

zukunft jetzt

Das Magazin der Deutschen Rentenversicherung

Neue Gestaltung
Mehr Themen, mehr Nutzwert

Mediadaten 2012

AUFLAGE: 2.275.000 verbreitete Exemplare
IVW-Auflagenmeldung 3/2011



Kurzcharakteristik

zukunft jetzt ist das Kundenmagazin der Deutschen Rentenversicherung. Es bietet ein breit gefächertes Spektrum rund um die Zukunftsthemen Altersvorsorge und Gesundheit – informativ und unterhaltsam. Die Kernkompetenzen der Deutschen Rentenversicherung spiegeln sich in den Rubriken Leben, Vorsorge und Gesundheit.

zukunft jetzt steht für die hohe Beratungskompetenz der gesetzlichen Rentenversicherung in allen Fragen der Altersvorsorge. Das redaktionelle Konzept des Magazins beruht auf den Eckpfeilern Information, Nutzwert und Emotion. Die Aufmachung ist seriös und hochwertig. Das Magazin kann sich mit gängigen Titeln im Finanz- und Gesundheitsbereich messen. Kernzielgruppe von **zukunft jetzt** sind 30- bis 55-jährige Versicherte. Kommunikationsziel ist es, diese Zielgruppe von der Zuverlässigkeit der umlagefinanzierten Rente zu überzeugen und über die Möglichkeiten zusätzlicher Altersvorsorge zu informieren. Außerdem werden

das umfangreiche Rehabilitationsangebot und die Beratungskompetenz der gesetzlichen Rentenversicherung in verschiedenen Bereichen der Altersvorsorge herausgestellt.

Leben

Sicherheit und Rendite, Beiträge und Leistungen. Alles rund um die gesetzliche Rente, die erste Säule der Alterssicherung in Deutschland.


Altersvorsorge

Riester-, Rürup- oder Betriebsrente. Tipps und Fakten zur staatlich geförderten Altersvorsorge und den freien Angeboten des Kapitalmarkts.

Gesundheit

Prävention und Rehabilitation. Leistungen der gesetzlichen Rentenversicherung zur Erhaltung von Gesundheit und Arbeitskraft.





kompakt

Das ist die Zeit der Honigbiene. Sie ist die Königin der Natur. Sie ist die Königin der Natur. Sie ist die Königin der Natur.


Die Biene ist die Königin der Natur. Sie ist die Königin der Natur. Sie ist die Königin der Natur.



Fleißig vorsorgen

Bezahlte Altersvorsorge
Sparen mit Demoschuldsparplan

Die Altersvorsorge ist ein zentrales Element der Vermögensplanung. Sie ist ein zentrales Element der Vermögensplanung. Sie ist ein zentrales Element der Vermögensplanung.



Willkommen im Leben

Das Magazin für werdende Eltern

Das Leben eines Kindes ist ein Abenteuer. Es ist ein Abenteuer. Es ist ein Abenteuer. Es ist ein Abenteuer.



Ausgleich für Nachteile

Schweres Berufsrisiko und zu niedrige Altersvorsorge: Was tun?

Die Altersvorsorge ist ein zentrales Element der Vermögensplanung. Sie ist ein zentrales Element der Vermögensplanung. Sie ist ein zentrales Element der Vermögensplanung.



zukunft jetzt

Das Magazin der Deutschen Rentenversicherung

Du + Ich = wir

Partnerrenten: Wie Sie gemeinsam mehr erreichen

AUSGLEICH
Sichere Rente für alle Menschen
kann es geben in Rente

BETRIEBSRENTE
Mitarbeiter mehr beim
Abbau des Alters messen



rechtzeitig gegensteuern

Partnerrenten: Wie Sie gemeinsam mehr erreichen

Die Altersvorsorge ist ein zentrales Element der Vermögensplanung. Sie ist ein zentrales Element der Vermögensplanung. Sie ist ein zentrales Element der Vermögensplanung.

kompakt

Das ist die Zeit der Honigbiene. Sie ist die Königin der Natur. Sie ist die Königin der Natur. Sie ist die Königin der Natur.

Verlagsangaben

→ **Herausgeber**

Deutsche Rentenversicherung
Ruhrstraße 2
10709 Berlin

→ **Chefredakteur**

Dr. Dirk von der Heide
Deutsche Rentenversicherung Bund
10704 Berlin

→ **Jahrgang/Jahr**

7. Jahrgang 2012

→ **Verlag**

wdv Gesellschaft
für Medien & Kommunikation
mbH & Co. OHG

→ **Postanschrift**

Siemensstraße 6
61352 Bad Homburg

→ **Objektleiter**

Dr. Michael Krause
Telefon: 06172 670-234
Telefax: 06172 670-272
E-Mail: m.krause@wdv.de

→ **Anzeigenverkauf und -verwaltung**

wb Vereinigte Verlagsbetriebe
GmbH & Co. KG

→ **Postanschrift**

Dieselstraße 36
63071 Offenbach

→ **Anzeigenleitung**

Walter Piezonka
Telefon: 069 981904-26
Telefax: 069 981904-75
E-Mail: w.piezonka@wdv.de

→ **Anzeigenverwaltung**

Dilek Tastemir
Telefon: 069 981904-89
Telefax: 069 981904-71
E-Mail: d.tastemir@wdv.de

→ **Bankverbindungen**

Deutsche Bank AG Hanau
Konto-Nr. 040 981 300
BLZ 506 700 09
IBAN DE 32 5067 0009 0040 9813 00
BIC DEUTDEFF506

Postbank Frankfurt/M
Konto-Nr. 23 329 605
BLZ 500 100 60
IBAN DE 78 5001 0060 0023 3296 05
BIC PBNKDEFFXXX

USt.-Id Nr.: DE 114110110

→ **Zahlungsbedingungen**

Innerhalb 30 Tagen ohne jeden Abzug.
Bankeinzug zum Auslieferungsbeginn.
3 % Skonto.

Anzeigenpreisliste Nr. 6 vom 1.1.2012

| → Anzeigenformat | → Satzspiegel Breite/mm x Höhe/mm | → angeschnittene Anzeigen* Breite/mm x Höhe/mm | → Preise s/w bzw. 4c |
|--------------------------|--------------------------------------|---|-------------------------|
| 1/1 Seite | 182 x 217 | 200 x 260 | 19.836,- |
| 3/4 Seite hoch | 139 x 217 | 148 x 260 | 15.660,- |
| quer | 182 x 163 | 200 x 195 | 15.660,- |
| 2/3 Seite hoch | 125 x 217 | 133,7 x 260 | 14.790,- |
| quer | 182 x 145 | 200 x 173,3 | 14.790,- |
| 1/2 Seite hoch | 81 x 217 | 90,8 x 260 | 10.440,- |
| quer | 182 x 119 | 200 x 128 | 10.440,- |
| 1/3 Seite hoch | 53 x 217 | 62 x 260 | 7.400,- |
| quer | 182 x 73 | 200 x 86 | 7.400,- |
| 1/4 Seite hoch | 38 x 217 | 48 x 260 | 5.660,- |
| Eckfeld | 82 x 110 | 90 x 122 | 5.660,- |
| quer | 182 x 50 | 200 x 65 | 5.660,- |
| 4. Umschlagsseite | 200 x 215 | 200 x 215 | 22.620,- |

→ Rabatte

Mengenstaffel

→ ab 2 Seiten = 5 %

→ ab 4 Seiten = 10 %

Malstaffel

→ 2 Anzeigen = 5 %

→ 4 Anzeigen = 10 %

→ Beilagen auf Anfrage

→ bis 25 Gramm € 65,- ‰ Exemplare

→ Mindestauflage 50.000 Exemplare

→ Jedes weitere Gramm ein Euro mehr

Alle Anzeigenpreise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

* Beschnittzugaben seitlich sowie oben und unten je 3 mm

Themenplanung 2012

→ Ausgabe 1/2012

Risiko und Sicherheit

Geldanlage, Immobilien, Inflation: Wie das Zusammenspiel von Rendite und Risiko funktioniert. Was das eigene Haus wert ist. Was in Krisenzeiten zu beachten ist. Welche Auswirkungen Finanz- und Währungskrisen für die Altersvorsorge haben. Welche Risiken für wen tragbar sind.

Weitere Themen

- Rente: Das Umlageverfahren – Sicherheit statt Kapitalmarktrisiken.
- Rente: Dem Alter eine Chance. Wie sich Unternehmen auf ältere Belegschaften und eine längere Lebensarbeitszeit einstellen.
- Rente: Aus Verantwortung – so investiert die Rentenversicherung Beitragsgelder
- Vorsorge: Checkliste – wie kann man Risiken bei der Geldanlage minimieren? Risiko-Profil für Altersvorsorgeprodukte.
- Gesundheit: Reportage aus der ambulanten Suchtbehandlung.
- Gesundheit: So vermeiden Sie die häufigsten Risiken. (Prävention)

→ Ausgabe 2/2012

Bevölkerungsentwicklung

Demografie, Reha, Lebensarbeitszeit. Wie sich die Altersstruktur der Beschäftigten ändern wird. Welche Auswirkungen das auf den Arbeitsmarkt hat. Wie sich die Chancen Älterer Arbeitnehmer am Arbeitsmarkt verändern werden. Wie sich die Rentenversicherung darauf einstellt.

Weitere Themen

- Rente: Erwerbsminderung – Welches abgestufte Konzept aus Reha und Rente die Rentenversicherung fährt.
- Rente: Wie gehen die verschiedenen Vorsorge-Systeme mit der demografischen Herausforderung um? Ein Vergleich.
- Vorsorge: Worauf man achten muss, um die private und betriebliche Vorsorge an das höhere Renteneintrittsalter anzupassen.
- Gesundheit: Ein gutes Geschäft – Reha lohnt sich. Ein Überblick zu Ergebnissen des Prognos-Gutachtens und volkswirtschaftlichen Daten.

→ **Ausgabe 3/2012**

Wege ins (Arbeits-)Leben

Ausbildung, Berufsgrundbildungsjahr, Studium, Praktikum, Freiwilligendienst, Berufsstart. Es gibt viele Möglichkeiten, um seinen "Traumjob" zu finden.

Am Ende der Schulzeit stellt sich für viele die Frage: Was nun? Welche Möglichkeiten gibt es? Wie kann man sie nutzen? Wo kann man sich informieren?

Weitere Themen

- Rente: „Bufdi“ statt „Zivi“. Reportage aus dem Bundesfreiwilligendienst oder Jugendfreiwilligendienst (FSJ bzw. FÖJ).
- Rente: Ausbildung bei der Deutschen Rentenversicherung: Fakten, Möglichkeiten, Ansprechpartner.
- Vorsorge: Checkliste für Berufsstarter.
- Gesundheit: Wie die Rentenversicherung einem jungen Menschen zurück in den Beruf hilft.
- Gesundheit: Wichtige Indikationen für Rehabilitationen bei jungen Menschen. Ein grafischer Überblick

→ **Ausgabe 4/2012**

Was guter Rat wirklich kostet

Untersuchungen zeigen: Am Bankschalter oder beim Versicherungsvertreter zählen Provisionen oft mehr als die Interessen des Kunden. Unabhängige Berater dagegen kosten oft viel Geld und nicht jeder kann sie sich leisten. Ist guter Rat also teuer? Und wie unterscheidet sich Bauernfänger von seriösen Ratgebern?

Weitere Themen

- Rente: Wegweiser Rentenversicherung – wie ein Vorsorgekonzept entwickelt wird.
- Vorsorge: Was bieten Verbraucher-schutzorganisationen, Versicherungsmakler, freie Anlageberater sowie Banken und Versicherungen. Eine Checkliste.
- Vor Ort: Gut informiert ins Ausland. Beratungsangebote der Deutschen Rentenversicherung.
- Gesundheit: Wie die Rentenversicherung Versicherte beim Reha-Antrag unterstützt
- Gesundheit: Mittel gegen Burnout – Was Hausarzt und Reha leisten können.

Termine

| → Ausgabe | → Erscheinungstermin | → Anzeigenschluss | → Druckunterlagenschluss |
|-----------|----------------------|-------------------|--------------------------|
| 1/2012 | 29.02.2012 | 08.11.2011 | 04.01.2012 |
| 2/2012 | 09.05.2012 | 04.01.2012 | 01.03.2012 |
| 3/2012 | 15.08.2012 | 20.04.2012 | 26.06.2012 |
| 4/2012 | 05.11.2012 | 13.07.2012 | 07.09.2012 |
| 1/2013 | 27.02.2012 | 08.11.2012 | 04.01.2013 |

Zielgruppen und Verteiler

Verteilung der 2.275.000 Exemplare „zukunft jetzt“ nach Zielgruppen



IVW Auflagenmeldung 3/2011:
2.275.000 verbreitete Exemplare

| → Zielgruppe Nr.: | → Zielgruppenbezeichnung | → Auflage |
|-------------------|---|----------------------------|
| ● 1 | Direktversand an 30- bis 55-jährige Versicherte im Berufsleben | 500.000 Exemplare |
| ● 2 | Direktversand an Abonnenten | 500.000 Exemplare |
| ● 3 | Direktversand an medizinische Rehabilitanden | 200.000 Exemplare |
| ● 4 | Betriebe (Industrie, Handel, Dienstleistung) | 450.000 Exemplare |
| ● 5 | Arztpraxen (zur Auslage im Wartezimmer) | 80.000 Exemplare |
| ● 6 | Reha-Kliniken und Krankenhäuser | 140.000 Exemplare |
| ● 7 | Lesezirkel (als Beihefter vor Stern oder Bunte) | 195.000 Exemplare |
| ● 8 | Kommunale Verwaltungen, Versicherungsämter, Sozialverbände, Gewerkschaften, Verwaltungen, Beratungsstellen, Versichertenberater der Rentenversicherung, Arbeitsagenturen, Krankenkassen, Gesundheitsämter u. a. öffentliche Einrichtungen | 185.000 Exemplare |
| ● 9 | Schulen (Abgangsklassen und berufliche Schulen) | 25.000 Exemplare |
| Gesamt: | | 2.275.000 Exemplare |

Technische Angaben/Druckunterlagen

→ Erscheinungsweise

4x jährlich, jeweils Mitte des Quartals
siehe auch Terminplan

→ Auflage

2.275.000 verbreitete Exemplare
IVW Auflagenmeldung 3/2011

→ Druckverfahren

Rollenoffset

→ Programme

PDF 1.4 (bevorzugt); QuarkXPress;
Macromedia Freehand; Photoshop EPS mit
inkludierten Fonts

→ Bilddatenformate

1 filiges EPS mit JPEG-Komprimierung
(maximale Qualität) Bitmap: Tiff. Alle 4c-
Bilder im CMYK-Modus; Auflösung: 120

Linien/cm (304,8 dpi) für 4c-Bilder 360
Linien/cm (914 dpi) für Bitmaps EPS mit
Pfad: möglichst wenig Ankerpunkte setzen.

→ Dokumentengröße

200 x 260 netto + 3 mm Beschnitt

→ Dokumente

Alle Bilder als Feindaten, Bilder möglichst
in 100 % Größe einbauen. Vergrößerung bis
maximal 120 % (Achtung: Auflösung des
Bildes wird dadurch niedriger!). Vektordaten
(Freehand/Illustrator) können beliebig
skaliert werden, hier tritt kein Qualitäts-
verlust auf. Keine TrueType-Schriften ver-
wenden. Schriften müssen bei offenen
Dokumenten immer mitgeliefert werden.
Die Mindestschriftgröße im Dokument
muss 6 pt betragen.

→ PDF-Erstellung

Ausgabeauflösung: 2438 dpi, Rasterweite
152 lpi (60er Raster), Flächendeckung: ma-
ximal 340 %. Composite-PDF mit Acrobat-
Distiller erzeugen (nicht mit PDF-Writer!).

→ Allgemeines

Dokument- und PDF-Namen dürfen keine
Sonderzeichen enthalten.

→ Proof / Datenträger

Ein farb- und sachverbindliches Kunden-
proof ist zwingend notwendig. CD: ISO 9660

→ Datenanlieferung

vvb Vereinigte Verlagsbetriebe GmbH & Co.
KG; Dilek Tastemir, Dieselstraße 36,
63071 Offenbach Telefon: 069 981904-89
Telefax: 069 981904-71
E-Mail: d.tastemir@wdv.de

Hinweise Alle Anzeigen werden vom Verlag grundsätzlich mit „Anzeige“ gekennzeichnet. Erstinserenten werden, gebeten frühestmöglich ein Ansichts-PDF des Anzeigen-Motivs zur Prüfung durch den Herausgeber an w.piezonka@wdv.de zu schicken. Dies gilt auch für Beihefter und Beilagen. In den Insertionen selbst sind Ansprache-Formulierungen wie: „Für zukunfft jetzt Leser“ vom Herausgeber nicht gewünscht. Diese Formulierungen führen aufgrund des Community-Empfehlungscharakter den Insertionen in den Medien der Deutschen Rentenversicherung genießen, dazu, dass viele Leser sich bei Rückfragen zu Insertionsinhalten an ihren jeweiligen Rentenversicherungsträger wenden. Deshalb sollte auch bei Verwendung von Code-Nummern nicht Deutsche Rentenversicherung oder der jeweilige Titelname verwendet werden. Wir empfehlen Kennzeichnungen wie zum Beispiel zj 108 (Kürzel für zukunfft jetzt Folge 1 des Jahres 2008). Gemäß dem Gesetz zur Änderung „telekommunikationsrechtlicher Vorschriften“, müssen in Insertionen, die eine Rufnummer 0180, 0137 oder 0900 beinhalten, nicht nur auf die für die Anrufer geltenden Festnetz-Telefongebühren hingewiesen werden, sondern zusätzlich ein Hinweis auf abweichende Preise für Anrufer aus den Mobilfunknetzen erfolgen. Auftragsbestätigungen des Verlages erfolgen daher – so lange die endgültige Druckunterlage nicht gesichtet werden konnte – unter dem Vorbehalt der Zustimmung des Herausgebers.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

1. Anzeigen-Auftrag im Sinne der nach folgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbung treibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung.

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

3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger Rechtsprechungen, 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. Anzeigen, die zum Beispiel aufgrund einer redaktionellen Aufmachung nicht mehr als Anzeigen erkennbar sind, werden vom Verlag etwa durch Hinzufügung des Wortes „Anzeige“ deutlich als Anzeigen kenntlich gemacht.

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. Für die Preise einer Anzeige gelten die jeweils gültigen Preis-

listen. Nachlässe gemäß Anzeigenpreisliste werden nur für innerhalb eines Jahres erscheinende Anzeigen eines Werbetreibenden gewährt. Die Frist für Nachlassaufträge beginnt mit dem Erscheinen der ersten nachlassberechtigten Anzeige. Die Werbemittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise wiedergegeben werden. Bei Preisanpassungen treten die neuen Tarife auch für laufende Aufträge mit sofortiger Wirkung in Kraft. Die gilt nicht gegenüber Nichtkaufleuten bei Aufträgen, die innerhalb von vier Monaten nach Vertragsabschluss abgewickelt werden sollen. Wenn für konzernangehörige Firmen die gemeinsame Rabattierung beansprucht wird, ist die schriftliche Bestätigung einer Kapitalbeteiligung von mehr als 50 Prozent erforderlich.

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 insbesondere auch für Anzeigeninhalte, die gegen die Interessen der Deutschen Rentenversicherung als Herausgeber von „zukunft jetzt“ verstoßen. Ausgeschlossen sind Formulierungen, die geeignet sind, das Vertrauen der Versicherten in die gesetzliche Rentenversicherung oder andere Zweige der gesetzlichen Sozialversicherung zu erschüttern. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, 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 ein-

wandfreier 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 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 von Erfüllungsgehilfen; 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 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 Über-

sendung 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 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. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von fünf Prozent über dem jeweils gültigen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank sowie die Einziehungskosten berechnet. (Bei gerichtlichen Vergleichen im Rahmen der Zwangsvollstreckung entfällt jeglicher Nachlass.). 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 Auftrages 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 Druckstöcke, Matern 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 Preisermäßigung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt dies mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur

Preisermäßigung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exempl. 20 v. H., bei einer Auflage bis zu 100.000 Exempl. 15 v. H., bei einer Auflage bis zu 500.000 Exempl. 10 v. H., bei einer Auflage über 500.000 Exempl. 5 v. H., beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisermäßigungsansprüche 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. Betr. Ziffernanzeigen. Unzutreffend.

19. Betr. Maternaufbewahrung. Unzutreffend.

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) Die allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beihefter oder technische Sonderausführungen.
- b) Jeder Auftrag wird vorbehaltlich der Zustimmung des Herausgebers und nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.
- c) Die Werbungsmitler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- d) Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge, nicht jedoch vor Ablauf von vier Monaten nach Bekanntgabe.
- e) Für die Anwendung eines Konzernrabattes auf Tochtergesellschaften ist eine mindestens 50-prozentige Kapitalbeteiligung erforderlich.
- f) Beilagen sind der Zeitschrift lose beigefügte Drucksachen eines Werbungtreibenden. Beilagen, die Angebote mehrerer Werbungtreibender unter einem gemeinsamen Thema ver-

binden (Verbundwerbung), sind nach besonderer Vereinbarung möglich.

- g) Beihefter sind fest in die Zeitschrift eingehaftete Drucksachen eines Werbungtreibenden. Beihefter, die Angebote mehrerer Werbungtreibender unter einem gemeinsamen Thema verbinden (Verbundwerbung), sind nach besonderer Vereinbarung möglich.
- h) Beihefter, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Werbung erkennbar sind, müssen mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet werden. Genaue Absprache nach Vorlage eines Musters.
- i) 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 von Ansprüchen 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 dem Auftraggeber etwaige Ansprüche daraus nur im Rahmen der vorstehend abgedruckten Ziffer 10 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen zu.
- j) Bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt (z. B. Arbeitskämpfe, Beschlagnahme und dgl.) hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80 % der garantierten verkauften Auflage erfüllt sind. Geringere Leistungen sind nach dem Tausender-Seitenpreis gemäß der im Tarif genannten garantierten verkauften Auflage zu bezahlen.
- k) Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet drei Monate nach Erscheinen der jeweiligen Anzeige, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist.
- l) Die Übersendung von mehr als zwei Farbvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen. Etwaige Ansprüche hieraus können lediglich im Rahmen der vorstehend abgedruckten Ziffer 10 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen geltend gemacht werden. Der Verlag muss sich die Berechnung entstehender

→ Jetzt kostenlos bestellen: abo@zj-online.de



**Gesellschaft für Medien &
Kommunikation mbH & Co. OHG**

Dieselstraße 36
63071 Offenbach
Fax 069 981 904-75

Walter Piezonka
Telefon 069 981 904 26
w.piezonka@wdv.de

Aktuelle Informationen zum Verlag und zu den führenden Print-Werbeträgern des wdv finden Sie auch unter www.wdv.de.