

Der Feuerwehrmann

Organ der Feuerwehren im Lande Nordrhein-Westfalen



Inhalt

Redaktion/Verlag	2
Daten/Nachlässe	3
Anzeigenformate	4
Anzeigenpreisliste	5
Beilagen/Beihefter	6
Auflage/Verbreitung	7
Allgemeine Geschäftsbedingungen	8

Kurzcharakteristik

Der Feuerwehrmann ist die Fachzeitschrift des Brandschutzes für den Feuerwehrangehörigen und das Informations- und Mitteilungsorgan der Feuerwehren. Namhafte Fachleute aus der Praxis der Berufs- und Freiwilligen Feuerwehren sowie Dozenten des Instituts der Feuerwehr NRW garantieren ein ausgewogenes breitgefächertes redaktionelles Spektrum.

Fachrichtung	Freiwillige Feuerwehren Berufsfeuerwehren Rettungsdienst betrieblicher Brandschutz
Mitgliedschaften	-
Offizielles Organ	der Feuerwehren in NRW
Herausgeber	Landesfeuerwehrverband Nordrhein-Westfalen e.V. Siegburger Straße 295 53639 Königswinter
Redaktion	LdF BOAR Jürgen Rabenschlag Feuerwehr Hattingen Friedrichstraße 6-8 45525 Hattingen
Telefon	0 23 24/59 09 71 00
Telefax	0 23 24/59 09 71 06
eMail	feuerwehrmann@lfv-nrw.org

Jahrgang	59. Jahrgang 2009
Erscheinungsweise	9 Ausgaben pro Jahr
Verlagsanschrift	Mittelstands-Verlagsgesellschaft mbH Martin-Luther-Straße 2-6 53757 Sankt Augustin Postfach 31 29 53740 Sankt Augustin
Telefon	0 22 41/91 33-0
Telefax	0 22 41/91 33-33
eMail	info@mittelstandsverlag.de
Internet	www.lfv-nrw.org www.mittelstands-verlag.de
Bezugspreis 2009	Jahresabonnement 26,70 Euro, inkl. MwSt. Einzelpreis 3,40 Euro, inkl. MwSt. jeweils zzgl. Versandkosten
Verlag	Mittelstands-Verlagsgesellschaft mbH Martin-Luther-Straße 2-6 53757 Sankt Augustin Tel.: 0 22 41/91 33-0 Fax: 0 22 41/91 33-33 eMail: info@mittelstandsverlag.de
Vertrieb	Tel.: 0 22 41/91 33-0 eMail: vertrieb@mittelstandsverlag.de
Anzeigenverwaltung	Eileen Becker Tel.: 0 22 41/91 33-15

Zeitschriftenformat	210 mm breit x 297 mm hoch, DIN A4
Satzspiegel	185 mm breit x 260 mm hoch 3 Spalten zu je 58 mm 2 Spalten zu je 90 mm
Druckanschnitt	213 mm breit x 303 mm hoch (inkl. 3 mm Beschnittzugabe an 3 Kanten)
Farbe	Euroskala, Sonderfarben auf Anfrage. Geringe Tonwertabweichungen sind im Toleranzbereich des Offsetverfahrens begründet.
Druckverfahren	Bogen-Offsetdruck, bis 60er Raster
Verarbeitung	Rückendrahtheftung
Druckunterlagen/ Anzeigen	Belichtungsreife PDF-X-Daten. Vierfarbvorlagen müssen farbverbindlich sein. Bei Reinzeichnungen, Aufsichtsvorlagen oder Dias werden die Herstellungskosten in Rechnung gestellt.
Daten-Transfer	FTP-Server oder über eMail: satz@sz-druck.de Wichtig! Die Zugangsdaten für die Übertragung auf den FTP-Server sind per E-Mail anzufordern.
Erscheinungsweise	9 Ausgaben pro Jahr
Auflage	Druck: 6.700 Exemplare Verkauft: 5.779 Exemplare Verbreitet: 5.943 Exemplare

Termine	Anzeigenschluss: 10. des Vormonats, Erscheinungsweise: 9 Ausgaben Erscheinungstermine: ca. 15. des Monats (Monate 3, 4, 5, 10, 11, 12) Doppelausgaben 2009: 01-02, 06-07, 08-09 jeweils ca. am 20. des ersten Monats.
Verlag	Mittelstands-Verlagsgesellschaft mbH
Hausanschrift	Martin-Luther-Straße 2-6, 53757 Sankt Augustin
Postanschrift	Postfach 31 29, 53740 Sankt Augustin
Internet	www.lfv-nrw.org
Anzeigenverkauf	Die Übernahme digitaler Anzeigen ist erwünscht. Abwicklung über die Anzeigenverwaltung.
Anzeigenverwaltung	Eileen Becker Tel.: 0 22 41/91 33-15 Fax: 0 22 41/91 33-33 eMail: anzeigen@mittelstandsverlag.de
Zahlungsbedingungen	30 Tage netto Kasse, 2 % Skonto bei Vorauszahlung und Zahlungseingang bis zum Erscheinungstermin. Mittlervergütung: 15 %
Bankverbindung	VR-Bank Rhein-Sieg e.G. Konto-Nr. 5 202 700 014 BLZ 370 695 20

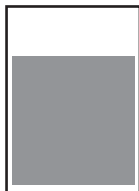
Anzeigenformate in der Übersicht

1/1 Seite



Satzspiegel
185 x 260 mm
Anschnitt*
216 x 303 mm

3/4 Seite



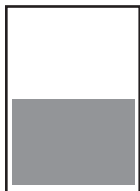
Satzspiegel
185 x 195 mm

1/2 Seite hoch



Satzspiegel
90 x 260 mm
Anschnitt*
103 x 303 mm

1/2 Seite quer



Satzspiegel
185 x 129 mm
Anschnitt*
216 x 151 mm

1/3 Seite hoch



Satzspiegel
58 x 260 mm
Anschnitt*
74 x 303 mm

1/3 Seite quer



Satzspiegel
185 x 84 mm
Anschnitt*
216 x 106 mm

1/4 Seite hoch



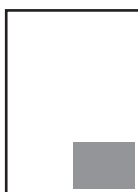
Satzspiegel
90 x 129 mm

1/4 Seite quer



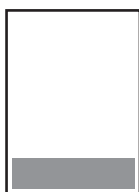
Satzspiegel
185 x 63 mm

1/8 Seite



Satzspiegel
90 x 58 mm

1/8 Seite



Satzspiegel
185 x 30 mm

1/16



Satzspiegel
90 x 30 mm

2/1 Seite über Bund



Satzspiegel
402 x 260 mm
Anschnitt*
432 x 286 mm

1/2 Seite über Bund



Satzspiegel
402 x 129 mm
Anschnitt*
432 x 151 mm

* inklusive 3 mm Beschnittzugabe

gültig ab 1. Januar 2009

Anzeigenformate und Preise Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

Format	Breite x Höhe mm	Grundpreis s/w €	2farbig (Euroskala) €	3farbig (Euroskala) €	4farbig (Euroskala) €
1/1 Seite	185 x 260	950,-	1.200,-	1.450,-	1.700,-
3/4 Seite	185 x 195	720,-	910,-	1.100,-	1.290,-
1/2 Seite*	185 x 129 90 x 260	480,-	605,-	730,-	855,-
1/3 Seite*	185 x 84 58 x 260	320,-	420,-	520,-	620,-
5/16 Seite	90 x 162	300,-	380,-	460,-	540,-
1/4 Seite	185 x 63 90 x 129	245,-	310,-	375,-	440,-
1/8 Seite	185 x 30 90 x 63	125,-	155,-	185,-	215,-
1/16 Seite	90 x 30	60,-	75,-	90,-	105,-

* Redaktionelle Platzierung auf Anfrage

Platzierungszuschläge Verbindliche Platzierungszusagen sind nur gegen einen Aufpreis möglich.

Rabatte

Bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres (Beginn mit dem Erscheinen der ersten Anzeige)

Sonderfarben je Sonderfarbe 370,- Euro
Feuerwehrrot HKS 13 45 % auf Grundpreis

Malstaffel		Mengenstaffel	
3maliges Erscheinen	3 %	1 Seite	3 %
6maliges Erscheinen	5 %	1,5 Seiten	5 %
9maliges Erscheinen	10 %	3 Seiten	10 %
		6 Seiten	15 %
		9 Seiten	20 %

Stellen- und Gelegenheitsanzeigen Seitenteilige Formate und Preise wie unter oben stehender Preisliste angegeben oder 2,10 Euro für die 90 mm breite Spalte (2-spaltiger Seitenumbruch). Mindesthöhe 25 mm. Stellengesuch 25 % Rabatt. Chiffregebühr 8,00 Euro. Nicht gewerbliche Kleinanzeigen An- und Verkauf 20 % Rabatt.

Beilagen und technische Zusatzkosten werden nicht rabattiert

Umfanganalyse Januar - Dezember 2006 = 9 Ausgaben

Format der Zeitschrift DIN A4

Gesamtumfang 368 Seiten 100 %

Redaktioneller Teil 315 Seiten 86,5 %

Anzeigenteil 53 Seiten 14,4 %

Beilagen 3

Auflagen-Analyse Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt 2006

Druckauflage 6.700 Exemplare

Tatsächlich verbreitete Auflage 6.128 Exemplare

Verkaufte Auflage 5.912 Exemplare
Freistücke 216 Exemplare

Rest-/Archiv-/Belegexemplare 572 Exemplare

Empfänger Träger des Feuerschutzes, des Katastrophenschutzes, des Rettungsdienstes und Werkfeuerwehren, die über Neuanschaffung von Ausrüstung und Geräten entscheiden. Z.B. Regierungspräsidenten, Kreise, Städte, Gemeinden sowie Werksleitungen.

Leserkreis Die Wehrleitungen und Feuerwehrangehörigen der
- freiwilligen Feuerwehren
- Jugendfeuerwehren
- Berufs- und Werkfeuerwehren

Geographische Verbreitungs-Analyse

Wirtschaftsraum	%	Exempl.
Inland	99,6	6.105
Ausland	0,4	23
Tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	6.128

Verbreitung nach Postleitzonen

PLZ	%	Exempl.
0	0,3	18
1	0,4	27
2	0,3	21
3	18,2	1.112
4	29,0	1.771
5	50,3	3.065
6	0,6	34
7	0,3	19
8	0,4	27
9	0,2	11
	100,0	6.105

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Satz 1 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

3. Die Anzeigenpreise ergeben sich aus der bei Vertragsabschluss gültigen Anzeigenpreisliste des Verlages. Ändert sich der Anzeigentarif nach Vertragsabschluss, ist der Verlag berechtigt, den Preis nach dem Zeitpunkt der Veröffentlichung gültigen Preisliste zu berechnen; dies gilt nicht im Geschäftsverkehr mit Nichtkaufleuten, sofern zwischen dem Vertragsabschluss und dem Zeitpunkt der Veröffentlichung nicht mehr als 4 Monate vergangen sind.

4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten.

Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die 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 den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen.

Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

8. Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsbüchliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er von den Auftraggebern irreführlig oder getäuscht wird. Durch die Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Inserent, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs.

Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beiliefer- sowie 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 Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden.

Beiliefer- und Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells und deren Billigung bindend. Beilagen und Beilieferer, 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 Druckerunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Der Verlag gewährleistet für die den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckerunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

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. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden 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 oder Erfüllungsgelhilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt.

Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung bzw. Beleg geltend gemacht werden.

11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung auf die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.

12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Datum der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden durch die Preisliste gewährt. Bei Konkurs oder Zwangsvergleich entfällt jeder Nachlass.

Bei Anzeigen aus dem Ausland erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung unter der Voraussetzung, dass die Steuerbefreiung besteht und anerkannt wird. Der Verlag behält sich die Nachberechnung der Mehrwertsteuer in der gesetzlich geschuldeten Höhe für den Fall vor, dass die Finanzverwaltung die Steuerpflicht der Anzeige bejaht.

14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 8% p.a. 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 offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenauschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht 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 Druckerunterlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittliche tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigter 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. beträgt.

Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

18. Bei Zifferanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe des Angebots die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Zifferanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge von Zifferanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein.

Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote an Stelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 50 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen, sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht angenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstandenen Gebühren/Kosten übernimmt.

19. Druckerunterlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückgegeben. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand 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, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

a) Anzeigenaufträge durch eine Agentur werden in deren Namen und auf deren Rechnung angenommen. Die Werbungsmitler 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 Mittlervergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

b) Die allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beilieferer oder technische Sonderausführungen. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.

c) Auftragsbestätigungen über EDV sind auch ohne Unterschrift rechtsverbindlich.

d) Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge.

e) Wenn für konzernangehörige Firmen die gemeinsame Rabattierung beansprucht wird, ist die schriftliche Bestätigung einer Kapitalbeteiligung von mehr als 50 % erforderlich.

f) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag vom Anspruch Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen stornierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu.

g) Bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt (z.B. Arbeitskämpfe, Beschlagnahme u. dgl.) hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Auflage mit 80 % der gegebenen verkauften Auflage erfüllt sind. Geringere Leistungen sind nach Tausender-Seitenpreis gemäß der im Tarif genannten garantierten verkauften Auflage zu bezahlen.

h) Die Übersendung von mehr als 2 Farbvorgaben, die nicht termingerechte Lieferung der Druckerunterlagen und der Wunsch nach einer von der Verlag abweichenden Druckwidrigkeit können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus. Der Verlag muss sich die Berechnung entstehender Mehrkosten vorbehalten.