

Mediadaten 2012

| Anzeigen-Preisliste Nr. 25 | Gültig ab 01.01.2012



VERLAG W. WÄCHTER



- | | |
|--------------------------------------|---|
| 1 Verlagsangaben | 2 |
| 2 Titelporträt | 3 |
| 3 Anzeigenpreise und -formate | 4 |
| 4 Themen und Termine | 5 |
| 5 Kombi für Haus und Garten | 6 |
| 6 Technische Angaben | 7 |
| 7 Geschäftsbedingungen | 8 |

Informationen zu allen unseren Titeln
finden Sie unter www.waechter.de.



1 Verlagsangaben

Verlag

Verlag W. Wächter GmbH
Elsasser Straße 41
28211 Bremen
www.waechter.de
E-Mail info@waechter.de

Büro Bremen

Verlag W. Wächter GmbH
Elsasser Straße 41
28211 Bremen

Telefon 04 21/3 48 42-0
Telefax 04 21/3 47 67 66
04 21/34 40 09

Büro Berlin

Verlag W. Wächter GmbH
Bismarckstraße 108
10625 Berlin

Telefon 0 30/3 18 69 01-0
Telefax 0 30/3 12 82 04

Bankverbindungen

Sparkasse in Bremen
Kto.-Nr. 100 4217 (BLZ 290 501 01)
Postbank Hamburg
Kto.-Nr. 53 077-200 (BLZ 200 100 20)

Zahlungsbedingungen

Zahlbar ohne Skonto sofort nach Erhalt
der Rechnung. Alle Preise verstehen sich
zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Anzeigen



Alexander Neetzow
Anzeigenleitung

Telefon 04 21/3 48 42-24
Telefax 04 21/3 47 67 66
E-Mail neetzow@waechter.de



Rita Kropp
Auftragsabwicklung

Telefon 04 21/3 48 42-14
Telefax 04 21/3 47 67 66
E-Mail kropp@waechter.de

Nielsen 3b und 4 (Bayern/Baden-Württemberg)

MVV Münchner Verlagsvertretung



Elfie Rusch
Karla Köhler

Wernher-von-
Braun-Str. 10A
85640 Putzbrunn

Telefon 0 89/46 50 21, Telefax 0 89/46 88 55
E-Mail rusch.e@t-online.de

2 Titelporträt



Siedlung und Eigenheim – die Zeitschrift für Haus- und Gartenbesitzer in Bayern

Siedlung und Eigenheim ist die monatlich erscheinende Mitgliederzeit-schrift des Eigenheimerverbandes Bayern e.V. Die knapp 82.000 Abonnenten sind **Besitzer von Ein- und Zweifamilienhäusern mit großen Gärten**. Die Größe der Gärten beträgt im Durchschnitt 440 m².

Siedlung und Eigenheim wird von konsumfreudigen, einkommensstarken Menschen „im besten Alter“ gelesen, die regelmäßig in **Pflege und Instandhaltung** von **Haus und Garten** investieren.

Die **Haus- und Gartenzeitschrift** bietet den Leserinnen und Lesern ausführliche redaktionelle Beiträge rund um die Bereiche Haus, Wohnung, Garten und Natur:

- Modernisierung und Renovierung
- Gemüse-, Obst- und Ziergarten
- Gartengestaltung, Gartentechnik

Hinzu kommen (steuer-)rechtliche und wohnungspolitische Beiträge.

Fast 100 Prozent der Leser von Siedlung und Eigenheim bewerten die Zeitschrift als informativ und kompetent.

Die Leserinnen und Leser haben darüber hinaus ein hohes Interesse an weiteren Themengebieten, wie zum Beispiel:

- Gesundheit (86 Prozent) oder
- Essen und Trinken (69 Prozent).



Auflage

Druckauflage: 83.377
verbreitete Auflage: 82.935
verkaufte Auflage: 82.016
abonnierte Auflage: 81.794

3 Anzeigenpreise und -formate

Größe in Seitenteilen	Satzspiegelformat in mm Breite x Höhe	Preise in EUR				angeschnittene Anzeigen in mm* Breite x Höhe
		s/w	2-farbig	3-farbig	4-farbig	
1/1	181 x 260	2.188,-	2.733,-	3.281,-	3.499,-	210 x 297
3/4 hoch quer	135 x 260 181 x 185	1.644,-	2.053,-	2.461,-	2.625,-	152 x 297 210 x 205
2/3 quer	181 x 170	1.463,-	1.825,-	2.189,-	2.335,-	210 x 190
1/2 hoch quer	89 x 260 181 x 128	1.098,-	1.369,-	1.644,-	1.753,-	106 x 297 210 x 145
3/8 zweispaltig dreispaltig	89 x 185 135 x 128	826,-	1.033,-	1.234,-	1.315,-	*zuzügl. 3 mm Beschnitt
1/3 quer	181 x 84	736,-	918,-	1.099,-	1.171,-	
1/4 einspaltig zweispaltig blattbreit	43 x 260 89 x 128 181 x 62	552,-	690,-	826,-	879,-	Alle Preise verstehen sich zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer.
3/16 einspaltig zweispaltig dreispaltig	43 x 185 89 x 92 135 x 62	417,-	521,-	624,-	665,-	
1/8 einspaltig zweispaltig blattbreit	43 x 128 89 x 62 181 x 30	279,-	351,-	419,-	446,-	Preisliste Nr. 25 gültig ab 1.1.2012
1/16 einspaltig zweispaltig	43 x 62 89 x 30	144,-	180,-	213,-	229,-	
1/32 einspaltig	43 x 30	75,-	96,-	113,-	121,-	

mm-Preis für nicht formatgerechte Anzeigen 1-spaltig (43 mm): 2,60 EUR Mindesthöhe: 10 mm

mm-Preis für Anzeigen im redaktionellen Text 1-spaltig (43 mm): 4,55 EUR Mindesthöhe: 10 mm

Farbzuschläge: 2-farbig +25 % | 3-farbig + 50 % | 4-farbig + 60 %

Rabatte

Malstaffel

3 Anzeigen	3 %	1 Seite	5 %
6 Anzeigen	5 %	3 Seiten	10 %
9 Anzeigen	10 %	6 Seiten	15 %
12 Anzeigen	15 %	12 Seiten	20 %
24 Anzeigen	20 %		

Mengenstaffel

Die Mal- und Mengenstaffelrabatte werden für Abnahmen innerhalb eines Abschlusszeitraumes von 12 Monaten gewährt.

Bei Abschlusserteilung werden die Rabatte sofort auf der Rechnung berücksichtigt. Ohne Abschluss erfolgt die Rabattabrechnung per Dezember auf das Kalenderjahr.

Verbreitete Auflage

82.935 Exemplare
(IWW II/2011)



4 Themen und Termine

In der Rubrik Garten & Natur finden sich neben dem Gartenkalender für Obst-, Gemüse- und Ziergarten regelmäßig Themen wie Neue Sorten, Gewächshäuser und Frühbeete, Gartengeräte, Rasen und Rasenpflege, Wassergarten und Gartenteich oder Bewässerungssysteme. Beiträge rund um Terrasse, Einmachen und Einkochen, oder Häckseln und Kompostieren runden die Themenvielfalt ab.

In der Rubrik Haus & Wohnung sind regelmäßig Beiträge zu Heizung, Energie und Solartechnik, Wintergarten, Dach und Dachausbau, Fassaden, Modernisierung und Renovierung oder An- und Ausbauten zu lesen. Hinzu kommen die Sonderthemen:

Sonderthemen 2012

Termine 2012

Die Termine der Januar-Ausgabe liegen in 2011

Monat	Haus & Wohnung	Garten & Natur	Anzeigen- schluss	Druck- unter- lagen	Erschei- nungs- termin
Januar	Heizung I	Neue Sorten – Buntes Gemüse	01.12.	06.12.	31.12.
Februar	Photovoltaik	Bewässerungstechnik	02.01.	05.01.	31.01.
März	Altbaumodernisierung I – Neue Dachfenster	50 plus – Alles, was das Leben „leichter“ macht	01.02.	06.02.	29.02.
April	Altbaumodernisierung II – Sonnenschutzsysteme für Dachfenster	Rasen	01.03.	06.03.	31.03.
Mai	Do it yourself: Parkett selbst verlegen	Gesundheit aus dem Garten: Heilkräuter und -pflanzen	02.04.	04.04.	30.04.
Juni	Treppen für jede Wohnsituation	Stauden – Da blüht uns was	02.05.	04.05.	31.05.
Juli	Energetische Gebäudesanierung – Wärmedämmung	Licht im Garten	01.06.	05.06.	30.06.
August	Altbaumodernisierung III – Treppenlifte	Platzsparendes für Garten und Balkon	02.07.	05.07.	31.07.
September	Altbaumodernisierung IV – Schneefangsysteme für's Dach	Lauben-Vielfalt – Was bietet der Markt für Klein- und Hausgarten?	01.08.	06.08.	31.08.
Oktober	Heizung II	Mobile Energie – Akku-Power für den Garten	03.09.	06.09.	29.09.
November	Innen- und Raumgestaltung – Bäder	Weihnachtsgeschenke, die Gartenfreunden Freude machen	01.10.	04.10.	31.10.
Dezember	Do it yourself: Schimmelbeseitigung	Spezial-Substrate	02.11.	06.11.	30.11.

Sprechen Sie uns für weitere Themen gern an.

5 Kombi für Haus und Garten



Mit der **Anzeigenkombi für Haus und Garten** – Siedlung und Eigenheim plus Gartenfreund (Gesamtauflage) – erreichen Sie monatlich über **eine dreiviertel Million Leser: aktive Haus-, Klein- und Hobbygärtner** – bei **Kombibuchung mit Preisvorteil**.

Die Bezieher des Monatstitels Gartenfreund sind Mitglieder von Kleingärtnervereinen. Redaktionell stehen Themen rund um den Garten und die Freizeit im Garten im Mittelpunkt. Neun unterschiedliche Regionalteile berichten über regionale und lokale Aktivitäten der Vereine und Verbände – eine hohe Leser-Blatt-Bindung ist gewährleistet und durch Leserumfragen belegt.



Regionale Verbreitung der Kombi

Regionalausgaben		Gartenfreund	
		abonnierte Auflage	verbreitete Auflage
Nielsen I	Schleswig-Holstein	14.196	14.446
	Hamburg	32.795	32.967
	Bremen	15.381	15.731
	Niedersachsen	22.413	22.553
	Braunschweig	<u>15.647</u>	<u>15.840</u>
		100.432	101.537
Nielsen II	Westfalen	44.678	44.978
Nielsen IV	Bayern (Siedlung und Eigenheim)	81.794	82.935
Nielsen V + VI	Berlin Sachsen-Anhalt	68.950	70.087
		2.188	2.701
Nielsen VII	Sachsen	15.974	16.149

	abonnierte Auflage	verbreitete Auflage
Gartenfreund + Siedlung und Eigenheim	232.222	235.452
Kombi für Haus und Garten	314.016	318.387

6 Technische Angaben

Technische Daten

Erscheinungsweise:
monatlich zum Ende des Vormonats

Heftformat:
210 mm breit, 297 mm hoch

Satzspiegel:
181 mm breit, 260 mm hoch

Anzeigenteil:
4-spaltig, Spaltenbreite 43 mm

Druckverfahren:
Rollenoffsetdruck

Raster:
60er (150 lpi)

Druckvorlagen:
nur in digitaler Form, Fotos,
Reinzeichnungen, reprofähige Vorlagen.

Farbskala:
Euroskala

Datenübertragung

FTP	Zugangsdaten auf Anfrage
E-Mail	ntp@waechter.de
Datenträger	CD-ROM oder DVD

Bitte eine Nachricht mit einer Kopie
der an den Verlag übertragenen Daten
an 0 30/31 50 10 66 faxen!

Datenformate für Anzeigen

PDF
Als Standarddateiformat empfehlen wir PDF
in Version 1.3 (als PDF/X), höhere Versionen
nach Absprache. Nur CMYK-Farben, unsepariert.
Datei ohne Kennwortschutz.

EPS
Vektor-EPS, Illustrator 8 kompatibel,
Schriften in Pfaden, nur CMYK Farben.
Andere Dateiformate nur nach voriger Absprache.

Datenübermittlung/ technische Rückfragen an

Verlag W. Wächter GmbH
Abteilung DTP
Bismarckstraße 108
10625 Berlin

Telefon 0 30/31 8 69 01-25
Telefax 0 30/31 50 10 66
E-Mail dtp@waechter.de

7 Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungsleitenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Werbung.
 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 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-Millimeteranzeigen 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.
 7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an redaktionellen Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
 8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen, insbesondere wenn
 - deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
 - deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder
 - Anzeigen Werbung Dritter oder für Dritte enthalten.
- Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Musters und dessen Billigung bindend. Soweit der Verlag von seinem Ablehnungsrecht in Bezug auf Werbemittel, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), keinen Gebrauch macht, bedürfen diese in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Lieferanten 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 gesetzte 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. Schadens-

- ersatzansprüche 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. Die gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgeliehen. 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 Erfüllungsgeliehen; 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 geteilt 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 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 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 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 offstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

- a) Sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist, treten neue Tarife bei Preispassungen auch für laufende Aufträge sofort in Kraft; dies gilt gegenüber Nicht-Kaufleuten nicht bei Aufträgen, die innerhalb von vier Monaten nach Vertragsabschluss abgewickelt werden sollen.
- b) Im Falle höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung des Verlages auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz. Insbesondere wird auch kein Schadenersatz für nicht veröffentlichte oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen geleistet. Bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt, z. B. Streik, Beschlagnahme und dgl. – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, deren sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80 % der zugesicherten Auflage verbreitet worden sind.
- c) Bei fernmündlich aufgegebenen Bestellungen und Änderungen übernimmt der Verlag keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe.
- d) Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen des Auftraggebers nicht sofort erkennbar, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen,

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 Beschneidung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
 16. Kosten für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen der Druckvorlage 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 mindestens 20 v. H.,
 - bei einer Auflage bis zu 100 000 Exemplaren mindestens 15 v. H.,
 - bei einer Auflage bis zu 500 000 Exemplaren mindestens 10 v. H.,
 - bei einer Auflage über 500 000 Exemplaren mindestens 5 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. Betr. Ziffernanzeigen. Unzutreffend.
 19. Druckerunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckerunterlagen endet acht Wochen nach der erstmaligen Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels, sofern nicht schriftlich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist.
 20. Erfüllungsort und Gerichtsstand für beide Teile ist, soweit das Gesetz zwingend nichts anderes vorsieht, der Sitz des Verlages.

- wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf Fehler hinweist.
- a) Nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Auflage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus. Der Verlag muss sich die Berechnung entstehender Mehrkosten vorbehalten.
 - f) Die Urheberrechte an den vom Verlag gratis oder gegen Entwurfskostenbeiträge erstellten Anzeigenentwürfen und Texten, Signets und dergleichen dürfen nur für die Insertion in Titeln des Verlages verwendet werden. Bei Zweifelsbehandlung werden die üblichen und angemessenen Kosten für einen grafischen Entwurf in Rechnung gestellt.
 - g) Werbeagentur und Werbungsmitter sind verpflichtet, sich mit ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittelvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
 - h) Zu Beginn einer neuen Geschäftsverbindung behält der Verlag sich vor, Vorauszahlungen bis zum Anzeigenschluss zu verlangen.