



Check Up
Back.Business

MEDIADATEN 2027

PRINT • NEWSLETTER • PODCAST

Monatlich präsent • Gemeinsam stärker

PRINT



Hohe Glaubwürdigkeit
Nachhaltige Wirkung
Monatliches Erscheinen



NEWSLETTER



KOMBI-VORTEIL



PODCAST

Engagierte Hörer

Persönliche Ansprache

Monatliche Folge



Bei gleichzeitiger Buchung: attraktiver Preisvorteil gegenüber Einzelbuchungen

Die Kombination einer Printanzeige mit einem Banner im Newsletter ist nachweislich effektiver als Einzelmaßnahmen.

Sie verbindet die Glaubwürdigkeit und nachhaltige Wirkung von Print mit Reichweite, Messbarkeit und schneller Aktivierung digitaler Kanäle.

BELEGBARE SYNERGIEEFFEKTE

45 %

mehr Markenbekanntheit

bis zu **60 %**

mehr Werbeerinnerung

37 %

mehr Kaufbereitschaft

bis zu **40 %**

mehr Nettoreichweite

35 %

höherer ROI

2,5-fach

höhere Erinnerungswahrscheinlichkeit

28 % höhere
Aktivierungsrate

Print + Newsletter + Podcast eine starke Kombination

Check Up
Back.Business



Planung, die trägt

Die **Kombination** einer **Printanzeige** mit einem **Banner/ Advertorial** in unserem **Newsletter** mit über **6.200 Empfängern** ist nachweislich effektiver als Einzelmaßnahmen. Sie verbindet die hohe **Glaubwürdigkeit** und nachhaltige Wirkung von Print mit der Reichweite, Messbarkeit und schnellen Aktivierung digitaler Kanäle. Studien zeigen, dass **Cross-Media-Kampagnen** die Werbewirkung, Erinnerungsleistung und Kaufbereitschaft der Menschen deutlich steigern.

Mit unserem Podcast „**Backgeflüster**“ bieten wir eine weitere Plattform, auf der Branchenexperten zu Wort kommen, Erfolgsgeschichten teilen und wertvolle Einblicke in die Herausforderungen des heutigen Bäckeralltags geben.

Durch ein **Kombi-Angebot** profitieren Sie zudem von einem attraktiven **Preisvorteil** gegenüber der Einzelbuchung.

Kennzahlen richtig Nutzen

Check Up
Back.Business

45 %

mehr Markenbekanntheit

bis zu **60 %**

mehr Werbeerinnerung

37 %

mehr Kaufbereitschaft

bis zu **40 %**

mehr Nettoreichweite

35 %

höherer ROI

2,5-fach

höhere Erinnerungswahrscheinlichkeit

28 %

höhere Aktivierungsrate

Warum ist die Kombination so wirkungsvoll?

Markenbekanntheit: Cross-Media-Kampagnen (Print + Digital) steigern die Markenbekanntheit um 45 % gegenüber Einzelkanälen.

Werbeerinnerung: Die Werbeerinnerung erhöht sich um bis zu 60 % bei Nutzung mehrerer Kanäle.

Kaufbereitschaft: Die Kaufbereitschaft steigt um 37 %, wenn die Werbebotschaft in Print und digital wahrgenommen wird.

Conversion Rate: Die Kombination erzielt eine um 21 % höhere Conversion Rate als die Summe der Einzelkanäle.

Nettoreichweite: Durch die Kombination werden unterschiedliche Zielgruppen abgedeckt und die Nettoreichweite kann um bis zu 40 % steigen.

ROI: Der Return on Investment ist bei Cross-Media-Kampagnen im Schnitt 35 % höher als bei Einzelmaßnahmen.

Wissenschaftlich belegt: Die Wiederholung der Werbebotschaft über verschiedene Kanäle erhöht die Erinnerungswahrscheinlichkeit um das 2,5-fache und die Aktivierungsrate um 28 %.

Print		News	
	Einzelpreis		Einzelpreis
1/1 Seite	2.700,00 EUR	Banner 600 X 200 Pixel	910,00 EUR
4. Umschlagseite (U4)	3.100,00 EUR	Banner 600 X 200 Pixel	1.220,00 EUR
2. Umschlagseite (U2)	2.900,00 EUR	Banner 600 X 200 Pixel	1.430,00 EUR
2/3 Seite	2.300,00 EUR	Advertorial in News unserer Branche:	
1/2 Seite	2.100,00 EUR	Text 500 Zeichen, 1 Foto, Link zu Ihrer Homepage	1.600,00 EUR
1/3 Seite	1.900,00 EUR	Advertorial in News, unter die Lupe genommen	
1/4 Seite	1.650,00 EUR	Text 2.000 Zeichen, bis zu 3 Fotos, Link zu Ihrer Homepage	2.100,00 EUR
1/8 Seite	1.450,00 EUR		
Titelstreifen	2.200,00 EUR	Website	
Eckfeld über Inhaltsverzeichnis	950,00 EUR	FullBanner: 468 x 60 Pixel Bannergröße. 4 Wochen	608,00 EUR
Beilagen Gesamtauflage 1900 Exemplare	2.800,00 EUR	FullBanner Double: 670 x 172 Pixel Bannergröße. 4 Wochen	1.218,00 EUR

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: Isabell Köster, Telefon 040/30 68 52-36, koester@back.business

Sarah Francke, Telefon 040/30 68 52-42, francke@back.business
Zahlungsbedingungen: Für Anzeigen sofort nach Rechnungserhalt netto Kasse. Bei Vorauszahlung bis zum Erscheinungstag 3 Prozent Skonto.
Anzeigenpreisliste Nr. 2027-1 gültig ab 1. Januar 2027.
Alle Preise verstehen sich zuzüglich der jeweils gültigen gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Kombinationspreise Print & News

Check Up
Back.Business

Print & News				
	Jahresumsatz	Kombivorteil Euro	Effektive Jahreskosten	Kombivorteil %
Gesamtwert der für einen Monat gebuchten Print und Banner Anzeigen				
Gesamt Umsatz jährlich über 2.500,00 EUR	2.500,00 EUR	500,00 EUR	2.000,00 EUR	20 %
Gesamtwert der für einen Monat gebuchten Print und Banner Anzeigen				
Gesamt Umsatz jährlich über 5.000,00 EUR	5.000,00 EUR	1.250,00 EUR	3.750,00 EUR	25 %
Gesamtwert der für einen Monat gebuchten Print und Banner Anzeigen				
Gesamt Umsatz jährlich über 7.500,00 EUR	7.500,00 EUR	2.250,00 EUR	5.250,00 EUR	30 %
Gesamtwert der für einen Monat gebuchten Print und Banner Anzeigen				
Gesamt Umsatz jährlich über 10.000,00 EUR	10.000,00 EUR	3.500,00 EUR	6500,00 EUR	35 %

Themen & Termine 2027

Print, News und Podcast

Check Up
Back.Business

	Check Up Back.Business Erscheinungstermin	Anzeigen- schluss	Themenschwerpunkte	News Erscheinungs- termine	Anzeigen- schluss	Themenschwerpunkte	Backgeflüster Erscheinungs- termine	Messen
Januar Nr. 01-2027	14.01.	08.01	Spezialausgabe: Global 2027 Die größten Backwarenhersteller der Welt	18.01.	12.01.		15.01.	
Februar Nr. 02-2027	05.02.	01.02.	Branchenbarometer – Bio-Produkte/ Zutaten Mehle	11.02.	08.02.		04.02.	Biofach 16. – 19.02.
März Nr. 03-2027	10.03.	03.03.	Snacks, Getränke – Food-/Gastro-Trends Kaffeeautomaten, Verkaufsautomaten	11.03.	08.03.		22.03.	Internorga 12. – 16.03.
April Nr. 04-2027	14.04.	06.04.	Top 100 Filialbäckereien Ladendesign, Farben/Aromen	15.04.	12.04.		20.04.	
Mai Nr. 05-2027	11.05.	04.05.	Produkthighlights Backzutaten/-mi- schungen	03.05.	28.04.	Auszüge aus den Top 100 Filialbäckereien	05.05.	Sachsenback 05.-08.05.
Juni Nr. 06-2027	08.06.	01.06.	Dekore/Füllungen, Mitarbeiter- und Auszubildendengewinnung	14.06.	10.06.		18.06.	
Juli Nr. 07-2027	07.07.	29.06.	Logistik, Intralogistik, Versicherungen, IT	13.07.	09.07.		20.07.	
August Nr. 08-2027	12.08.	02.08.	Sonderheft Branche 2027 • Exklusiv die 1.000 größten Backwarenfilialbetriebe • Daten/Analysen	16.08.	12.08.	Auszüge aus der Branche 2027	20.08.	
September Nr. 09-2027	07.09.	31.08.	Teigaufbereitung Ersatz-/Austauschstoffe	15.09.	09.09.		21.09.	
Oktober Nr. 10-2027	07.10.	28.09.	iba-Vorbericht Produkthighlights, Perso- nalmanagement, Mitarberschulung, Marketing	08.10.	01.10.		11.10.	Anuga 09.-13.10 iba 24.-28.10
November Nr. 11-2027	09.11.	04.11.	Nüsse, Saaten, Beeren Finanzen & Immobilienwirtschaft	15.11.	11.11.		11.11.	
Dezember Nr. 12-2027	15.12.	08.12.	Warenwirtschaft Produktionstechnik	13.12.	08.12.		06.12.	

Die Podcast-Landschaft bietet eine innovative Plattform, um gezielt Kunden zu erreichen und Markenbekanntheit zu steigern.

Die Frage, ab wann Werbung sinnvoll ist, hängt von der Zielgruppe ab. Für wichtige, wertvolle Zielgruppen sind etwa 1.000 Hörer pro Folge ausreichend. Erfahrungen zeigen, dass in bestimmten Fällen, sogar 500 Hörer genügten, um eine spezielle Nische erfolgreich zu bedienen. Die gezielte Ansprache und die Möglichkeit, Inhalte flexibel zu gestalten, machen Podcasts zu einem mächtigen Werkzeug in der modernen Marketingstrategie.

Backgeflüster: Ihr Wegweiser durch aktuelle Trends und Themen im Back-Business

Mit unserem Podcast „Backgeflüster“ bieten wir eine Plattform, auf der Branchenexperten zu Wort kommen, Erfolgsgeschichten geteilt und wertvolle Einblicke in die Herausforderungen des heutigen Bäckeralltags gegeben werden. Bisher verfügbar auf Spotify und YouTube, bieten unsere Folgen von 30 bis 60 Minuten mehr als nur Hörgenuss – sie sind ein Erlebnis. Wir bewerben unseren Podcast in unserer Printausgabe sowie in den News und erreichen somit 6.700 Kontakte. Wir rechnen mit ca. 1.000 bis 1.500 Hörern.

Podcast-Werbung, die verbindet

Nutzen Sie die Kraft der Podcast-Werbung, um Ihre Markenbindung zu stärken und Vertrauen in Ihre Zielgruppe aufzubauen. Unsere Formate bieten Flexibilität und lassen sich nahtlos in den Alltag Ihrer Hörer integrieren. Die Stimme des Mediums schafft eine tiefe Verbindung und Glaubwürdigkeit, die herkömmlichen Werbeformen oft fehlen.

Werbeformate und Preise

Post-roll: Schaltet sich am Ende des Podcasts ein, ideal für direkte Handlungsaufrufe.

Preis: 2.300 €

Mid-Roll: Platziert in der Mitte des Podcasts, erreicht höchste Aufmerksamkeit.

Preis: 2.900 €

Sponsored Content: Ein ganzer Abschnitt ohne Werbeunterbrechung, bietet hohe Glaubwürdigkeit und tiefe Markenbindung.

Preis ab 6.500 €

Ein Beispiel für Sponsored Content könnte eine gesamte Episode über die Geschichte einer speziellen Backzutat sein, gesponsert von deren Hersteller – thematisch relevant und ansprechend für die Zuhörer.

Unser Newsletter Ihr direkter Weg zu unserer Community

Im Jahr 2023 haben wir uns dafür entschieden, unsere News per E-Mail an über 4.200 Empfänger zu versenden – und hatten damit großartigen Erfolg. Die Öffnungsquote betrug im Jahresmittel starke 39,27 Prozent.

Stetiges Wachstum: Seitdem hat sich unsere Empfängerliste kontinuierlich weiterentwickelt. Aktuell erreichen wir über 6.200 Leser – Tendenz steigend. Die Öffnungsquote konnte ebenfalls deutlich gesteigert werden: Im Jahresmittel 2026 lag sie bei 42 Prozent, mit Spitzenwerten von über 50,2 Prozent im August 2026. Diese Zahlen belegen eindrucksvoll das hohe Interesse und die starke Bindung unserer Leser.

Die News sind eine erstklassige Ergänzung zu unserer Printausgabe, um Themen schnell und vertiefend zu erhalten. Der Bezug ist für die Empfänger kostenfrei. Auch die Möglichkeit, weitere Informationen durch eine Weiterleitung auf unseren Internetauftritt in Blogartikeln zu erhalten, wurde rege genutzt. Die von unserem Provider Strato ermittelten Zugriffszahlen auf die Blogartikel mit bis zu über 3.900 Seitenaufrufen und 36.300 Treffern pro Woche zeigen eine starke Akzeptanz sowie Nutzung – was beeindruckend ist!

Warum dieser Erfolg?

Dieser Erfolg ist nicht ohne Grund eingetreten: Unser Team hat sorgfältig gearbeitet, um qualitativ hochwertige Inhalte mit relevantem Mehrwert bereitzustellen und so mehr Leser zu informieren. Wir bemühen uns, interessante Themen in jeder Ausgabe des Newsletters abzudecken und regelmäßig Updates über Neuerungen in der Branche sowie andere interessante Meldungen herauszugeben.

Ihre Werbemöglichkeiten im Überblick:

Bannerplatzierung im Newsletter mit direkter Verlinkung auf Ihre Website

Redaktionelle Beiträge mit thematischem Bezug zu Ihrer Zielgruppe

Blogartikel mit nachhaltiger Reichweite auf unserem Internetauftritt

Zielgruppe: Entscheider und Interessenten aus der Branche, die aktiv Inhalte konsumieren
Überzeugen Sie sich selbst – profitieren Sie von einer engagierten Leserschaft und steigenden Reichweiten!

Gerne erstellen wir Ihnen ein individuelles Angebot. Sprechen Sie uns an!

Check Up Back.Business

Ihr direkter Weg zur Entscheider-Zielgruppe im Backgewerbe

Zielgruppe: Entscheidungsträger, die zählen

Mit Check Up Back.Business konzentrieren Sie sich mit Ihren Anzeigen auf die Kernzielgruppe der Entscheidungsträger – und erreichen diese gezielt, effizient und ohne große Streuverluste.

Redaktionelles Profil: Mehr als Tagesaktualität

Check Up Back.Business ergänzt und vertieft die Berichterstattung über das Backgewerbe durch zwei exklusive Spezialausgaben: „**Die Branche 2026 – im Überblick**“ und „**Global 2027**“

Diese Ausgaben kommentieren die Branche, ordnen aktuelle Themen ein und berichten über die neuesten Trends in Deutschland und 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.

Wer liest Check Up Back.Business?

Inhaber und Geschäftsführer der Bäckereifilialisten und Großbäckereien in Deutschland und im deutschsprachigen Ausland. Inhaber profilstarker Kleinbetriebe Führungskräfte des Großhandels und des Lebensmittel Einzelhandels – meist mit eigener Backwarenherstellung.

Erscheinungsweise:

12 Ausgaben im Jahr

Bezugspreise:

Preis Jahresabonnement (Print) 279,46 € (Inland und Ausland, zzgl. Versandkosten und MwSt.)

Mehrfachabonnements mit Rabatt

Voraussetzungen: 1 vollbezahltes Jahresabonnement, gleiche Rechnungsanschrift (unterschiedliche Lieferanschriften sind möglich)

Rabattstaffel:

Weitere Abonnements, Preis pro Abonnement

1 – 9 zusätzliche Abonnements 237,46 €

ab 10 zusätzliche Abonnements 144,00 €

Kündigungsbedingungen:

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

Newsletter-Bezug per E-Mail kostenfrei

Vertrieb:

Verlagsgesellschaft Ottensen Stadtteilmagazin UG.

Ottensener Straße 8, 22525 Hamburg

Telefon: +49 40 30 6852-0, E-Mail: post@back.business

Print Anzeigenformate

Check Up
Back.Business

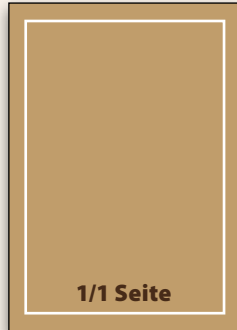
Heftformat: A4

Breite x Höhe: 210 x 297 mm

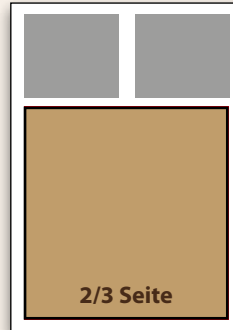
Satzspiegel (SP):

Breite x Höhe: 170 x 260 mm

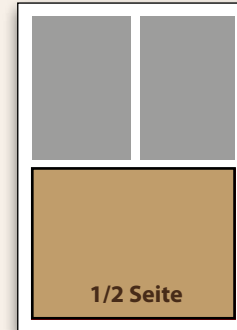
AS: Anzeigen im Anschnitt,
bitte je 3 mm Beschnitt
rundum.



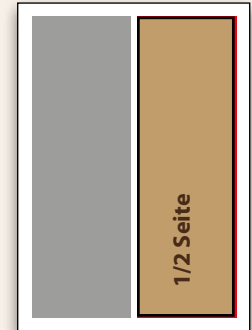
SP: 170 x 260 mm
AS: 210 x 297 mm



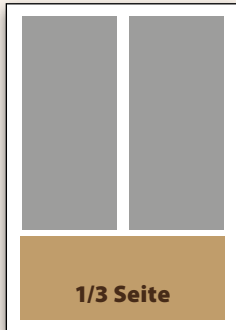
SP: 170 x 173 mm
AS: 210 x 198 mm



SP: 170 x 130 mm
AS: 210 x 149 mm



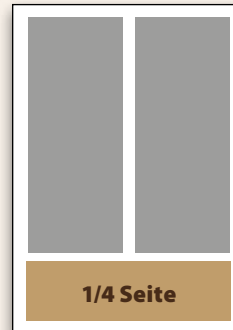
SP: 85 x 260 mm
AS: 105 x 297 mm



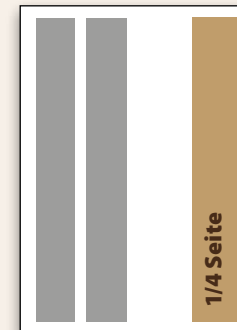
SP: 170 x 87 mm
AS: 210 x 100 mm



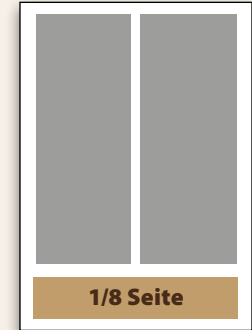
SP: 57 x 260 mm
AS: 70 x 297 mm



SP: 170 x 65 mm
AS: 210 x 75 mm



SP: 43 x 260 mm
AS: 53 x 297 mm



SP: 170 x 33 mm
AS: 210 x 37 mm

Geschäftsbedingungen

Check Up Back.Business

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 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 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 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 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 bedarf.

7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an Text und nicht an andere Anzeigen angehängt, Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeige erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich 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 Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsfleuten, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und deren Billigung 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 Ersatzanzeige 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 aus Erfüllungsgeschäften; 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. Probeanzeigen werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeanzeigen. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probebezuges 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 Zahlungs-

verzug 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 offestehender 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 Auftraggeber 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 gedruckte 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 zurückgegeben. 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. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im

Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

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 Auftragsabschluss abgewickelt 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 Werbungsmittel und Werbegeräten sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit dem Werbungtreibenden an die Preislisten des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mitteilungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

e) Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen des Auftraggebers nicht sofort erkennbar, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden 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, deren sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient, hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der Anzeigen, wenn das Vertragsobjekt mit 80 % der garantierten (bzw. bei Fehlen einer garantierten Auflage der normalerweise verkauften) Auflage vom 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 Inhalt 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.



**CHECK UP BACK
BUSINESS**