

# Mediadaten 2012



**new  
business**

Das Magazin für Kommunikation und Medien

**new  
business.de**

Geben Sie mit **new business** Ihrem Business die entscheidenden Impulse!

### new business erreicht die entscheidenden Agenturen

17 Top-Medianetworks betreuen ein Billingvolumen von 1,5 Milliarden Euro (Recma-Report 2011) und 109 in der GWA organisierte Agenturen repräsentieren rund 80% des relevanten Agenturmarktes (GWA-Angabe). Mit einigen weiteren unabhängigen Playern gehören maximal 400 bis 500 Agenturen zum Kreis derer, die nationale Kampagnen betreuen. Diese Spitzenzielgruppe erreicht **new business** mit einer IWV-geprüften verkauften Auflage von rund 1.100 Exemplaren optimal. **new business** berichtet brandaktuell über Werbeetats, Kampagnen und Köpfe.

Viele der Nachrichten, die montags auf den Tisch der Agentur-Entscheider kommen, sind exklusiv recherchiert.



**new business** verknüpft die Werbewirtschaft mit der Medienwelt. Klassische und neue Medien werden mit ihren Formaten, Reichweiten und Publikumerfolgen porträtiert. So bleiben die Werbezielgruppen immer im Blick.

Themenspecials bieten den **new business**-Lesern Hintergründe, Expertenmeinungen, Fallbeispiele und Marktanalysen – für fundierte Entscheidungen in Werbestrategie und Mediaplanung!

[www.new-business.de](http://www.new-business.de) hält die Kommunikationsszene täglich auf dem Laufenden und bietet zudem mit über 80.000 Artikeln ein wertvolles Archiv des Werbe- und Medien-Markts.

Montags bis Freitags informiert der E-Mail-Newsletter **new business daily** über 8.300 Abonnenten mit Nachrichten aus dem Kommunikationsmarkt. Besonders relevante Informationen werden umgehend als **breaking news** verschickt.

## Umfangs-Analyse 2010

DIN A4	Format
50	Ausgaben pro Jahr
1.916	Gesamtseitenanzahl
1.601	Redaktioneller Teil
315	Anzeigenteil
19	Beilagen

## Inhaltliche Schwerpunkte



## Auflagen-Analyse



Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt  
(1. Juli 2010 – 30. Juni 2011)

1.202	Druckauflage
1.111	tatsächlich verbreitete Auflage
1.082	verkaufte Auflage
1.070	abonnierte Exemplare
1	Einzelverkauf
11	sonstiger Verkauf
29	Freistücke
91	Rest-, Archiv- und Belegexemplare

## Empfänger-Analyse

65 %	Werbe- und Mediaagenturen
17 %	Medien
7 %	Dienstleister für Werbung
7 %	Sonstige
4 %	Markenartikel-Unternehmen



Ausgabe	ET	Themen
1/2	09.01.2012	
3	16.01.2012	
4	23.01.2012	IWW IV/2011
5	30.01.2012	MA Pressemedien I/2012
6	06.02.2012	
7	13.02.2012	
8	20.02.2012	
9	27.02.2012	
10	05.03.2012	
11	12.03.2012	
12	19.03.2012	Sponsoring Award 2012 / MA Radio I/2012
13	26.03.2012	
14	02.04.2012	
15	10.04.2012	
16	16.04.2012	
17	23.04.2012	IWW I/2012
18	30.04.2012	
19	07.05.2012	ADC Festival 2012
20	14.05.2012	
21	21.05.2012	
22	29.05.2012	
23	04.06.2012	
24	11.06.2012	Kongress der Deutschen Fachpresse 2012
25	18.06.2012	
26	25.06.2012	Cannes Lions 2012
27	02.07.2012	Best of Corporate Publishing 2012

Ausgabe	ET	Themen
28	09.07.2012	
29	16.07.2012	AWA 2012
30	23.07.2012	IWW II/2012 / MA Radio II/2012
31	30.07.2012	MA Pressemedien II/2012
32	06.08.2012	
33	13.08.2012	
34	20.08.2012	Kids VA
35	27.08.2012	
36	03.09.2012	VA 2012
37	10.09.2012	dmexco 2012 / Radioday 2012
38	17.09.2012	
39	24.09.2012	
40	01.10.2012	
41	08.10.2012	
42	15.10.2012	
43	22.10.2012	
44	29.10.2012	IWW III/2012
45	05.11.2012	VDZ Zeitschriftentage 2012
46	12.11.2012	
47	19.11.2012	
48	26.11.2012	
49	03.12.2012	Agenturkopf des Jahres
50	10.12.2012	Kampagne des Jahres
51/52	17.12.2012	
1/2	07.01.2013	

## Anzeigen-Preisliste

Nr. 30, gültig ab 1. Januar 2012

Format	4c
1/1 Seite	€ 3.490,-
2/3 Seite	€ 2.890,-
1/2 Seite	€ 2.390,-
1/3 Seite	€ 1.990,-
1/4 Seite	€ 1.690,-
U2/U3/U4 je	€ 4.190,-
Doppelseite	€ 5.890,-

## Beileger, Produktpräsentationen

Gewicht	
bis 30g	€ 1.980,-
bis 50g	€ 2.250,-
bis 100g	€ 2.700,-
bis 150g	€ 3.080,-
bis 200g	€ 3.350,-
bis 250g	€ 3.550,-
über 250g	€ 3.750,-

zzgl. Handlingkosten

## Rabatte

bei Abnahme innerhalb eines Jahres

Malstaffel		Mengenstaffel	
3 Anzeigen	3%	3 Seiten	5%
6 Anzeigen	5%	6 Seiten	10%
12 Anzeigen	7%	12 Seiten	15%
18 Anzeigen	10%	24 Seiten	20%
24 Anzeigen	15%		
36 Anzeigen	20%		

Nachlässe werden nach der jeweils günstigsten Staffel gegeben.

## Sonderformate und Sonderwerbeformen auf Anfrage

→ Formate

## Stellenanzeigen

	Format	4c
Stellenangebote	1/1 Seite	€ 1.390,-
	2/3 Seite	€ 1.150,-
	1/2 Seite	€ 950,-
	1/3 Seite	€ 790,-
	1/4 Seite	€ 650,-
Stellengesuche		30% Nachlass

**Stellenanzeigen Online-Service** Auf Wunsch werden Stellenanzeigen ohne Aufpreis zusätzlich auch auf [www.new-business.de](http://www.new-business.de) und im new business Online-Newsletter veröffentlicht.

Stellenanzeigen sind nicht rabattfähig, zzgl. Chiffre-Gebühr und Offertenporto (Inland) 10,- €

## Druckunterlagen

Hochauflösende PDF-Datei (abgespeichert für Druckvorstufe) auf einem Datenträger oder per E-Mail (bitte jeweils mit farbverbindlichem Proof).

## Lieferanschrift für Beilagen + Werbemittel

Lehmann Offsetdruck GmbH  
Gutenbergring 39, 22848 Norderstedt  
Fon: 040/30 85 80 00  
Liefervermerk „new business Nr. ...“

## Anzeigenformate

Breite x Höhe in mm, Sonderformate auf Anfrage

	Satzspiegel	Anschnitt
1/1 Seite	190 x 270	210 x 297
2/3 Seite quer	165 x 175	210 x 190
2/3 Seite hoch	110 x 270	135 x 297
1/2 Seite quer	165 x 130	210 x 140
1/2 Seite hoch	80 x 270	105 x 297
1/3 Seite quer	165 x 85	210 x 100
1/3 Seite hoch	55 x 270	75 x 297
1/4 Seite	165 x 60	-

## Anschnitt

Beschnitztzugabe 3-5mm je Außenkante



1/1 Seite  
210 x 297 mm



2/3 Seite quer  
210 x 190 mm



1/2 Seite quer  
210 x 140 mm



1/3 Seite quer  
210 x 100 mm



2/3 Seite hoch  
135 x 297 mm

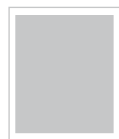


1/2 Seite hoch  
105 x 297 mm

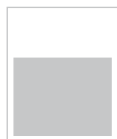


1/3 Seite hoch  
75 x 297 mm

## Satzspiegel



1/1 Seite  
190 x 270 mm



2/3 Seite quer  
165 x 175 mm



2/3 Seite hoch  
110 x 270 mm



1/2 Seite quer  
165 x 130 mm



1/2 Seite hoch  
80 x 270 mm



1/3 Seite quer  
165 x 85 mm



1/3 Seite hoch  
55 x 270 mm



1/4 Seite quer  
165 x 60 mm

## [www.new-business.de](http://www.new-business.de) – Das Nachrichtenportal für Kommunikation und Medien

- ✓ 103.167\* Visits (Oktober 2011)
- ✓ 207.785\* PI (Oktober 2011)
- ✓ werktäglicher Newsletter
- ✓ 8.332 Abonnenten (Stand 18.11.2011)

Schnell, kompakt und nutzerfreundlich bringt **new business** die Schlagzeilen der Werbe- und Medienwirtschaft ins Netz. Brisante Nachrichten beamt **new business** seinen über 8.300 **Newsletter**-Abonnenten als zusätzliche **Breaking News** auf den Schirm.

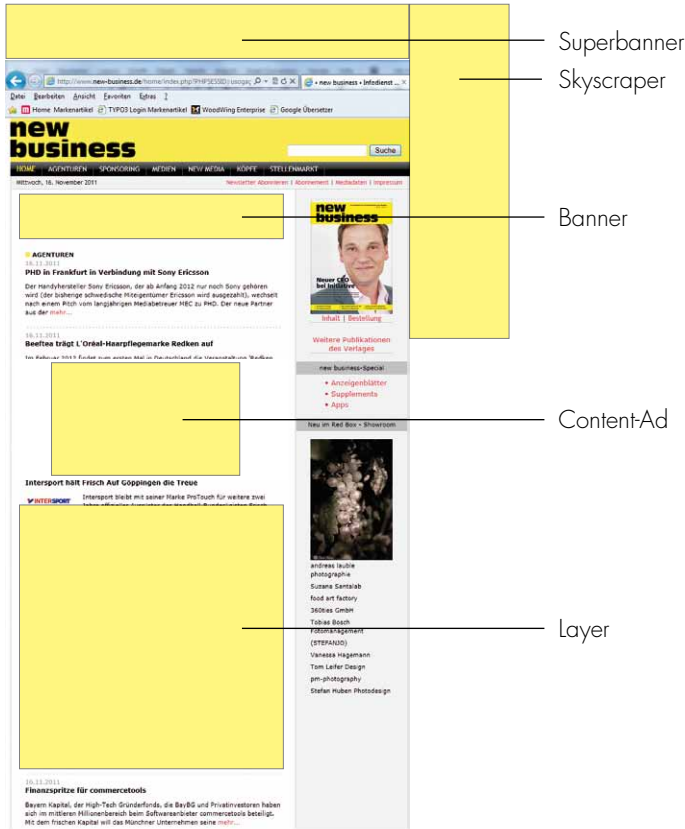
Exklusiv recherchierte Informationen und vertiefende Hintergründe bringt **new business** montags im gedruckten Magazin, sodass sich die Vorteile von Print und Online perfekt ergänzen und wir Ihnen crossmediale Werbeumfelder mit jeweils hohem Nachrichtenwert bieten können.

Sowohl auf der **Homepage** als auch im **Newsletter** und in den **Breaking News** stehen Ihnen attraktive Kommunikationsflächen zur Verfügung.

→ Tarife

\*Die **new business** Online-Zahlen beruhen auf der etracker-Webanalyse





**Online Preisliste Nr. 7, gültig seit 1. Januar 2012, Wochenpreise in Euro zzgl. USt.)**

Homepage	Format (Pixel)	Tarif
Banner	468 x 60	850,-
Superbanner	758 x 90	1.300,-
Content-Ad	300 x 250	1.650,-
Layer	400 x 400	1.650,-
Skyscraper	120 x 600	1.650,-
Wide Skyscraper	160 x 600	1.800,-
Hockystick (Superbanner+Skyscraper)	758 x 90 + 120 x 600	2.650,-
Wallpaper	auf Anfrage	2.800,-

Weitere Werbeformen auf Anfrage möglich.  
 Einzelne Rubriken (Agenturen, Sponsoring, Medien, New Media, Köpfe) buchbar.  
 Tarife auf Anfrage.

**Rabatte bei Abnahme innerhalb eines Jahres**

ab 4 Wochenschaltungen	5 %
ab 10 Wochenschaltungen	10 %
ab 20 Wochenschaltungen	15 %
ab 30 Wochenschaltungen	20 %

**Spezifikationen:** Alle Werbemittel für die Homepage können als gif, jpg, flash oder html angeliefert werden. Datenlieferung spätestens 2 Werktagen vor Schaltbeginn. Kapazität: < 200 KB

Newsletter



Kopfbanner

Textanzeige mit Logo

Textanzeige

Banner

Content-Ad

**Online Preisliste Nr. 7, gültig seit 1. Januar 2012, Wochenpreise in Euro zzgl. USt.)**

Newsletter	Format (Pixel)	Tarif
Textanzeige max. 8 Zeilen à 70 Zeichen		500,-
Textanzeige + Logo	max. Höhe 150	750,-
Banner	468 x 60	850,-
Kopfbanner	468 x 60	950,-
Content-Ad	300 x 250	950,-

Weitere Werbeformen auf Anfrage möglich.

**Rabatte bei Abnahme innerhalb eines Jahres**

ab 4 Wochenschaltungen	5 %
ab 10 Wochenschaltungen	10 %
ab 20 Wochenschaltungen	15 %
ab 30 Wochenschaltungen	20 %

**Spezifikationen:** Werbemittel für den Newsletter können nur im jpg- oder gif-Format angeliefert werden. Daten für die Textanzeige bitte als Word-Dokument. Datenlieferung spätestens 2 Werktagen vor Schaltbeginn. Kapazität: > 200 KB

## Ihre Ansprechpartner im Verlag



### Anzeigenleitung

Jens Jansen  
Fon +49/40/60 90 09-52  
Fax +49/40/60 90 09-55  
[jansen@new-business.de](mailto:jansen@new-business.de)



### Anzeigendisposition

Silke Reyher-Timmann  
Fon +49/40/60 90 09-54  
Fax +49/40/60 90 09-55  
[reyhertimmann@new-business.de](mailto:reyhertimmann@new-business.de)



### Vertriebsleitung

Angelika Schmidt  
Fon +49/40/60 90 09-65  
Fax +49/40/60 90 09-66  
[schmidt@new-business.de](mailto:schmidt@new-business.de)



### Vertriebsmarketing

Birgit Jessen  
Fon +49/40/60 90 09-62  
Fax +49/40/60 90 09-66  
[jessen@new-business.de](mailto:jessen@new-business.de)



### Chefredakteur

Harald Nebel  
Fon +49/40/60 90 09-70  
Fax +49/40/60 90 09-77  
[nebel@new-business.de](mailto:nebel@new-business.de)



### stellv. Chefredakteur, Ressortleitung Medien

Volker Scharninghausen  
Fon +49/40/60 90 09-71  
Fax +49/40/60 90 09-77  
[scharninghausen@new-business.de](mailto:scharninghausen@new-business.de)



### Ressortleitung Agenturen

Reiner Kepler  
Fon +49/40/60 90 09-72  
Fax +49/40/60 90 09-77  
[kepler@new-business.de](mailto:kepler@new-business.de)



### Ressortleitung New Media

Yvonne Wodzak  
Fon +49/40/60 90 09-74  
Fax +49/40/60 90 09-77  
[wodzak@new-business.de](mailto:wodzak@new-business.de)

## Verlagsangaben

**Herausgeber** Peter Strahlendorf, Verleger

### Anschrift

New Business Verlag GmbH & Co. KG  
Nebendahlstraße 16, 22041 Hamburg  
(Postfach 70 12 45, 22012 Hamburg)

**Fon** +49/40/609 009-0

**Fax** +49/40/609 009-15

**Internet** [www.new-business.de](http://www.new-business.de)

**E-Mail** [anzeigen@new-business.de](mailto:anzeigen@new-business.de)

**Jahrgang** 41/2012

**Druckauflage** 1.202

### Erscheinungsweise

wöchentlich mit 2 Doppelausgaben/Jahr

### Bezugspreis

Jahresabo 45,60 Euro monatlich

Halbjahresabo 48,- Euro monatlich

(jeweils zzgl. Versand und Umsatzsteuer)

### Druck- und Bindeverfahren

Bogenoffset,  
Farbanzeigen nach Euroskala,  
Format DIN A4,  
Rückendraht-Heftung

### Bankverbindung

Hamburger Sparkasse  
(BLZ 200 505 50), Kto.-Nr. 1217 13 13 23

Commerzbank  
(BLZ 200 400 00), Kto.-Nr. 48 22 821

### Zahlungsmodalitäten

nach Erscheinen netto, 2% Skonto wird nur bei Vorkasse  
gewährt, wenn ältere Rechnungen nicht überfällig sind.  
Die jeweils gültige Umsatzsteuer wird gesondert berechnet.

### Mittlervergütung

Werden die Anzeigenaufträge von einer durch den Kunden  
beauftragte Agentur erteilt, wird die übliche Mittlervergütung  
von 15 % gewährt.

#### 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 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 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 Berechnung der Abgabemengen 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 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 Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und ihrer 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 Anzeigenentwurfes 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. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadenersatzansprüche 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 zugestrichelter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr hat der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit im Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Käufern 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 Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird in 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 Zahlungen werden nach der Preisliste gewährt.

14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des 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.

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 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 Preisänderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdruckschnitt das 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 durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisänderung 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., bei einer Auflage über 500 000 Exemplaren 5 v.H. beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisänderungsansprüche 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 Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns 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. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 50 g) überschreiten, sowie Waren, Bücher, Katalogzusendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

19. Druckerunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Bewahrt der Verlag die Werbemittel auf, ohne dazu verpflichtet zu sein, so geschieht dies maximal für drei Monate.

20. Rabattzuschriften und Rabattnachbelastungen erfolgen grundsätzlich erst zum Ende des Insertionsjahres.

21. Platzierungsbestätigungen gelten nur unter Vorbehalt und können aus technischen Gründen geändert werden.

22. Erfüllungsort und Gerichtsstand für beide Teile ist Hamburg.



Das Magazin für Kommunikation und Medien  
[www.new-business.de](http://www.new-business.de)



new business Reports



new business Edition  
[www.jahrbuch-sponsoring.de](http://www.jahrbuch-sponsoring.de)  
[www.healthcaremarketing.eu](http://www.healthcaremarketing.eu)



Das Magazin für Markenführung  
[www.markenartikel-magazin.de](http://www.markenartikel-magazin.de)



Das Entscheider-Magazin für Pharma-Marketing  
[www.healthcaremarketing.eu](http://www.healthcaremarketing.eu)



Das Magazin für Corporate Communications  
[www.cp-monitor.de](http://www.cp-monitor.de)



Das Magazin für Kommunikation im öffentlichen Sektor  
[www.publicmarketing.eu](http://www.publicmarketing.eu)



Zeitschrift für Werbung, Kommunikation und Markenführung  
[www.transferzeitschrift.net](http://www.transferzeitschrift.net)



Zeitschrift für Medienmanagement und Kommunikationsökonomie  
[www.medienwirtschaftonline.de](http://www.medienwirtschaftonline.de)



Fachmagazin für SAT, Kabel, Antenne und Multimedia  
[www.sat-report.de](http://www.sat-report.de)



Business-Magazin für Kabel, Satellit, Breitband und digitales Fernsehen  
[www.cablevision-europe.de](http://www.cablevision-europe.de)



Connecting Creative Professionals  
[www.redbox.de](http://www.redbox.de)