

Das Fachmagazin für Abfall, Abwasser, Luft und Boden

ENTSORGA

2008

Media- Informationen



	Seite
Verlag und Ansprechpartner	3
Titelportrait/AMF 1	4
Auflagen- und Verbreitungsanalyse/AMF 2	5
Empfänger-Struktur-Analyse/AMF 3-E	6
Kurzfassung der Erhebungsmethode	7
Anzeigenpreisliste - Informationsblatt zu technischen Angaben	8
Informationsblatt digitale Druckunterlagen	9
Termin- und Themenplan 2008	10
Anzeigenpreisliste 2008	12
Standard-Formate für Anzeigen	13
Einhefter, Beilagen, aufgeklebte Werbemittel	14
Stellen- und Gelegenheitsanzeigen	16
Anzeigen im Lieferantenverzeichnis	17
Keyword-Advertising mit ENTSORGA-Magazin auf www.ask-eu.net	18
Ihre Ansprechpartner im Anzeigenverkauf	19
Allgemeine Geschäftsbedingungen	20

Deutscher Fachverlag GmbH

Mainzer Landstraße 251
60326 Frankfurt am Main

Postadresse:
60264 Frankfurt am Main

Verlagsleitung

Rainer Miserre
Verlagsleitung

Tel.: +49 69 7595-1291
Fax: +49 69 7595-1290
rainer.miserre@dfv.de

Anzeigenabteilung

Heidrun Dangl

Gesamtleitung
Anzeigen und Marketing
Technische Fachzeitschriften
Tel.: +49 69 7595-2563
Fax: +49 69 7595-2580
heidrun.dangl@dfv.de

Martina Klusak

Anzeigenverkaufsleitung
Tel.: +49 69 7595-1228
Fax: +49 69 7595-2580
martina.klusak@dfv.de

Sabine Strauß

Anzeigenverkaufsleitung
(Internationale Kunden)
Tel.: +49 69 7595-1224
Fax: +49 69 7595-2580
sabine.strauss@dfv.de

Monika Kirch

Anzeigenservice
Tel.: +49 69 7595-1815
Fax: +49 69 7595-1820
monika.kirch@dfv.de

Redaktion

Martin Boeckh

Redaktionsleitung
Tel.: +49 6223 46639
Fax: +49 6223 46000
redaktion@entsorga-magazin.de

Kemal Calik

Redakteur
Tel.: +49 69 7595-2569
Fax: +49 69 7595-2550
kemal.calik@dfv.de

Vertrieb

Bertram Giebeler

Vertriebsleitung
Tel.: +49 69 7595-1814
Fax: +49 69 7595-2570
bertram.giebeler@dfv.de

Gülseren Sacik

Aboservice
Tel.: +49 69 7595-2573
Fax: +49 69 7595-2570
guelseren.sacik@dfv.de

Unsere Mediadaten 2008 finden
Sie auch im Internet unter:
www.entsorga-magazin.de

1 Kurzcharakteristik:

Das ENTSORGA-Magazin ist die Fachzeitschrift für das gesamte Spektrum des kommunalen und industriellen Umweltschutzes. Unsere Leserschaft besteht aus Entscheidungsträgern in der kommunalen und privaten Wirtschaft. Das ENTSORGA-Magazin gilt als Sprachrohr der Branche und deckt die wichtigsten politischen, wirtschaftlichen und technischen Aspekte des Umweltschutzes ab. Dazu zählen in erster Linie die Themen Abfallwirtschaft und Wasser/Abwasser, Recycling, Management und Recht, Forschung & Entwicklung, Bodenschutz und Altlastensanierung, Energie und Luftreinhaltung.

Über den Bundesverband der Deutschen Entsorgungswirtschaft (BDE) als Mitherausgeber des ENTSORGA-Magazins erreichen wir die wichtigsten marktbestimmenden Unternehmen der Abfallwirtschaft und der gesamten Umweltbranche in Deutschland.

- 2 **Erscheinungsweise:** 8 x jährlich
 3 **Jahrgang:** 27. Jahrgang 2008
 4 **Web-Adresse (URL):** <http://www.entsorga-magazin.de>
 5 **Mitgliedschaften:** -
 6 **Organ:** BDE, Köln
 7 **Herausgeber:** Entsorga gGmbH, Köln
 8 **Verlag:** Deutscher Fachverlag GmbH
Postanschrift: 60264 Frankfurt am Main
Hausanschrift: Mainzer Landstraße 251, 60326 Frankfurt/Main
Telefon: Zentrale: +49 69 7595-01
Internet: www.dfv.de

- 9 **Redaktion:** Martin Boeckh (Leitung)
 Tel.: +49 6223 46639, Fax: +49 6223 46000
redaktion@entsorga-magazin.de

- 10 **Anzeigen:** Heidrun Dangl (Leitung)
 Martina Klusak
 Telefon: +49 69 7595-2563 / -1228
 Telefax: +49 69 7595-2580
anzeigen@entsorga-magazin.de
 11 **Vertrieb:** Bertram Giebeler
 Telefon: +49 69 7595-1814
 Telefax: +49 69 7595-2570
bertram.giebeler@dfv.de

- 12 **Bezugspreis:**
 Jahresabonnement Deutschland, Österreich, Schweiz EURO 91,50
 übriges Europa EURO 97,50
 Welt EURO 100,30
 Einzelverkaufspreis: EURO 11,00
 (plus Vertriebsgebühren u. MwSt.)
 13 **ISSN-Nr.** 0933-3754

- 14 **Umfangs-Analyse** 2006/2007 = 8 Ausgaben
 (1. Juli 2006 bis 30. Juni 2007)
Format der Zeitschrift: DIN A4
Gesamtumfang: 580,00 Seiten = 100,00 %
Redaktioneller Teil: 402,92 Seiten = 69,47 %
Anzeigenteil: 177,08 Seiten = 30,53 %
 Davon
Stellen-/Gelegenheitsanzeigen: 4,77 Seiten= 2,69 %
Einhefter/Durchhefter: 2,00 Seiten= 1,13 %
Eigenanzeigen: 31,00 Seiten= 17,51 %
Beilagen: 25,00 Stück
 } vom Anzeigenumfang

- 15 **Inhalts-Analyse Redaktion:** „ - “

Deutscher Fachverlag GmbH, Mainzer Landstraße 251, 60326 Frankfurt am Main, Telefon: +49 69 7595-2563, Telefax: +49 69 7595-2580, anzeigen@entsorga-magazin.de

16 Auflagenkontrolle:



17 Auflagen-Analyse:

Exemplare pro Ausgabe
im Durchschnitt für die Zeit vom 1. Juli 2006 bis 30. Juni 2007

Druckauflage:	10.550	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	10.235	davon Ausland: 562
Verkaufte Auflage:	4.357	davon Ausland: 284
– Abonnierte Exemplare:	4.352	davon Mitgliederstücke: –
– Sonstiger Verkauf:	5	
– Einzelverkauf:	0	
Freistücke:	5.878	
Rest, Archiv- und Belegexemplare:	315	

18 Geographische Verbreitungs-Analyse (tvA)

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	94,5	9.673
Ausland	5,5	562
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	10.235

19 Branchen / Wirtschaftszweige / Unternehmenstypen

Abteilung/Gruppe/Klasse	Empfängergruppen (Bezeichnung lt. „Systematik der Wirtschaftszweige“ des Statistischen Bundesamtes)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Exemplare
37, 90.00.3 – 90.00.8	Recycling, Entsorgung, Abfallbehandlung	24,1	2.464
41, 90.00.1, 90.00.2	Wasserwirtschaft, Kläranlagen, Kanalisation	16,7	1.711
75	Öffentliche Verwaltung	13,9	1.423
10 – 14	Bergbau, Erdöl und Erdgas, Steine und Erden	1,4	139
15	Nahrungsmittel und Getränke	1,8	183
20, 36, 21, 22	Holz, Möbel, Papier, Druck	1,2	125
23	Kokereien, Mineralölverarbeitung	0,8	78
24, 25, 26	Chemie, Gummi, Kunststoff, Glas, Keramik, Steine, Beton	8,8	902
27	Metallerzeugung und -bearbeitung	5,2	533
28, 29, 30, 31, 32, 33	Maschinenbau, Elektro, Optik, Metallerzeugnisse	8,2	836
34, 35	Fahrzeugbau	2,8	293
40	Energieversorgung	3,2	328
45	Baugewerbe	4,1	423
51, 52, 53	Handel, Gastronomie	1,3	132
60, 61, 62	Verkehr, Transport	1,3	136
73, 74	Forschung, Beratung, Ingenieure	4,3	442
91	Verbände, Interessenverbände	0,9	87
	Tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	10.235

Quelle: verlagseigene Zählung im Juli 2007



Kurzfassung der Erhebungsmethode zur Verbreitungs- und Empfänger-Struktur-Analyse

(AMF-Schema 2, Ziffer 18, AMF-Schema 3-E)

1. Untersuchungsmethode:

Verbreitungs-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

2. Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung

2.1 Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger mit ihren Produktschwerpunkten auf EDV erfasst.

2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei: 23.120

2.3 Gesamtzahl wechselnde Empfänger: 18.560

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

Verkaufte Auflage 4.946
davon:

- abonnierte Exemplare 4.946
- Einzelverkauf 0
- sonstiger Verkauf 0

Freistücke 5.136
davon:

- ständige Freistücke 235
- wechselnde Freistücke 4.745
- Werbeexemplare 156

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) 10.082

- davon Inland 9.653
- davon Ausland 429

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	10.082 =	100,0 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	156 =	1,5 %
Einzelverkauf:	0	
Werbeexemplare:	156	

Die Untersuchung repräsentiert
von der Grundgesamtheit (tvA) 9.926 = 98,5 %

3.2 Tag der Datei-Auswertung: 27.07.2007

3.3 Beschreibung der Datenbasis:
Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei.

3.4 Zielperson der Untersuchung: entfällt

3.5 Definition des Lesers: entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung: Juli 2007

3.7 Durchführung der Untersuchung: Verlag



- | | |
|--|--|
| <p>1 Auflage: Druckauflage: 10.550 Exemplare
Tatsächlich verbreitete Auflage im
Jahresdurchschnitt (lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17):
10.235 Exemplare</p> <p>2 Zeitschriftenformat: DIN A4 (210 mm breit x 297 mm hoch)
Satzspiegel: 185 mm breit, 268 mm hoch
4 Spalten zu je 43 mm</p> <p>3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen: Bogenoffset
Klebebindung
Erforderlich sind digitale Daten erstellt nach ISOcoated, FOGRA27L, auf CD-ROM mit farbverbindlichem Digitalproof / Referenzproof (Papiersimulation Auflagenpapier der jeweiligen Zeitschrift) und entsprechenden Messelementen.</p> <p>Rasterweiten: 60er Raster
Papierqualität: Umschlag: Bilderdruck, h'frei weiß, glänzend, 170 g/m²
Inhalt: 80 g/m² fein h'haltig weiß matt gestr. Bilderdruck</p> <p>Tonwertzunahme: 40 %-Feld: 14 % (Toleranz +/- 3 %)
80 %-Feld: 11 % (Toleranz +/- 2 %)
Farben nach Euro-Skala, DIN 16539 Offset</p> <p>Farbreihenfolge: Schwarz, Cyan, Magenta, Gelb</p> <p>4 Termine: Erscheinungsweise: 8 x jährlich (Jan./Feb., März/April, Juli/Aug. und Nov./Dez. 1 Doppelnummer)</p> <p>Erscheinungstermine: s. Termin- und Themenplan
Anzeigenschluss: s. Termin- und Themenplan</p> | <p>5 Verlag: Deutscher Fachverlag GmbH
Mainzer Landstraße 251
60326 Frankfurt am Main
Postanschrift: 60264 Frankfurt am Main</p> <p>Anzeigenabteilung: Telefon: +49 69 7595-2563 / -1228
Telefax: +49 69 7595-2580
anzeigen@entsorga-magazin.de</p> <p>6 Zahlungsbedingungen: 3 % Skonto bei Zahlung auf Vorausrechnung bzw. Auftragsbestätigung oder Abbuchung bis zum Erscheinungstag der Anzeige.
2 % Skonto bei Zahlung innerhalb von 14 Tagen ab Rechnungsdatum.
2 % Skonto bei Abbuchung innerhalb von 14 Tagen ab Rechnungsdatum.
Netto innerhalb von 30 Tagen ab Rechnungsdatum.</p> <p>Bankverbindungen: Frankfurter Sparkasse, Frankfurt am Main
BLZ 500 502 01, Konto-Nr. 34926,
S.W.I.F.T.-Code HELADEF1822
Postbank Frankfurt/M.,
BLZ 500 100 60, Kto. Nr. 44406-604,
S.W.I.F.T.-Code PBNKDEFF</p> <p>Österreich:
Postscheck Kto. Wien Nr. 7135631, BLZ 60000
Schweiz:
Postscheck Kto. Basel Nr. 40/13052/8</p> |
|--|--|

Folgende Software ist verarbeitbar:

QuarkXPress
Adobe InDesign
Adobe Photoshop
Adobe Page Maker
Adobe Illustrator
Freehand
Adobe PDF

Andere Software-Programme, wie z.B. CorelDraw, Power-Point-, EXE- sowie Word-Dateien können nicht standardmäßig verarbeitet werden. Eine Bearbeitung wird nach Zeitaufwand berechnet.

Dateiausgabe

Um eine hohe Wiedergabequalität Ihrer Anzeige zu gewährleisten, dürfen Daten nicht komprimiert werden. Alle im Datensatz verwendeten Schriftensarten (Print und Screen) müssen in der Datei enthalten oder in Zeichenwege umgewandelt sein.

Die Anzeige muss als EPS oder printoptimiertes PDF gespeichert sein und alle für die Dateiausgabe notwendigen Bestandteile enthalten.

Bilder müssen eine Auflösung von 250 dpi haben. Logos müssen als Vektorgrafik oder Strich-Scan mit mindestens 800 dpi Auflösung angelegt sein. Der Farbraum von Printproduktionen ist CMYK, Abbildungsmaßstab 1:1. Anzeigen, die im RGB-Modus angelegt sind, werden daher nicht farbgetreu wiedergegeben.

Übermittlungsmöglichkeiten

CD/DVD

Das Schicken einer CD/DVD mit beigefügtem Referenzproof ist sicher und hat den Vorteil, dass Daten und Proof gleichzeitig eintreffen.

E-Mail

Die Übermittlung ist auf einen Datenumfang von 20 MB beschränkt und das Motiv muss zeitgleich gefaxt werden.

DFÜ


Das Übersenden von Mac-Dateien ist über Leonardo-Card, die von PC-Daten über Fritz-Card möglich. Auch hier muss zeitgleich das Motiv vorliegen.

Dateiname

Vor der Übergabe der Anzeigendatei werden wir Ihnen einen Dateinamen für Ihre Anzeige mitteilen, der mit Ihrem Auftrag verbunden ist. So ist eine problemlose weitere Bearbeitung sichergestellt.

Eingangs- und Verarbeitungskontrolle

Der Verlag übernimmt keine Haftung für Farbabweichungen und Textstellungen im Anzeigenmotiv, wenn Dateien nicht in der empfohlenen Art und Weise abgespeichert wurden und Referenzproofs fehlen.

	Januar/Februar	März/April	Mai	Juni	Juli/August	September	Oktober	November/Dezember
Ausgabe	1-2	3-4	5	6	7-8	9	10	11-12
Redaktions-schluss	29.01.2008	26.02.2008	01.04.2008	13.05.2008	24.06.2008	20.08.2008	17.09.2008	28.10.2008
Anzeigenschluss	05.02.2008	04.03.2008	08.04.2008	19.05.2008	01.07.2008	27.08.2008	24.09.2008	04.11.2008
Erscheinungs-termin	25.02.2008	26.03.2008	28.04.2008	09.06.2008	21.07.2008	16.09.2008	15.10.2008	24.11.2008
SPECIALS/ MESSE- AUSGABEN	<ul style="list-style-type: none"> IT-Special: "IT in der Entsorgungswirtschaft" CeBiT-Hauptausgabe 	15. Internationale Fachmesse für		Wasser-Abwasser-Abfall-Recycling		<ul style="list-style-type: none"> Hauptausgabe IAA-Nutzfahrzeuge Hauptausgabe zur POWTECH 		<ul style="list-style-type: none"> Special: "Energiegewinnung aus Abfall" Hauptausgabe Pollutec und waste to energy
		<ul style="list-style-type: none"> IFAT-Vorberichte Hauptausgabe zur analytica 		IFAT-Hauptausgabe	IFAT-Nachlese			
THEMEN	<ul style="list-style-type: none"> IT-Special: Elektronische Nachweisführung, RFID-Technik, Tourenplanung, Datenbusse in Entsorgungsfahrzeugen etc. Grundwassersanierung Energiegewinnung aus Abwasser/ produktionsintegrierter Umweltschutz Altölbehandlung/ Altölabscheidung Altpapier-Recycling Arbeitssicherheit im Entsorgungsbetrieb 	<ul style="list-style-type: none"> Vorberichte zur IFAT und zur analytica Metall-Recycling (Zink, Stahl, Blei, u.a.) Mechanisch-Biologische Abfallbehandlung (MBA) Recyclingtechnik (Gewerbeabfälle/ Baustoffe) Analytik und Sensorik Altlastensanierung Klärwerkstechnik (Nanotechnik, Membrantechnik) Sonderabfall 	<ul style="list-style-type: none"> Hauptausgabe zur IFAT Klärschlamm Energiegewinnung aus Biogas Logistik und Fuhrparkmanagement Verpackungsverbrauch und -recycling Biologische Abwasserreinigung 	<ul style="list-style-type: none"> Bilanz IFAT 2008 Sondermüllbehandlung Sekundärrohstoffe / Sekundärbrennstoffe Deponiesanierung Thermische Abfallbehandlung Duale Systeme / Wertstoffsartierung/ Zerkleinerungstechnik Nachhaltige Wasserwirtschaft 	<ul style="list-style-type: none"> Industrielle Abluftreinigung Kanalinspektion / Kanalsanierung Straßenreinigung und Winterdienst Biomasse-Nutzung Elektroschrott u. Batterie-Recycling Kleinkläranlagen Textil-Recycling 	<ul style="list-style-type: none"> Vorberichte zur IAA-Nutzfahrzeuge und zur POWTECH Messevorbericht zur IFAT, China Behälter-/ Fahrzeugtechnik PIUS-Produktions-integrierter Umweltschutz Bodensanierung Gefahrguttransporte/-behälter Umweltmanagement und Zertifizierung Regenwasserbewirtschaftung 	<ul style="list-style-type: none"> Biogasgewinnung aus Speiseabfällen Kunststoff-Recycling Altauto- u. Schiffs-Recycling Altreifen-Sammlung und -Verwertung IT in der Entsorgungswirtschaft Abwasser + Demographische Entwicklung 	<ul style="list-style-type: none"> Energie-Special: Biomasse, Biogas, alternative Antriebe, Kompostierung, Thermische Verwertung, Energieeinsparung, Ersatz-Brennstoffe Vorberichte zur waste-to-energy und zur Pollutec Fuhrparkmanagement Industrielle Abwasserbehandlung Wasser Rahmenrichtlinie
MESSEN	<ul style="list-style-type: none"> 07.-08.02.2008 Oldenburger Rohrleitungsforum 19.-21.02.2008 E-world energy & water, Essen 04.-09.03.2008 CeBIT, Hannover 19.-21.03.2008 Waste Management - Technology and Equipment, St. Petersburg (RU) 	<ul style="list-style-type: none"> 31.03.-04.04.2008 Tube - Int. Rohr-Fachmesse, Düsseldorf 01.-04.04.2008 analytica, München 09.04.2008 Kasseler Abfallforum 21.-25.04.2008 <ul style="list-style-type: none"> Energy/ Pipeline Technology Hannover Messe 23.-25.04.2008 RESALE, Karlsruhe 	<ul style="list-style-type: none"> 05.-09.05.2008 IFAT, München 06.-07.05.2008 Zukunft Kommune, Stuttgart 06.-08.05.2008 Sensor + Test, Nürnberg 07.-09.05.2008 CARBON Expo, Köln 27.-30.05.2008 WATER SOFIA (BG) 	<ul style="list-style-type: none"> 17.-19.06.2008 Demopark, Eisenach 24.-27.06.2008 AIR & WASTE Management, Portland (USA) 02.-04.07.2008 Envirotec Asia (SG) 17.-19.07.2008 Environment Asia, Karachi (PK) 	<ul style="list-style-type: none"> 03.-06.09.2008 STEINEXPO, Homburg/Ohm 	<ul style="list-style-type: none"> 23.-25.09.2008 IFAT CHINA, Shanghai (CN) 23.-26.09.2008 InnoTrans, Berlin 25.09.-02.10.2008 IAA Nutzfahrzeuge, Hannover 30.09.-02.10.2008 POWTECH, Nürnberg 08.-10.10.2008 Arbeitsschutz aktuell, Hamburg 	<ul style="list-style-type: none"> 22.-23.10.2008 H2Expo, Hamburg 23.-24.10.2008 Lärmschutz, Dortmund 28.-31.10.2008 Eco Expo Asia, Hong Kong (HK) 04.-07.11.2008 Proma, Bilbao (ES) 05.-08.11.2008 Ecomondo, Rimini (I) 18.-21.11.2008 POLEKO, Posen (PL) 	<ul style="list-style-type: none"> 02.-05.12.2008 POLLUTEC LYON (F) 10.-11.12.2008 waste to energy, Bremen November 2008 Heleco, Athen (GR)

Änderungen, insbesondere aus aktuellem Anlass, vorbehalten



Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt
(lt. AMF-Schema 2): 10.235 Exemplare

7 Anzeigenformate und Preise:

Format	Breite x Höhe mm*	Anzeigenpreis in EURO	
		4-farbig	s/w
1/1 Seite	185 x 268	4.695,00	3.760,00
2/1 Seite	400 x 268	9.390,00	7.520,00
2/3 Seite	185 x 178	3.310,00	2.650,00
1/2 Seite quer	185 x 128	2.525,00	2.050,00
1/2 Seite hoch	90 x 268		
1/2 Seite Junior-Page	138 x 187	2.835,00	2.270,00
1/3 Seite quer	185 x 88	1.655,00	1.335,00
1/3 Seite hoch	60 x 268		
1/4 Seite quer 4-sp.	185 x 65	1.240,00	1.005,00
1/4 Seite hoch 2-sp.	90 x 128		
1/4 Seite hoch 1-sp.	43 x 268		
1/8 Seite quer 4-sp.	185 x 33	630,00	510,00
1/8 Seite hoch 2-sp.	90 x 65		

* siehe Seite „Standard-Formate für Anzeigen“ (Seite 13)
Sonderformate auf Anfrage.

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche MwSt.-Satz
hinzuzurechnen.

8 Zuschläge:

- 8.1 Vorzugsplatzierungen: 2. oder 4. Umschlagseite, 4c EURO 4.920,00
8.2 Farbzuschläge: siehe nebenstehende Preisliste.
Je Sonderfarbe (außerhalb Europa-Skala)
EURO 990,00

9 Preise für Stellen- und Gelegenheitsanzeigen

siehe Seite 16

Preise für Lieferantenverzeichnis

siehe Seite 17

10 Sonderwerbeformen: auf Anfrage

11 Rabatte: bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten (Insertionsjahr) Rabatte werden nach der jeweils günstigsten Staffel gegeben.

Malstaffel	Mengenstaffel			
2 Anzeigen	3 %			
3 Anzeigen	5 %	2 Seiten	5 %	
5 Anzeigen	10 %	3 Seiten	10 %	
10 Anzeigen	15 %	6 Seiten	15 %	
20 Anzeigen	20 %	10 Seiten	20 %	

Rabattfähig sind alle Zuschläge mit Ausnahme der technischen
Zusatzkosten und Postgebühren.

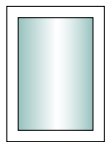
12 Kombinationen: –

13 Einhefter, 14 Beilagen, 15 Aufgeklebte Werbemittel: siehe Seite 14, 15

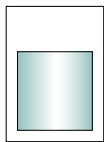
16 Lieferanschrift für Positionen 13 bis 15:

Druckhaus Main-Echo GmbH & Co. KG
Akzidenz, Vermerk: ENTSORGA-Magazin, Ausgabe Nr.:
Weichertstraße 20
63741 Aschaffenburg

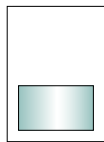
Im Satzspiegel



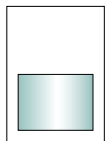
1/1 Seite
B 185 mm
H 268 mm



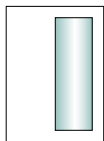
2/3 Seite quer
B 185 mm
H 178 mm



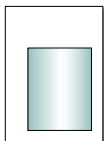
1/3 Seite quer
B 185 mm
H 88 mm



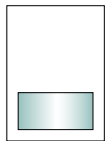
1/2 Seite quer
B 185 mm
H 128 mm



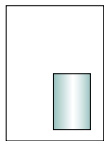
1/2 Seite hoch
B 90 mm
H 268 mm



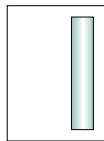
Juniorpage
B 138 mm
H 187 mm



1/4 Seite 4-sp.
B 185 mm
H 65 mm



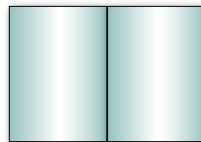
1/4 Seite 2-sp.
B 90 mm
H 128 mm



1/4 Seite 1-sp.
B 43 mm
H 268 mm

Im Anschnitt

(Alle Anschnitt-Druckunterlagen zzgl. 4 mm Anschnittzuschlag auf alle Außenkanten)



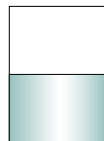
2/1 Seite über Bund
B 420 mm
H 297 mm



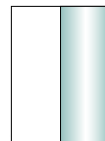
1/1 Seite
B 210 mm
H 297 mm



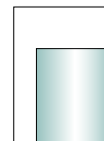
1/3 Seite quer
B 210 mm
H 103 mm



1/2 Seite quer
B 210 mm
H 148 mm



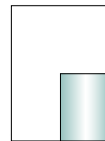
1/2 Seite hoch
B 100 mm
H 297 mm



Juniorpage
B 148 mm
H 202 mm



1/4 Seite 4-sp.
B 210 mm
H 76 mm



1/4 Seite 2-sp.
B 100 mm
H 148 mm



1/4 Seite 1-sp.
B 53 mm
H 297 mm

13 Einhefter

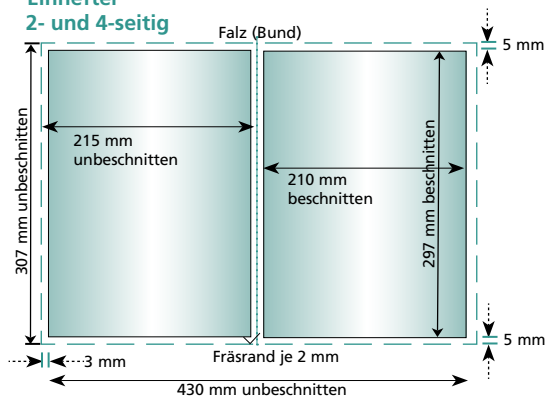
Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters mit Größen und Gewichtsangabe erforderlich. Einhefter dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungtreibenden werben. Sie müssen den Postbestimmungen entsprechend so gestaltet sein, dass sie nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können. Die Platzierung von Einheftern ist abhängig von den technischen Möglichkeiten.

Formate:

- Einhefter bitte in unbeschnittenem Format anliefern
- 1 Blatt (= 2 Seiten) unbeschnitten 215 mm breit x 307 mm hoch
- 2 Blatt (= 4 Seiten) unbeschnitten 430 mm breit x 307 mm hoch
- 3 Blatt (= 6 Seiten) unbeschnitten 618 mm breit x 307 mm hoch
- 4 Blatt (= 8 Seiten) = 2 x 2 Blatt
- 4- und mehrseitige Einhefter gefalzt anliefern

Einhefter

2- und 4-seitig



Preise:		
Einhefter 2-seitig	4-seitig	6-seitig und mehr
EURO 3.760,00	EURO 4.695,00	auf Anfrage

Rabatt: siehe Mengenstaffel Seite 12, 1 Blatt = 1 Anzeigenseite

Benötigte Liefermenge: auf Anfrage

Anlieferungstermin:

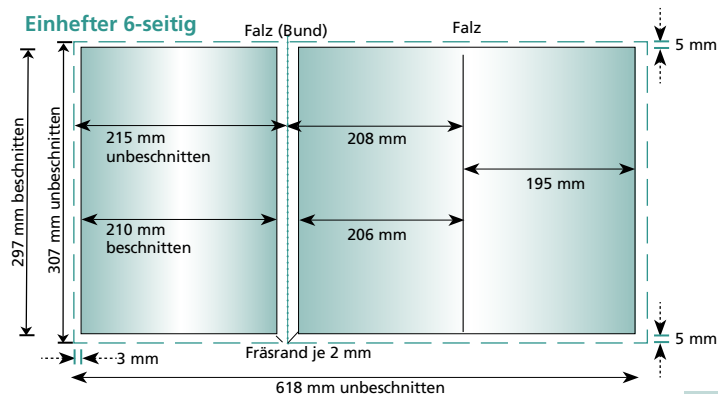
bis spätestens 10 Tage vor Erscheinen des betreffenden Heftes

Technische Angaben:

Einhefter sind unbeschnitten anzuliefern, mehrblättrige Einhefter müssen gefalzt angeliefert werden. Die Vorderseite des Einhefters ist zu kennzeichnen.

Einhefter müssen in der Art und Ausführung so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Aufbereitung und Bearbeitung entfällt. Erschwernisse und zusätzliche Falz- und Klebearbeiten werden gesondert berechnet.

Einhefter 6-seitig



14 Beilage

Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters mit Größen und Gewichtsangabe erforderlich. Beilagen dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungtreibenden werben. Sie müssen den Postbestimmungen entsprechend so gestaltet sein, dass sie nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können.

Formate:	maximal 205 mm breit, 290 mm hoch
Berechnete Auflage:	auf Anfrage
Benötigte Liefermenge:	auf Anfrage
Anlieferungstermin:	bis spätestens 10 Tage vor Erscheinen des betreffenden Heftes
Preise:	bis 25 g EURO 3.760,00/Gesamtauflage bis 50 g EURO 4.695,00/Gesamtauflage
Postgebühren:	inklusive
Rabatt:	siehe Mengentabelle Seite 12 1 Beilage = 1 Anzeigenseite
Beilagenhinweis:	Ein Beilagenhinweis wird kostenlos im Heft aufgenommen.

Technische Angaben:

Beilagen müssen in der Art und Ausführung so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Aufbereitung und Bearbeitung entfällt. Erschwernisse und zusätzliche Falz- und Klebearbeiten werden gesondert berechnet. Beilagen, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach vorher vom Verlag einzuholender Zustimmung der Post (gegen Volage eines verbindlichen Musters) angenommen werden.

VERSANDANSCHRIFT FÜR EINHEFTER, BELAGEN UND POSTKARTEN:

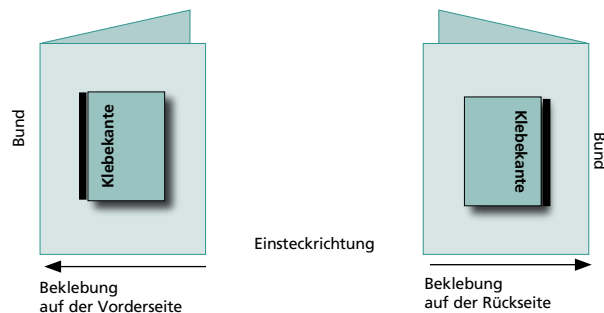
Lieferung frei
Druckhaus Main-Echo
GmbH & Co. KG
Akquidanz, Vermerk:
ENTSORGA-Magazin,
Ausgabe Nr.
Herrn Norbert Kempf
Weichertstraße 20
63741 Aschaffenburg

Bitte geben Sie Titel und
Ausgabe an
(z. B. ENTSORGA-Magazin,
Nr. 5-2008)
Vorlage eines Musters vor
Auftragsannahme erforderlich.
Lieferung bis 10 Tage vor
Erscheinen des Heftes.

15 Aufgeklebte Werbemittel

Aufgeklebte Werbemittel (Postkarten, Prospekte, Warenproben o. ä.), Mindestpapiergewicht 170 g, und Warenmuster auf Einheftern oder ganzseitigen Anzeigen müssen zusätzlich als Beilagen berechnet werden. Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage des Anzeigenmotivs mit aufgeklebtem Werbemittel (Standmuster), notfalls eines Blindmusters, erforderlich.

Formate:	Für aufgeklebte Postkarten gelten die Postvorschriften
Benötigte Liefermenge:	auf Anfrage
Anlieferungstermin:	bis spätestens 10 Tage vor Erscheinen des betreffenden Heftes
Preise:	Postkarten – Postgebühren pro o/oo auf Anfrage
Klebekosten:	Postkarte (2-seitig) pro angefangene o/oo EURO 60,00
Prospekte/Warenproben:	auf Anfrage nach Vorlage eines Musters
Technische Angaben:	Bei aufgeklebten Werbemitteln muss die Klebekante in Bündrichtung liegen (siehe Skizze):



Allen Preisen ist der jeweils gültige MwSt.-Satz hinzuzurechnen.

Stellen- und Gelegenheitsanzeigen (nicht rabattfähig)

Disposition: Buchung jederzeit möglich

Spaltenzahl: 1 – 4

Breite:

1 Spalte	43 mm
2 Spalten	90 mm
3 Spalten	138 mm
4 Spalten	185 mm

Stellengesuche:

Preise EURO 1,80 pro mm und Spalte, s/w
EURO 2,10 pro mm und Spalte, 4-farbig

Stellenangebote:

Preise EURO 2,10 pro mm und Spalte, s/w
EURO 2,50 pro mm und Spalte, 4-farbig

Gelegenheitsanzeigen:

An- und Verkauf, Geschäftsverbindungen

Preise EURO 3,00 pro mm und Spalte, s/w
EURO 3,30 pro mm und Spalte, 4-farbig

Chiffregebühr: 11,00 EURO

Allen Preisen ist der jeweils gültige MwSt.-Satz hinzuzurechnen.

Berechnung des Anzeigenpreises:

_____ Spalten x _____ mm Höhe x _____ EURO / mm = _____ EURO

Beispiele für Gelegenheitsanzeigen in s/w:

1-spaltig (43 mm breit)
x 30 mm hoch
x 3,00 EURO

= 90,00 EURO

2-spaltig (90 mm breit) x 30 mm hoch x 3,00 EURO

= 180,00 EURO

Lieferantenverzeichnis (nicht rabattfähig)

- Disposition:** jährlich (8 Ausgaben) oder bis auf Widerruf;
Buchung jederzeit möglich
- Breite:** 55 mm
- Mindestformat:** 55 mm breit x 20 mm hoch (Höhe variabel)
- Preis:** 2,65 EURO pro mm / 55mm breit, s/w
3,00 EURO pro mm / 55 mm breit, 4-farbig
- Korrekturen:** sind nur halbjährlich möglich, zu den jeweiligen Anzeigenschlussterminen.

Die Berechnung erfolgt im Voraus. Sie erhalten jährlich eine Gesamtrechnung.

Allen Preisen ist der jeweils gültige MwSt.-Satz hinzuzurechnen.

Berechnung des Anzeigenpreises:

_____ mm Höhe (mind. 20mm) x _____ EURO / mm = _____ EURO

Beispiel:

55 mm breit, 50 mm hoch = € 150,00 pro Schaltung

ABFALLMÜLLPRESSEN



WERNER & WEBER

Die Müllpressen

Containerpressen
Nassmüllpressen
Stationäre Pressen
Schneckenverdichter
Container

WERNER & WEBER Deutschland GmbH.
D-46045 Oberhausen, Langemarkstrasse 20
e-mail: wels-oberhausen@t-online.de Tel. +49/208/24604
www.werner-weber.com Fax +49/208/24624

Für den Ausbau Ihres internationalen Geschäftserfolgs:

ENTSORGA-Magazin in Kooperation mit dem größten
Wissensportal für Abfall - Wasser - Energie

The screenshot shows the ASK website interface. The search bar contains 'Müllverbrennung'. Below the search bar, there are buttons for 'Wissen' and 'Experten'. The search results are displayed in a grid format. The first result is titled 'Ergebnisse zu 1-10 von 166 zu Müllverbrennung'. The second result is titled 'Kostengünstige Rauchgasreinigungskonzeptionen für neuer Müllverbrennungsanlagen'. The third result is titled 'TOP-News' and 'Kontroverser Diskussion in der SPD über thermische und stoffliche Abfallverwertung'. The fourth result is titled 'Elektro- und Elektrogeräte werden giftiger'. The fifth result is titled 'In Bayern soll Kläranlagen nicht mehr auf die Felder'. The sixth result is titled 'MARTIN Gmbh' and 'MARTIN AG'. The seventh result is titled 'Energiewirtschaft der Müllverbrennungsanlage Dornbirn'.

Beispiel-Recherche:
„Müllverbrennung“
mit Suchergebnis

Ihr Einsatz: Günstige Fixkosten

- € 3.000,00 für 12 Monate
- € 1.750,00 für 6 Monate

Ihre Anzeige („cuadro“) wird mit 15 - 20 Keywords/
Rubriken Ihrer Wahl verknüpft. Ihre cuadros sind
direkt mit Ihrer Website verlinkt.

Ihr Erfolg: High Traffic

Pageviews	ca. 120.000 - 150.000*
Visits	ca. 70.000 - 80.000*
Hohe Bewertungszahl bei Suchmaschinen (z. B. Google)	

*)Die Zugriffszahlen verstehen sich pro Monat
(im Verbund der Wissenskooperation).

Weitere Informationen:

Heidrun Dangl
Tel.: +49 69 7595-2563
heidrun.dangl@dfv.de

Martina Klusak
Tel.: +49 69 7595-1228
martina.klusak@dfv.de

Deutscher Fachverlag GmbH

Mainzer Landstraße 251
60326 Frankfurt am Main

Postadresse:
60264 Frankfurt am Main

Allgemeine Anfragen:
anzeigen@entsorga-magazin.de

Heidrun Dangl

Gesamtleitung
Anzeigen und Marketing
Technische Fachzeitschriften
Telefon: +49 69 7595-2563
Telefax: +49 69 7595-2580
heidrun.dangl@entsorga-magazin.de

Martina Klusak

Anzeigenverkaufsleitung
Telefon: +49 69 7595-1228
Telefax: +49 69 7595-2580
martina.klusak@entsorga-magazin.de

Sabine Strauß

Anzeigenverkaufsleitung
(Internationale Kunden)
Telefon: +49 69 7595-1224
Telefax: +49 69 7595-2580
sabine.strauss@entsorga-magazin.de

Monika Kirch

Anzeigenservice
Telefon: +49 69 7595-1815
Telefax: +49 69 7595-1820
monika.kirch@entsorga-magazin.de

Ihre Ansprechpartner im Anzeigenverkauf

Baden-Württemberg

G. Fahr
Verlags- und Pressebüro
Marktplatz 10
72654 Neckartenzlingen
Telefon: +49 7127 3084
Telefax: +49 7127 21478
info@verlagsbuero-fahr.de

Österreich

G. Fahr
Verlags- und Pressebüro
Breitenbergstraße 17
87629 Füssen
Telefon: +49 8362 5054990
Telefax: +49 8362 5054992
info@verlagsbuero-fahr.de

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

2. Anzeigen sind im Zweifel für 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 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. Anders sich der Anzeigentarif nach Vertragsabschluss, ist der Verlag berechtigt, den Preis nach der zum 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. Werbeagenturen und Werbemittellisten ist es untersagt, die vom Verlag gewährten Mittlergebühren ganz oder teilweise an ihre Auftraggeber weiterzugeben.

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. Beruht die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages, so hat der Auftraggeber keinen Erstattungsanspruch.

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

6. Aufträge für Anzeigen und andere Werbemittel, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, das 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 zwei 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, das selbe gilt, 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. Anzeigenaufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Masters des Werbemittels und deren Billigung bindend. Werbemittel, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdzweigen 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 die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckerunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckerunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an.

10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige, der keinen unwesentlichen Fehler darstellt, 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 für deren Veröffentlichung gesetzte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Preiserminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind insbesondere bei telefonischer Auftragserteilung ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und der Höhe nach auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlages, seines gesetzlichen Vertreters und seiner 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 4 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 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 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 Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bezeichnung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

Allgemeine Geschäftsbedingungen des Deutschen Fachverlages für Anzeigen und Fremdbeilagen

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 durchschnittlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigender 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.

Preiserminderungsansprüche sind jedoch ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage unter dem Anerbieten, vom Vertrag zurückzutreten, rechtzeitig Kenntnis gegeben hat.

18. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwertung 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 überschreiten sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch 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. Rabattgutschriften und Rabattnachbelastungen erfolgen grundsätzlich erst zum Ende des Insertionsjahres.

21. Platzierungsbestätigungen gelten nur unter Vorbehalt und können aus technischen Gründen geändert werden. In solchen Fällen kann der Verlag nicht haftbar gemacht werden.

22. Für den Anzeigenauftrag gilt deutsches Recht. 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 Vertragschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.