

**BackBusiness**

**Mediadaten  
2012**



**Mercado Verlag**

## **Verlag**

Mercado Verlag GmbH  
Ottensener Straße 8, 22525 Hamburg  
Telefon: 040/306852-02  
Telefax: 040/306852-10  
e-mail: [mercado-verlag@t-online.de](mailto:mercado-verlag@t-online.de)

## **Anzeigenleitung**

Svenja Klemm  
Telefon 040/306852-13  
e-mail: [anzeige@mercado-verlag.de](mailto:anzeige@mercado-verlag.de), [s.klemm@mercado-verlag.de](mailto:s.klemm@mercado-verlag.de)

## **Redaktion**

Tania Feindt  
Chefredakteurin  
Telefon 040/306852-14  
e-mail: [t.feindt@mercado-verlag.de](mailto:t.feindt@mercado-verlag.de)

## **Geschäftsführerin**

Angelika Lehmann

Zahlungsbedingungen:  
Für Anzeigen sofort nach Rechnungserhalt netto Kasse.  
Bei Vorauszahlung bis zum Erscheinungstag 3 % Skonto.

Anzeigenpreisliste Nr. 22 gültig ab 1. Januar 2012

## AdCard

Erwerben Sie eine **AdCard** für 2.900,- Euro (+ MwSt.) und Sie erhalten auf jede, laut Preisliste mögliche, Schaltung in **BackBusiness 50 % Rabatt!** Damit haben Sie die Möglichkeit, unseren Lesern – Ihren Kunden – Ihre Produkte und Dienstleistungen in erhöhter Frequenz und trotzdem kostengünstig vorzustellen.

Ein Rechenbeispiel:

5 x 1/1 Seite 4c

ohne <b>AdCard</b>	mit <b>AdCard</b>
Euro 10.350,- ./. 10% Rabatt = <b>Euro 9.315,-</b>	Euro 10.350,- ./. 50 % Rabatt = Euro 5.175,- + Euro 2.900,- <b>AdCard</b> = <b>Euro 8.075,-</b>

**Sie sparen: 1.240,- Euro**

Die Gültigkeit der **AdCard** beträgt 12 Monate, beginnend mit der ersten Anzeigenschaltung.

Agenturen erhalten 15 % Provision.

Ein/e rückwirkende/r Kauf/rückwirkende Anrechnung ist nicht möglich.

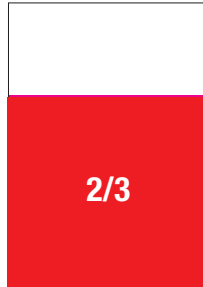
Ausgabe	Anzeigenschlusstermin	Erscheinungstermin	Messen
<b>01/12</b>	16.01.12	21.01.12	<b>ISM</b> Köln 29.01.-01.02.12
<b>02/12</b>	06.02.12	11.02.12	<b>Intergastra</b> Stuttgart 11.02.-15.02.12 <b>BioFach</b> Nürnberg 15.02.-18.02.12
<b>03/12</b>	27.02.12	03.03.12	<b>Internorga</b> Hamburg 09.03.-14.03.12
<b>04/12</b>	19.03.12	24.03.12	<b>Anuga FoodTec</b> Köln 27.03.-30.03.12
<b>05/12</b>	02.04.12	07.04.12	
<b>06/12</b>	23.04.12	28.04.12	
<b>07/12</b>	14.05.12	19.05.12	
<b>08/12</b>	04.06.12	09.06.12	

Ausgabe	Anzeigenschlusstermin	Erscheinungstermin	Messen
<b>09/12</b>	18.06.12	23.06.12	
<b>Check up 2012</b>	13.07.12	28.07.12	<i>Bestandsaufnahme der Branche</i>
<b>10/12</b>	06.08.12	11.08.12	
<b>11/12</b>	20.08.12	25.08.12	
<b>12/12</b>	03.09.12	08.09.12	<b>IBA</b> München 16.09.-21.09.12
			<b>Intercool</b> Düsseldorf 23.09.-26.09.12
<b>13/12</b>	24.09.12	29.09.12	
<b>14/12</b>	08.10.12	13.10.12	
<b>Global 2012</b>	29.10.12	10.11.12	<i>Die größten Bäckereien weltweit</i>
<b>15/12</b>	19.11.12	24.11.12	
<b>16/12</b>	10.12.12	15.12.12	

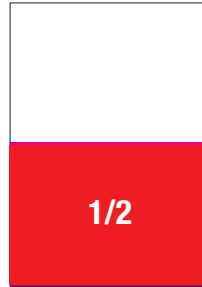
Änderungen vorbehalten



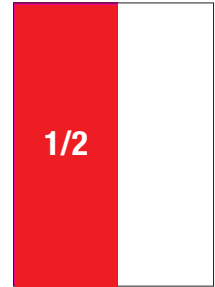
**1/1**  
**187 b x 260 h**  
 (210 b x 297 h A.  
 + 3 mm Beschnitt)



**2/3**  
**187 b x 170 h**  
 (210 b x 196 h A.  
 + 3 mm Beschnitt)



**1/2**  
**187 b x 130 h**  
 (210 b x 156 h A.  
 + 3 mm Beschnitt)



**1/2**  
**92 b x 260 h**  
 (102 b x 297 h A.  
 + 3 mm Beschnitt)

<b>Anzeigenpreise</b>	<b>s/w Euro</b>	<b>4c Euro (Europaskala)</b>
<b>1/1 Seite</b>	1.380,-	2.070,-
<b>2/3 Seite</b>	1.010,-	1.700,-
<b>1/2 Seite</b>	750,-	1.440,-
<b>1/3 Seite</b>	560,-	1.250,-
<b>1/4 Seite</b>	410,-	1.100,-
<b>1/8 Seite</b>	205,-	895,-

**Millimeterpreis\*** (Buchung nur nach Absprache): ..... Euro 2,60  
**Farbzuschlag pro Zusatzfarbe:** ..... Euro 230,-  
**Farbzuschlag pro Sonderfarbe:** ..... Euro 250,-

Wir berechnen keinen Anschnitt-Zuschlag.

\*Kleinanzeigen, Stellenanzeigen

## Anzeigenformate und -preise 2012



**1/3**

**187 b x 85 h**  
(210 b x 110 h A.  
+ 3 mm Beschnitt)



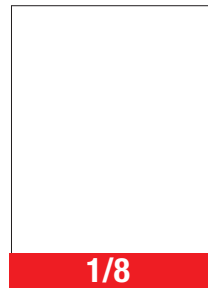
**1/4**

**187 b x 65 h**  
(210 b x 90 h A.  
+ 3 mm Beschnitt)  
(auch im Format 90 b x 130 h möglich)



**1/4**

**46 b x 260 h**  
(56 b x 297 h A.  
+ 3 mm Beschnitt)



**1/8**

**187 b x 32 h**  
(210 b x 59 h A.  
+ 3 mm Beschnitt)

<b>Beihefter</b>	2 Blatt: Euro 1.500,- technische Daten auf Anfrage
<b>Beilagen</b>	Gesamtauflage (2.500 Exemplare) Euro 750,- + z. Zt. gültige Postgebühren
<b>Formate</b>	Mindestformat: 148 x 105 mm, Höchstformat: 210 x 297 mm
<b>Versandanschrift</b>	LTV Offsetdruck GmbH, Ottensener Str. 10a, 22525 Hamburg
<b>Druckverfahren + Skala</b>	Bogenoffset (Druckvorlage: schwarz, blau, rot, gelb) Europaskala nach DIN 16539
<b>Druckdaten</b>	Bitte senden Sie ein postscriptfähiges PDF an anzeige@mercado-verlag.de und ltv.de@t-online.de. Bitte nennen Sie im Dateinamen das Unternehmen / den Kunden. Druckunterlagenchluss = Anzeigenschluss-Termin.

<b>Nachlässe</b>	<b>Malstaffel</b> (Kleinanzeigen bis 1/4 Seite)
(Bei Abnahme	3 Anzeigen 3%    6 Anzeigen 5%
innerhalb eines	8 Anzeigen 10%    10 Anzeigen 15%
Jahres)	18 Anzeigen 20%

Alle Preise zuzüglich Mehrwertsteuer.

## Nur 15 Prozent der produzierenden Backwarenbetriebe realisieren dreiviertel des jährlichen Umsatzes.

Die aktuell vorliegende Umsatzsteuerstatistik – Herstellung von Backwaren – zeigt es deutlich: Der Umsatzanteil der Bäckereifilialisten und Großbäckereien ab 1 Mio Umsatz liegt bei rund 80 Prozent. Im Klartext:

**Nur 15 Prozent der produzierenden Backwarenbetriebe realisieren mehr als drei Viertel des jährlichen Umsatzes.** Und nach unseren Schätzungen tätigen sie über 90 Prozent der gesamten Investitionen.

Der Strukturbereinigungsprozess läuft auf Hochtouren weiter. Das Marktgeschehen wird von rund 2.000 Unternehmen geprägt, die die Wettbewerbsintensität in der Branche immer weiter steigern. Für den Verbraucher prägen die großen, überregional tätigen Bäckereifilialisten wie Steinecke, Heberer und Siebrecht das Bild. Aber auch die noch stärker gastronomisch orientierten Unternehmen wie Subway, Ditsch und Co. erobern die Straße und die Gunst der Konsumenten. Die Zahl der Outlets bleibt dabei seit Jahren nahezu konstant.

### Herstellung von Backwaren: Umsatzsteuerstatistik 2009

Umsatzgrößen in Euro	Betriebe absolut	Betriebe %	Umsatz %	Mio. Euro
Kleinbetriebe bis 1 Mio.	12.249	85,2	20,7	3.508,6
Bäckereifilialisten und Großbäckereien ab 1 Mio.	2.133	14,8	79,3	13.479,8
Gesamt	14.382	100	100	16.988,4

Quelle: Statistisches Bundesamt

Der deutsche Backmarkt gehört den Großbäckern und den großen Filialisten. Die Grenze zwischen Bäckerei und Gastronomie wird dabei immer durchlässiger. Kleine Betriebe haben am Markt nur dann noch eine Chance, wenn sie Nischen besetzen und ein Kontrastprogramm im Angebot und Preis zu den Großen bieten.

**Großbäckereien, Bäckereifilialisten sowie profilstarke Kleinbetriebe sind die Kernzielgruppe des Branchendienstes BackBusiness.**

**Großbäckereien, Bäckereifilialisten  
sowie profilstarke Kleinbetriebe  
sind die Kernzielgruppe des  
Branchendienstes BackBusiness.**

Informationen überfluten den Unternehmer aus allen Medien und aus allen Richtungen. Das Internet liefert auf Wunsch jede Sekunde neue Nachrichten. Der Unternehmer benötigt Orientierungshilfe: Welche Information ist wichtig, was betrifft mein Unternehmen, wie beeinflussen Informationen meine Entscheidungen?

**BackBusiness** – der Branchendienst für das Backgewerbe - hilft dem Leser bei dieser Orientierung.

**BackBusiness** berichtet über das Backgewerbe, das Ernährungsgewerbe und den Handel – national und international. BackBusiness beobachtet Marktentwicklungen und analysiert Verbraucherverhalten. Aktuelle Statistiken, selbst recherchierte Hitlisten, Entwicklungen in der Zulieferindustrie und branchenrelevante Auszüge aus dem Handelsregister ergänzen jede Ausgabe.

**BackBusiness** stellt Informationen in einen größeren Zusammenhang, zeigt Hintergründe und Konsequenzen auf, analysiert, kommentiert und interpretiert. Nicht ausschließlich die Aktualität der Informationen – die daraus resultierenden Konsequenzen stehen im Mittelpunkt der Berichterstattung. „**Wir machen das Backgewerbe transparent**“ – das ist das erklärte Ziel der redaktionellen Arbeit.

**BackBusiness** ergänzt und vertieft die Berichterstattung über das Backgewerbe mit zwei Spezialausgaben:

**Check up:** Die Bestandsaufnahme der Branche – inklusive des Rankings „Die 1.000 führenden deutschen Backwarenfamilialisten“

**Global:** Die internationalen Backwaren-Märkte – inklusive des Rankings „Die umsatzstärksten Backwarenhersteller weltweit“

## Die Zielgruppe

**BackBusiness** wendet sich an die Inhaber und Geschäftsführer der Bäckereifilialisten und der Großbäckereien in Deutschland und im Ausland. Ebenso gehören die Inhaber profilstarker Kleinbetriebe sowie Führungskräfte des Großhandels und des Lebensmitteleinzelhandels – meist mit eigener Backwarenherstellung – zur Zielgruppe.

Auflagen-Analyse	Exemplare pro Ausgabe
Druckauflage	2.500
Tatsächlich verbreitete Auflage	2.315
Verkaufte Auflage	1.991
Wechselversand zu Werbezwecken	324
	185 Rest-, Archiv- und Belegexemplare

Quelle: Vertragsangaben

Verbreitung nach Betriebstypen	Anteil in % an tats. verbreiteter Auflage
Produzierendes Backgewerbe (Bäckereien, Konditoreien, Großbäckereien)	69
Backwaren-Einzelhandel ohne eigene Produktion	9
Sonstiges Ernährungsgewerbe	3
Lebensmitteleinzelhandel (z. T. mit eigener Backwarenherstellung)	3
BÄKOs, sonstiger Großhandel	2
Zulieferer	9
Gastronomie, Fast Food	3
Sonstige*	2
	2.315
	100

Quelle: Vertragsangaben

Stand: 01.10.2011, durchschnittliche Ausgabe \* (u.a. Verbände, Berater, Banken)

BackBusiness ergänzt und vertieft die Berichterstattung über das Backgewerbe durch zwei Spezialausgaben. Sie beschreiben die Branche, ordnen ein und kommentieren.

**BackBusiness**

# Check up 2012

Die jährliche Bestandsaufnahme der Branche. Daten, Fakten, Prognosen und Meinungen zum Backgewerbe.

**Erscheinungstermin: 28.07.12**

**Anzeigenschluss: 13.07.12**

**BackBusiness**

# Global 2012

Die internationalen Backwaren-  
Märkte – inklusive des Rankings  
“Die umsatzstärksten  
Backwarenhersteller weltweit”.

**Erscheinungstermin: 10.11.12**

**Anzeigenschluss: 29.10.12**

**Global 2012 erscheint mit  
einer erhöhten Auflage. Die  
zusätzlichen Exemplare werden  
weltweit an große, produzierende  
Backwarenhersteller versandt.**

Die Anzeigenpreise der Spezialausgaben entsprechen denen der normalen BackBusiness-Ausgaben.

Vorteil für Ihre Werbung: Die Spezialausgaben informieren weit über die Tagesaktualität der Branche hinaus und bieten damit ein attraktives Werbeumfeld, das über einen längeren Zeitraum Bestand hat.

## Erscheinungsweise

18 Ausgaben im Jahr, darunter 2 Spezialausgaben

## Bezugspreis

Jahresabonnement Euro 156,-

Halbjahresabonnement Euro 84,-

(Inland und Ausland, zzgl. Versandkosten und MwSt.)

## Mehrfachabonnements mit Rabatt

Voraussetzungen: 1 vollbezahltes Jahres-Abonnement,  
gleiche Rechnungsanschrift  
(unterschiedliche Lieferanschriften sind möglich)

## Rabattstaffel

1 – 9 zusätzliche Abonnements Euro 104,- pro Abonnement

ab 10 zusätzliche Abonnements Euro 52,- pro Abonnement

## Vertrieb

Mercado Verlag GmbH, Hamburg

# Geschäftsbedingungen

## 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 genannten 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 Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an Text und nicht an andere Anzeigen grenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeige 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 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 einwandfreier Druckerunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckerunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckerunterlagen 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. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschuldungen 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.
11. 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 auf den vorausehnbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgeltes beschränkt. Reklamationen müssen außer bei nicht offensichtlichen Mängeln innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
12. 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 Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
13. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
14. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber vierzehn Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preistabelle ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preistabelle gewährt.
15. 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 offestehender 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 sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretene erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisreimderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preistabelle 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. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisreimderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Auftrag zurücktreten konnte.

18. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmannes an. Einschreibebriefe und Elbriete 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. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferdienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

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

20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahrverfahren 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) Sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist, treten neue Tarife bei Preispassungen auch für laufende Aufträge sofort in Kraft, die sich gegenüber Nichtkaufleuten nicht bei Aufträgen, die innerhalb von vier Monaten nach Auftragsabschluss abgewickelt werden sollten.
- b) Ab 30 000 mm Anzeigenraum ist Einzelkalkulation möglich.
- c) Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen in Sonderbeilagen oder Kollektiven Sonderpreise und Sonderformate entsprechend den besonderen Gegebenheiten zu vereinbaren.
- d) Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- e) Sind etwaige Mängel bei den Druckerunterlagen des Auftraggebers nicht sofort erkennbar, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist.
- f) Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt (Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeine Rohstoff- oder Energieverknappung und dergl.) sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient, hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80 % der garantierten (bzw. bei Fehlen einer garantierten Auflage der normalerweise verkauften) Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte (bzw. normalerweise) verkaufte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.
- g) Sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen wird, ist der Auftraggeber allein verantwortlich für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der von ihm zur Verfügung gestellten Bild- und Textunterlagen. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter frei, die in diesem Zusammenhang etwa geltend gemacht werden.

# **Back***Business*



**Mercado Verlag**