2.400 Unternehmen geprägt, die die Wettbewerbsintensität in der Branche immer weiter steigern und diese Unternehmen tätigen mehr als 90 Prozent der gesamten Investitionen.

Für den Verbraucher prägen die großen, überregional tätigen Bäckereifilialisten das Bild. Und die noch stärker gastronomisch orientierten Unternehmen erobern die Gunst der Konsumenten.

Der deutsche Backwarenmarkt gehört den Großbäckern und den großen Filialisten. Die Grenze zwischen Bäckerei und Gastronomie wird dabei immer durchlässiger. Kleine Betriebe haben am Markt nur dann noch eine Chance, wenn sie Nischen besetzen und ein Kon-trastprogramm in Angebot und Preis bieten.

Großbäckereien, Bäckereifilialisten sowie profilstarke Kleinbetriebe sind die Kernzielgruppe des Branchenmagazines *Check Up Back.Business*.

# Herstellung von Backwaren: Umsatzsteuerstatistik 2018

Umsatz- größenklassen in Euro		steuer		hl der en Unter	nehmen				z der steu hmen in					tanteile 9 (%)
	2015	2016	2017	2018	2019	VÄ 18/19	2015	2016	2017	2018	2019	VÄ 18/19 in %	Anzahl Betriebe in %	Umsatz anteil in %
						KLEI	NBETRIE	BE						
bis 50.000	944	880	819	791	768	-23	29,5	27,7	25,7	25,2	24,5	-2,74	7,11	0,1:
50.000 bis 100.000	1.070	1.030	1.024	961	906	-55	79,7	77,4	76,5	71,7	67,9	-5,24	8,39	0,3
100.000 bis 250.000	2.939	2.773	2.682	2.579	2.388	-191	501,6	475,0	459,5	442,1	410,4	-7,17	22,10	1,9
250.000 bis	2.872	2.748	2.629	2.567	2.427	-140	1.022,8	983,3	942,5	924,2	872,3	-5,61	22,47	4,1
500.000 bis 1 Million	1.975	1.956	1.908	1.883	1.923	+40	1.383,5	1.363,8	1.335,3	1.316,8	1.349,7	+2,50	17,80	6,4
Summe Kleinbetriebe	9.800	9.387	9.062	8.781	8.412	-369	3.017,1	2.927,2	2.839,5	2.779,9	2.724,8	-1,98	77,87	13,0
						MITTE	LBETRIE	BE						
1 Mio. bis 2 Mio.	1.148	1.170	1.154	1.126	1.095	-31	1.590,5	1.616,9	1.610,8	1.565,5	1.537,0	-1,82	10,14	7,3
2 Mio. bis 5 Mio.	670	678	687	693	691	-2	2.062,8	2.110,1	2.131,3	2.146,0	2.123,5	-1,05	6,40	10,1
5 Mio. bis 10 Mio.	267	277	278	270	274	+4	1.856,7	1.937,0	1.929,3	1.887,0	1.984,1	+0,91	2,54	9,0
Summe Mittelbetriebe	2.085	2.125	2.119	2.089	2.060	-29	5.510,0	5.664,0	5.671,4	5.598,5	5.564,6	-0,61	19,07	26,5
						GROS	SBETRIE	BE						
10 Mio. bis 25 Mio.	186	191	203	208	205	-3	2.807,3	2.923,3	3.115,3	3.164,5	3.158,8	-0,18	1,90	15,0
25 Mio. bis 50 Mio.	58	64	67	72	80	+8	1.948,9	2.177,6	2.248,9	2.467,0	2.721,7	+10,33	0,74	13,0
50 Mio. bis 100 Mio.	*38	*38	*40	*39	*40	+1	*3.465.7	*3.503.8	*3 714 5	*3.679.8	*3.505.2	*-4,74	*0.37	*16.7
100 Mio. bis 250 Mio.	-38	-38	-40	-39	-40	*1	3.465,7	3.303,8	3.714,5	3.0/7,8	3.305,2	-4,74	0,37	16,7
> 250 Mio.	5	5	5	5	6	+1	3.002,7	2.934,1	2.971,7	2.985,8	3.266,1	9,39	0,06	15,6
Summe Großbetriebe	287	298	315	324	331	+7	11.224,6	11.538,8	12.050,4	12.297,0	12.651,8	2,89	3,06	60,4
Gesamt	12,172	11,810	11,496	11,194	10.803	-391	19.751.7	20.130.0	20 541 3	20.675.4	20.941.2	1.29	100.00	100.00

Ligung aller Kommastellen errechnet. Etwaige Abweichungen der Prozentzahlen in den Gesamtergebnische Kommastellen errechnet. Etwaige Abweichungen der Prozentzahlen in den Gesamtergebnische Können durch Ab- oder Aufrundungen entstehen. \*Zur Wahrung des Steuergebnismisses sind die Angaben für diese Betriebe [93 Mio. bis 100 Mio. und 100 Mio. bis 250 Mio.] für 2015 bis 2019 gespert worden. Über die Berechnung der Differenzen lassen, eich diese Werte jedeche ermitteln. W. Hernfarderung.

Quelle: Statistisches Bundesamt

# DAS KONZEPT- LESEN STATT BLÄTTERN



Informationen überfluten den Unternehmer aus allen Medien und aus allen Richtungen. Das Internet liefert auf Wunsch jede Sekunde neue Nachrichten. Der Unternehmer benötigt Orientierungshilfe: Welche Informationen sind wichtig für mein Unternehmen, wie beeinflussen sie meine Entscheidungen?

**Check Up Back.Business** – das Entscheider-Magazin für die Backbranche bietet dem Leser Orientierung.

**Check Up Back.Business** berichtet über das Backgewerbe, die Foodbranche und den Handel – national und international.

**Check Up Back.Business** beobachtet Marktentwicklungen und analysiert Verbraucherverhalten. Aktuelle Statistiken, selbst recherchierte Rankings, Entwicklungen in der Zulieferindustrie und branchenrelevante Auszüge aus dem Handelsregister ergänzen jede Ausgabe.

**Check Up Back.** Business stellt Informationen in einen größeren Zusammenhang, zeigt Hintergründe und Konsequenzen auf, analysiert und kommentiert. Nicht ausschließlich die Aktualität der Informationen – die daraus resultierenden Konsequenzen stehen im Mittelpunkt. "Wir machen das Backgewerbe transparent"

ist das erklärte Ziel unserer redaktionellen Arbeit.

**Check Up Back.Business** ergänzt und vertieft die Berichterstattung und bietet seinen Lesern damit wertvolles Praxiswissen als Zusatzservice aus erster Hand:

"Unter die Lupe genommen"

Als Schwerpunkt in unseren regelmäßigen Ausgaben berichten wir über branchenrelevante Themen in allen Facetten – mehr Hintergrundinformationen, Transparenz und Klarheit.

# **DIE ZIELGRUPPE**



**Check Up Back.Business** wendet sich an die Inhaber und Geschäftsführer der Bäckereifilialisten und der Großbäckereien in Deutschland und im deutschsprachigen Ausland. Ebenso gehören die Inhaber profilstarker Kleinbetriebe sowie Führungskräfte des Großhandels und des Lebensmitteleinzelhandels – meist mit eigener Backwarenherstellung – zur Zielgruppe.

Auflagen-Analyse	Exemplare pro Ausgabe
Druckauflage	2.500
Tatsächlich verbreitete Auflage	2.449
Verkaufte Auflage	2.347
Wechselversand zu Werbezwecken	102
Rest-, Archiv- und Belegexemplare	51

Quelle: Verlagsangaben

Verbreitung nach Betriebstypen	Anteil in % an tats. verbreiteter Auflage
Produzierendes Backgewerbe (Bäckereien, Konditoreien, Großbäckereien)	74,2
Backwaren-Einzelhandel ohne eigene Produktion	1,9
Lebensmitteleinzelhandel (z. T. mit eigener Backwarenherstellung)	4,1
BÄKOs	1,2
Zulieferer	8,8
Gastronomie, Fast Food	6,7
Sonstige*	3,1
Gesamt	100

Stand: Oktober 2021, durchschnittliche Ausgabe \* (u. a. Verbände, Berater, Banken)

# **ABONNEMENTS**

# Check Up Back Business

# Erscheinungsweise

12 Ausgaben im Jahr

# **Bezugspreis**

Jahresabonnement	186€						
Halbjahresabonnement	99€						
(Inland und Ausland, zzgl. Versandkosten und MwSt.)							

# **Mehrfachabonnements mit Rabatt**

voraussetzungen.	i volibezariites Jarries
	Abonnement,
	gleiche Rechnungsanschrift
	(unterschiedliche Liefer-
	anschriften sind möglich)

1 vallbazabltas labras

# Rabattstaffel

Voraussetzungen.

1 – 9 zusätzliche	144 € pro Abonnement
Abonnements	•
ab 10 zusätzliche	96 € pro Abonnement
Abonnements	

Die Kündigung des Abonnements ist mit einer Frist von zwei Monaten zum Ende des Bezugszeitraums möglich.

**Vertrieb:** Verlagsgesellschaft Ottensen Stadtteilmagazin UG. (haftungsbeschränkt)



# **GESCHÄFTSBEDINGUNGEN**

# Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

- 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 abzurwickeln, 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 genannten 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
- 6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedaff.
- 7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeige erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort, Anzeige' detwilch kenntlich 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 Veröffentlichen für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billien.

- gung bindend. Beilagen, 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.
- 9. 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.
- 10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder 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 Frsatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages, Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung. Verschuldungen bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind auch bei telefonischer Auftragserteilung ausgeschlossen. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen: in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgeltes beschränkt. Reklamationen müssen außer bei nicht offensichtlichen Mängeln innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
- 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 Probeabzuges 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 vierzehn 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 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 Auttraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenschschlusses, 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.
- 15. 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 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 Druckunterlagen sowie für vom Aufraggeber gewünschte oder zu vertretene erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter 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 gedruckten Auflage oder wenn eine Auflage nicht genannt ist die durchschnittlich gedruckten Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der gedruckten Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Auftrag zurücktreten konnte.

  18. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung
- und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmannes an. Einschreibebriefe 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. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.
- 19. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. 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 Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz st der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auttraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenhalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages

Check Up

**Back Business** 

### Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

a) Sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist, treten neue Tarife bei Preisanpassungen auch für laufende Aufträge sofort in Kraft, dies gilt gegenüber Nichtkaufleuten nicht bei Aufträgen, die innerhalb von vier Monaten nach Auftragabschruss abewickelt werden sollten.

b) Ab 30 000 mm Anzeigenraum ist Einzelkalkulation möglich.

- c) Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen in Sonderbeilagen oder Kollektiven Sonderpreise und Sonderformate entsprechend der besonderen Gegebenheiten zu vereinbaren.
- d) Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisilsten des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- e) Sind etwaige M\u00e4ngel bei den Druckunterlagen des Auftraggebers nicht sofort erkennbar, so hat der Auftraggeber bei ungent\u00fcgendem Abdruck keine Anspr\u00fcche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der n\u00e4chstiglenden Anzeige auf den Fehler hinweist.
- f) Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt (Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeine Rohstoff-oder Energieverknappung und dergl.) sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient, hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80 % der garantierten (bzw. bei Fehlen einer grantierten Auflage der normalerweise verkauften) Auflage wom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte (bzw. normalerweise) verkaufte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.
- g) Sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen wird, ist der Auftraggeber allein verantwortlich für den Inalt und die rechtliche Zulässigkeit der von ihm zur Verfügung gestellten Bild- und Textunterlagen. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter frei, die in diesem Zusammenhang etwa geltend gemacht werden.