



# uniscene

DEINE STADT. DEIN LIFESTYLE. DEIN MAGAZIN.

MEDIADATEN MAGAZIN   
2018/2019

## Erleben Sie das Stadtmagazin der neuen Generation: jung, hip, multimedial und authentisch

In der UNISCENE schreiben talentierte Nachwuchsjournalisten über ihr Studium und ihre Stadt. Nicht ohne Grund gelten Studierende als die kreative Elite von Morgen. In der UNISCENE zeigen sie schon heute, was sie können. Das Redaktionsteam genießt als „Medienlabor“ völlige kreative Freiheit: Hier werden neue mediale Darstellungsformen ausprobiert und Social-Media-Ideen mit klassischen journalistischen Elementen verbunden. Die UNISCENE traut sich, wovon viele andere Medienmacher nur reden.

Neben klassischen Studententhemen wie „Erstsemester-Tipps“, „Soziales Engagement“ oder „Karriere“ setzt die UNISCENE vor allem auf neue urbane Trends. Probieren Sie es aus – wetten, dass Sie in jeder Ausgabe interessante Veranstaltungen und neue Locations finden, von denen Sie noch nie gehört haben? Ob „Lebensmittelretter“, „Urban Gardening“ oder „Diary Slam“: Entdecken Sie die wahren Trends Ihrer Stadt zuerst in der UNISCENE!



# Weshalb Studenten als Zielgruppe?

Sie sind DIE zentralen Meinungsbildner und Multiplikatoren unter den 18- bis 29-Jährigen, experimentierfreudig und extrem gut vernetzt.



## ▶ Große Zielgruppe

275.000 junge Hamburger, das entspricht 16 % aller Hamburger, sind zwischen 18 und 29 Jahre, davon über 107.000 Studierende.

## ▶ Word-of-Mouth-Marketing

Ihr Uni-Alltag bringt es mit sich, dass Studierende täglich überdurchschnittlich viele soziale Kontakte haben und dadurch extrem gut vernetzt sind.

## ▶ Offen für neue Produkte und Marken

Ihr Intellekt, ihr Selbstbewusstsein und ihre Lebenssituation, in der sie sich ausprobieren, ermöglichen es ihnen, nicht nur im Allgemeinen offen für neue Produkte und Marken zu sein, sondern auch erklärungsbedürftige Angeboten zu verstehen und weiterzutragen.

# Weshalb Print-Werbung?

Der hochwertige Träger für Ihre Imagebildung

## ▶ Hohe Brand Awareness

Printmagazine dienen nach wie vor als Ankermedium. Medienkonsumenten bewerten Nutzen und Authentizität hier besonders hoch. Dazu punkten Magazine im Medienvergleich mit Überzeugungskraft und Glaubwürdigkeit. Im Kundendialog bedeuten sie auch für junge Menschen eine Brücke in den Vertrieb und in die Online-Welt.

## ▶ Konsum-Situation

Während der Vorlesungen und zuhause bleibt genügend Zeit zum Lesen. Zudem sind es Studierende gewohnt, Printmedien zu nutzen. Sie sind fester Bestandteil ihres Universitätsalltags, in dem noch mit Büchern, Block und Stift gearbeitet wird. Die UNISCENE-Zeitschrift integriert sich optimal in dieses Lebensumfeld.

## ▶ Crossmedia

Die UNISCENE bietet mit ihrem Print- und Online-Magazin sowie ihren Haushaltsverteilungen und wöchentlichen Club-Events ideale Kombinationsmöglichkeiten von Print-, Online-, Direktwerbung und Promotion.

# Das Erfolgsgeheimnis der UNISCENE

## ▶ 100% Glaubwürdigkeit...

... durch strikte Trennung zwischen Redaktion und Werbung.

## ▶ Von Studenten für Studenten

## ▶ Exklusiver Vertrieb

Der Vertrieb erfolgt fast ausschließlich über Hand-zu-Hand-Verteilungen auf dem Campus sowie Direktzustellungen in mehrere Tausend private Haushalte der Hamburger Studentenwohnheime. Für Studierende ist die UNISCENE kostenfrei.

Darüber hinaus hat der Verlag ein großes Eigeninteresse an einer maximaler Vertriebsqualität, da er über die UNISCENE eigene Produkte bewirbt.



**VERLAG**

hey+hoffmann verlag (GmbH & Co. KG)

**ANSCHRIFT DER ANZEIGENABTEILUNG**

Gertrudenkirchhof 10, 20095 Hamburg

Telefon: +49(0) 40 3742360-14 Disposition und Druckunterlagen  
+49(0) 40 3742360-0 Medienunterlagen/Tarife

Telefax: +49(0) 40 3742360-20

E-Mail: [media@hey-hoffmann.de](mailto:media@hey-hoffmann.de)

Internet: [www.hey-hoffmann.de](http://www.hey-hoffmann.de)

**BANKVERBINDUNG**

Deutsche Bank AG Hamburg

Kontoinhaber: HEY + HOFFMANN Verlag

IBAN: DE73 2007 0024 0454 0001 00

BIC: DEUTDEDBHAM

**UST-ID-NR.**

DE220005496

**ERSCHEINUNGSWEISE**

6-mal jährlich (siehe Terminplan)

**PZN**

552007

**BEZUGSPREIS**

kostenfrei

**ZAHLUNGSBEDINGUNGEN**

Rechnungen sind am Erscheinungstag der UNISCENE-Ausgabe fällig, in der die Anzeige veröffentlicht wird, bei besonderer Vereinbarung spätestens 14 Tage nach dem Erscheinungstag. Bei Vorauszahlung werden 2 % Skonto gewährt, sofern der Rechnungsbetrag spätestens am Erscheinungstag auf dem Konto des Verlags eingeht und keine älteren Rechnungen fällig sind.

**ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN**

Alle Anzeigenaufträge werden ausschließlich gemäß den Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Verlags ausgeführt. Diese finden Sie im Internet unter [www.hey-hoffmann.de/AGB.pdf](http://www.hey-hoffmann.de/AGB.pdf).

 ist eine Marke der 

**DRUCKAUFLAGE**

20.000 - 25.000 Exemplare

**DURCHSCHNITTLICH VERBREITETE AUFLAGE**

22.500 Exemplare

**GRUNDPREIS 1/1 SEITE FARBIG**

2.470 €

**PLATZIERUNGSZUSCHLAG (OHNE SONDERPLATZIERUNG)**

10 %

**MEHRWERTSTEUER**

Auf die Nettopreise wird die gesetzliche Mehrwertsteuer aufgeschlagen.

**DRUCKVERFAHREN / VERARBEITUNG**

Rollenoffset-Euroskala / Rückendrahtheftung

**HEFTFORMAT / SATZSPIEGEL**

210 mm breit x 280 mm hoch / 188 mm breit x 257 mm hoch

**AGENTURPROVISION**

15 %

**RABATTE**

Alle Nachlässe gelten je Werbungtreibendem und Abschlussjahr.

**Regionalrabatt \*** 20 %

Der Verlag gewährt in Hamburg ansässigen Unternehmen einen **Regionalrabatt von 20 %** auf Anzeigen und Sonderwerbformen. Hiervon ausgeschlossen sind Agenturen, sofern Sie im Auftrag Dritter handeln, deren Unternehmenssitz nicht Hamburg ist.

**Malstaffel**

ab 2 Anzeigen	2 %
ab 4 Anzeigen	6 %
ab 6 Anzeigen	10 %

**Mengenstaffel**

ab 2 Seiten	4 %
ab 3 Seiten	8 %

**Sozial-, Kultur- und Bildungsrabatt \*** 15 %

Der Verlag gewährt Sozial-, Kultur- und Bildungseinrichtungen einen **Rabatt von 15 %** auf Anzeigen und Sonderwerbformen.

## ANZEIGEN

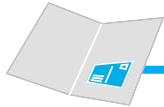
Formate auf Einzelseiten		Anschnitt (Breite x Höhe) *	Satzspiegel (Breite x Höhe)	Farb-/sw-Anzeigen
1/1 Seite (Innenteil)		210 x 280 mm	188 x 257 mm	2.470,-
1/1 Seite (2. Umschlagseite)		210 x 280 mm	–	2.840,-
1/1 Seite (3. Umschlagseite)		210 x 280 mm	–	2.720,-
1/1 Seite (4. Umschlagseite)		210 x 280 mm	–	2.960,-
1/2 Seite	Hochformat	104 x 280 mm	92 x 257 mm	1.490,-
	Querformat	210 x 138 mm	188 x 125 mm	1.490,-
1/3 Seite	Hochformat	72 x 280 mm	60 x 257 mm	1.090,-
	Querformat	210 x 94 mm	188 x 81 mm	1.090,-
1/4 Seite	Hochformat	56 x 280 mm	44 x 257 mm	870,-
	Querformat	210 x 72 mm	188 x 59 mm	870,-
	Eckformat	–	92 x 125 mm	870,-
1/8 Seite	Eckformat	–	92 x 59 mm	500,-

Formate auf Doppelseiten		Anschnitt (Breite x Höhe) *	Satzspiegel (Breite x Höhe)	Farb-/sw-Anzeigen
2/1 Seite (Innenteil)		420 x 280 mm	–	3.960,-
2/1 Seite (2. Umschlagseite + Seite 3)		420 x 280 mm	–	5.560,-

Alle Preisangaben in Euro, die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen.

\* Bei Anschnittformaten bitte Beschnittzugabe von je 3 mm pro Seite beachten





## BEIKLEBER

Beikleber sind verarbeitungsfertig angelieferte Produkte, die auf eine Trägeranzeige aufgeklebt werden und durch den Interessenten abgelöst werden können.

Preise je %		Gesamt	Teilauflage
	Postkarten/Booklets		
	Gewicht bis 10 g	75,-	90,-
	20 g	93,-	112,-
	30 g	100,-	119,-
	je weitere 10 g	+ 11,-	11,-
	Warenproben bis 10 g	113,-	136,-
	bis 20 g	125,-	150,-
	Andere Beikleber auf Anfrage		

**Belegung** Gesamtaufgabe oder Teilaufgaben möglich  
 Mindestauflage: 10.000 Exemplare  
 Trägeranzeige: mindestens 1/2 Seite in der Gesamtaufgabe  
 (Berechnung lt. Preisliste)



## BEIHEFTER

Beihefter sind fest in eine Zeitschrift integrierbare Drucksachen/Prospekte eines Werbenden.

	Gesamt	Teilaufgabe
4 Seiten	120,-	145,-
8 Seiten	134,-	160,-
12 Seiten	147,-	177,-
16 Seiten	161,-	193,-
je weitere 4 Seiten	+ 11,-	11,-

Beihefter mit aufgeklebten Elementen auf Anfrage.

Gesamtaufgabe oder Teilaufgabe möglich  
 Mindestauflage: 10.000 Exemplare



## BEILAGEN

Beilagen sind verarbeitungsfertig angelieferte Produkte, die der Zeitschrift lose und mit der geschlossenen Seite zum Bund beigelegt werden. Das Maximalgewicht bedarf der Abstimmung. Maximales Regularformat: B200 x H260 mm. Größere Formate sind gegen Aufpreis auf Anfrage möglich.

Preise je %		Gesamt	Teilaufgabe
	bis 20 g	113,-	125,-
	je weitere 10 g	+ 11,-	11,-

**Belegung** Gesamtaufgabe oder Teilaufgaben möglich  
 Mindestauflage: 10.000 Exemplare

### Preisangaben

Preise für je angefangene tausend Exemplare. Die Preise für Ad Specials können sich erhöhen, falls durch sie z.B. die Verarbeitung erschwert wird. Verbund-Ad Specials, d. h. Sonderwerbformen, in denen Produkte, Marken oder Dienstleistungen mehrerer Firmen beworben werden, sind nach besonderer Vereinbarung möglich.

### Technik und Anlieferung

Verbindliche technische Angaben sowie Informationen zu Terminen, Mustern und Lieferadressen auf Anfrage. Bei eventuell auftretenden Verarbeitungsschwierigkeiten hat die Fertigstellung der Auflage Vorrang gegenüber den Ad Specials.

### Druckservice

Auf Wunsch übernimmt der Verlag auch die Produktion des Ad Specials. Preise auf Anfrage.



## TITELFLAPPE

Die Flappe wird als Werbeumschlag außen um das halbe Titelblatt gelegt und verdeckt das Cover zu 1/3. Mit Werbung belegt werden kann neben der vorderen Außen- auch die vordere Innenseite der Flappe. In den Mediakosten sind die Druckproduktionskosten enthalten.

Formate	Anschnitt (Breite x Höhe) *	Preise je % <sup>oo</sup> **	Gesamt	Teilauflage ***
1. Flappenseite ( <b>vorne außen</b> )	Außenseite: 70 x 215 mm		134,-	160,-
1. + 2. Flappenseite ( <b>vorne außen und vorne innen</b> )	Außenseite: 70 x 215 mm Innenseite: 70 x 280 mm		150,-	180,-

Bitte beachten Sie die Timings zum Druckunterlagenschluss unter dem Punkt „Termine“.

## ADVERTORIALS

Die Advertorials werden zum gültigen Anzeigenpreis zzgl. Kreationskosten berechnet.

**Kreationskosten** (inkl. Konzept, Text und Layout, exkl. Bildrechte und Fotoproduktionen)

2/1 Seite	3.300,-
1/1 Seite	2.700,-
1/2 Seite	2.200,-
1/3 Seite	1.900,-

Weitere Formate auf Anfrage. Für Fotoproduktionen erstellen wir Ihnen gerne ein individuelles Angebot. Die Advertorials werden mit dem Wort „ANZEIGE“ gekennzeichnet. Die Kreationskosten sind weder rabattierbar noch AE-fähig.

### Termine

Aufträge für die Gestaltung von Advertorials sowie Mediabuchungen von Titelflappen müssen dem Verlag spätestens 19 Tage vor Anzeigenschluss (vgl. Termine) vorliegen und bis zum Druckunterlagenschluss abgestimmt und freigegeben sein.

### Inhalt und Gestaltung

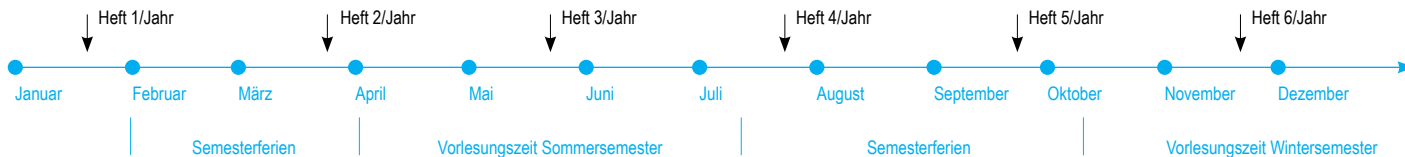
Inhalt und Gestaltung von Advertorials und Titelflappenmotiven müssen vor Drucklegung grundsätzlich mit dem Verlag abgesprochen werden. Die Gesamtanmutung darf nicht genau dem Layout des Inhalts bzw. Titels entsprechen. Der Auftraggeber/Kunde muss klar für den Leser erkennbar sein (z.B. durch das Kunden-Logo).

Alle Preisangaben in Euro, die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen.

\* Bei Anschnittformaten bitte Beschnittzugabe von je Seite 3 mm beachten. Format der Flappenaußenseite berücksichtigt Platz für Magazintitel. \*\* Preise sind nicht rabattierbar, jedoch AE-fähig.

\*\*\* Die Mindestauflage beträgt 15.000 Exemplare. Eine Teilaufgabenbuchung kann nur erfolgen, sofern dem Verlag zum Zeitpunkt der Buchung oder danach keine Gesamtauflagenbuchung eines anderen Werbekunden vorliegt. In diesem Fall können Teilaufgabenbuchungen vom Verlag einseitig storniert werden, ohne dass ihm hierdurch Kosten entstehen.

Heft Nr.	Redaktionelle Gültigkeit	Ersterscheinungstag	ANZEIGEN		AD SPECIALS	
			Anzeigen- und Druckunterlagenschluss, Rücktrittstermin	Lastminute-Termine* Anzeigen- und Druckunterlagenschluss	Buchungsschluss und Rücktrittstermin	Anlieferung
1/18	Februar - März	Fr. 19.01.18	<b>Mi. 03.01.18</b>	Fr. 12.01.18	Fr. 15.12.17	Mi. 10.01.18
2/18	April - Mai	Fr. 23.03.18	<b>Mi. 07.03.18</b>	Fr. 16.03.18	Fr. 16.02.18	Mi. 14.03.18
3/18	Juni - Juli	Fr. 18.05.18	<b>Mi. 02.05.18</b>	Fr. 11.05.18	Fr. 13.04.18	Mi. 09.05.18
4/18	August - September	Fr. 20.07.18	<b>Mi. 04.07.18</b>	Fr. 13.07.18	Fr. 15.06.18	Mi. 11.07.18
5/18	Oktober - November	Fr. 21.09.18	<b>Mi. 05.09.18</b>	Fr. 14.09.18	Fr. 17.08.18	Mi. 12.09.18
6/18	Dezember - Januar	Fr. 23.11.18	<b>Mi. 07.11.18</b>	Fr. 16.11.18	Fr. 19.10.18	Mi. 14.11.18
1/19	Februar - März	Fr. 18.01.19	<b>Mi. 02.01.19</b>	Fr. 11.01.19	Fr. 14.12.18	Mi. 09.01.19
2/19	April - Mai	Fr. 22.03.19	<b>Mi. 06.03.19</b>	Fr. 15.03.19	Fr. 15.02.19	Mi. 13.03.19
3/19	Juni - Juli	Fr. 24.05.19	<b>Mi. 08.05.19</b>	Fr. 17.05.19	Fr. 19.04.19	Mi. 15.05.19
4/19	August - September	Fr. 19.07.19	<b>Mi. 03.07.19</b>	Fr. 12.07.19	Fr. 14.06.19	Mi. 10.07.19
5/19	Oktober - November	Fr. 20.09.19	<b>Mi. 04.09.19</b>	Fr. 13.09.19	Fr. 16.08.19	Mi. 11.09.19
6/19	Dezember - Januar	Fr. 22.11.19	<b>Mi. 06.11.19</b>	Fr. 15.11.19	Fr. 18.10.19	Mi. 13.11.19



\* Bei Lastminute-Anzeigen (nur 1/1 Seiten möglich) ist die Platzierung aus technischen Gründen nur bestmöglich realisierbar.

**DATENÜBERMITTLUNG**

E-Mail: [produktion@hey-hoffmann.de](mailto:produktion@hey-hoffmann.de)

FTP: auf Anfrage

Datenträger: CD, DVD

Wichtig: Zu jeder Datenübermittlung muss der Anzeigenabteilung grundsätzlich ein schriftlicher Auftrag und ein Ausdruck der Anzeige vorliegen. Bei Datenübertragung teilen Sie uns bitte mit, ob Sie diese per FTP oder E-Mail vornehmen. Mit der Datei ist ein Info-File zu liefern mit Angabe von Dateiname, Anzeigengröße, Stichwort der Anzeige, Ansprechpartner mit Telefon-, Fax- und ggf. Mobiltelefonnummer sowie Platzierung, Farbigkeit und ggf. Komprimierung.

**DATEIFORMATE**

PDF: 1/a oder PDF/X-3 für Druckvorstufe, CMYK-Modus, kein Farbmanagement

EPS: Schriften inkludiert, mitgeliefert oder in Pfade konvertiert

TIFF: Auflösung mind. 300 dpi

Platzierbare EPS- oder PDF-Dateien mit in Pfade bzw. Kurven konvertierten Schriften (wichtig wenn die Daten mit InDesign erstellt werden!) oder die Schriften einbetten. Sollten diese fehlen, werden verlagsseitig Ersatzschriften verwendet, die u.U. zu anderen Schriftverläufen führen. Die Abspeicherung erfolgt im 1:1 Original-Anzeigenformat lt. Anzeigenpreisliste.

**DATEIBENENNUNG**

heft\_ausgabe\_kundenname\_format

**KORREKTURABZÜGE**

Auf Anfrage und bei rechtzeitiger Datenlieferung erfolgt ein Korrekturrücklauf per Fax oder per E-Mail als PDF.

**FARBANZEIGEN**

Bitte nur Euroskala-Farben verwenden. Auflösung optimal: bei Graustufen und Farbbildern 300 dpi, für Strichgrafik (monochrom) 800 dpi. Farben, die nicht der Euroskala entsprechen (HKS usw.), müssen in den CMYK-Modus umgewandelt werden. Farbanzeigen sind im gesamten Heftbereich möglich. Geringfügige Tonwert- und Passerabweichungen sind im Druckverfahren begründet und berechtigen nicht zu Minderungsansprüchen. Bitte den Tonwertzuwachs von ca. 20 % bei 50 % Flächendeckung im Innenteil und 17 % im Umschlag beachten. Der maximale Gesamtfarbauftrag im Innenteil beträgt 270 %, im Umschlag 300 %. Für Ihre Bildbearbeitung empfehlen wir die Verwendung der Standardprofile SC\_paper\_eci.icc für den Innenteil und ISOCoated\_v2\_300\_eci.icc für den Umschlag.

## für Anzeigen und Sonderwerbformen in Zeitschriften und Zeitungen

Für alle Werbeträger der HEY + HOFFMANN Verlag GmbH & Co. KG - folgend Verlag genannt - gelten ausschließlich die nachstehenden „Allgemeinen Geschäftsbedingungen“ sowie alle ggf. davon abweichenden besonderen schriftlichen Vereinbarungen, auch wenn der Besteller die Gültigkeit dieser Bedingungen ausdrücklich ausschließt und der Verlag nicht widerspricht.

### 1. Allgemeines

- 1.1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbetreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
- 1.2. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
- 1.3. Angebote und Preislisten sind freibleibend. Beschreibungen der Dienstleistungen und Waren und technische Angaben in Preislisten, Prospekten und sonstigen Drucksachen sind unverbindlich und nicht als Zusicherung von Eigenschaften zu verstehen. Vertragsabschlüsse werden erst durch die schriftliche Auftragsbestätigung des Verlags als Druckwerk wirksam; diese kann durch die Rechnung ersetzt werden. Telefonisch oder per Email erteilte Aufträge sind vom Verlag erst angenommen, wenn und soweit der Verlag sie unverzüglich ausführt oder schriftlich per Druckwerk bestätigt. Weicht die Auftragsbestätigung des Verlags von der Bestellung inhaltlich ab, so gilt sie dennoch als angenommen, wenn ihr nicht innerhalb von 8 Tagen nach Erhalt schriftlich widersprochen wird. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Zugang von Emails, die vom Verlag kommen, unverzüglich, schriftlich bzw. per Email letzterem zu bestätigen.
- 1.4. Für Fehler jeder Art aus telefonischen Übermittlungen wird nicht gehaftet.
- 1.5. Gem. § 33 BDSG weisen wir darauf hin, dass im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die erforderlichen Kunden- und Lieferdaten mit Hilfe der elektronischen Datenverarbeitung gespeichert werden.
- 1.6. Im Falle höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung zur Erfüllung von Aufträgen und zur Leistung von Schadensersatz.
- 1.7. Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts. Ergänzend gelten für diesen Vertrag die Bestimmungen des deutschen Urheber- und Datenschutzrechts.
- 1.8. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlags. Bei Klagen ist Gerichtsstand der Sitz des Verlags.

### 2. Auftragsabschluss und -erfüllung

- 2.1. 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 Verlags beruht.
- 2.2. 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.
- 2.3. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag in einer Schriftgröße bis zu 12 Punkt Arial mit dem Wort „ANZEIGE“ deutlich kenntlich gemacht.
- 2.4. Der Herausgeber behält sich vor, den Erscheinungstermin um bis zu zwei Wochen zu verschieben.
- 2.5. Konkurrenzschluss wird nicht gewährt.
- 2.6. 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 Verlags 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 Geschäftsstellen, Annahmestellen oder bei Vertretern

aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und dessen Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteiles der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen beinhalten, werden aus diesen Gründen nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

2.7. Platzierung der Anzeigen: Platzierungsvorschriften sind nur gültig, wenn sie vom Verlag schriftlich bestätigt worden sind. Der Anteil dieses Magazins wird nach typographischen Gesichtspunkten gesetzt und umbrochen. Daraus ergeben sich für die Gestaltung bestimmter rubrizierter Anzeigen gewisse Regeln, deren Berücksichtigung der Verlag sich vorbehält.

2.8. Der Verlag leistet keine Gewähr für Beilagen in bestimmten Gebieten und bei Verlust einzelner Beilagen auf dem Vertriebsweg. Platzwünsche, z.B. Beilegungen in bestimmten Zeitungsprodukten, können nicht berücksichtigt werden.

### 3. Druckvorlagen und -qualität

3.1. 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.

### 4. Preise

- 4.1. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
- 4.2. 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. Dies gilt auch für Daueraufträge, die in Teilbeträgen pro erschienene Anzeige vom Auftraggeber zu begleichen sind.
- 4.3. 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 offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
- 4.4. Bei aufwendigen typographischen Arbeiten und bei über den üblichen Rahmen hinausgehenden Anfertigungen von Reinzeichnungen, Filmen und anderen Druckunterlagen behält sich der Verlag vor, diese Arbeiten gesondert in Rechnung zu stellen.

### 5. Verantwortlichkeit des Auftraggebers

- 5.1. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden.
- 5.2. Der Auftraggeber hält den Verlag von allen Ansprüchen aus Verstößen der Anzeigen gegen gesetzliche Vorschriften, insbesondere das Wettbewerbs- und das Urheberrecht, frei.
- 5.3. Mit dem Erteilen des Anzeigenauftrags verpflichtet sich der Inserent, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegenanstellung zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs.

### 6. Schlussbestimmungen

Sollten einzelne Bestimmungen dieses Vertrages ganz oder teilweise unwirksam sein, bleibt hiervon die Wirksamkeit des gesamten Rechtsgeschäfts unberührt.