

SKS

STEIN.KERAMIK.SANITÄR.
ZEITSCHRIFT FÜR ARCHITEKTUR, DESIGN, TECHNIK.

Die Zeitschrift mit dem höchsten
Architekten-Leseranteil unter den
Sanitär- und Fliesen-Fachzeitschriften,
jetzt digital als ePaper!



Media-Informationen 2025

Mit Termin- und Themenplan.

Gültig ab 1. Januar 2025



www.steinkeramiksanitaer.de



- 1 Titel:** **STEIN.KERAMIK.SANITÄR.**
 ARCHITEKTUR. DESIGN. TECHNIK.
- 2 Kurzcharakteristik:** **STEIN.KERAMIK.SANITÄR.** ist die Zeitschrift für die Planung und Gestaltung sowie das Bauen mit Keramik und Naturstein. Kernthemen sind Produkte, Technik und Anwendungsbeispiele für die Ausstattung und Gestaltung von Sanitärräumen, für Fassadengestaltungen und für Bodenbeläge.
STEIN.KERAMIK.SANITÄR. hilft als Fachtitel Planern, Architekten, Händlern und Verarbeitern den Überblick über einen unübersichtlichen Markt zu behalten. Sie gibt Anregungen, zeigt Hilfen auf und schafft Kontakte zur Zielgruppe.
STEIN.KERAMIK.SANITÄR. zeigt Trends, Entwicklungen und Anwendungsmöglichkeiten auf und charakterisiert Marktstrukturen.
- 3 Zielgruppe:** Architekten, Planungsbüros, Innenarchitekten, Bauämter, Wohnungsbauunternehmen, Händler, Verarbeiter (Objekteure/Fliesenleger/Installateure)
- 4 Erscheinungsweise:** 4 x jährlich (ab Jahrgang 2023)
- 5 Format:** DIN A4
- 6 Jahrgang:** 38. Jahrgang 2025
- 7 Bezugspreis:**
 Jahresabonnement Inland: € 20,00 (inkl. MwSt.)
 Ausland € 23,00
 Einzelverkaufspreis € 5,00 (inkl. MwSt.)

- 8 Organ:** –
- 9 Mitgliedschaften:** –
- 10 Verlag:** Verlag G. Köhler e.K.
 Meerkamp 120
 41238 Mönchengladbach
 Postfach 20 07 34,
 41207 Mönchengladbach
 E-Mail: info@steinkeramiksanitaer.de
 https://www.steinkeramiksanitaer.de
- 11 Herausgeber:** Gerhard Köhler
- 12 Anzeigen:** PVO - Presse- und Verlagsbüro Ott e.K.
 Limburger Str. 28
 65520 Bad Camberg
 Tel.: +49(0)6434-40 29 760
 Fax: +49(0)6434-40 29 761
 E-Mail: anzeigen.sks@pvott.de
 Ansprechpartner: Daniel Ott (verantwortlich)
- 13 Redaktion:** Gerhard Köhler (Chefredakteur, Vi.S.d.P.)
 E-Mail: redaktion@steinkeramiksanitaer.de
 Tel.: +49(0)2166-984183
 Fax: +49(0)2166-984185



- 14 Umfangs-Analyse:** 2023/2024 = 4 Ausgaben
 Gesamtumfang: 208,00 Seiten = 100,00 %
- Redaktioneller Teil: 191,34 Seiten = 92,00 %
 Anzeigenteil: 16,66 Seiten = 8,00 %
- davon: Stellen- und
 Gelegenheitsanzeigen: nicht erhoben
 Einhefter / Durchhefter: –
 Verlagseigene Anzeigen: nicht erhoben
 Beilagen: –

15 Inhalts-Analyse des redaktionellen Teils:

Umfangs- und Inhaltsanalyse (bezogen auf 4 Ausgaben im Jahr)		
Gesamtumfang	191,34 Seiten	= 100,00 %
Inhalt des redaktionellen Teils:		
Marktinformationen (Keramik, Stein, Sanitär)	19,25 Seiten	= 10,07 %
Praxis und Projekte (Anwendungen, Objekte)	81,00 Seiten	= 42,33 %
Sanitärtechnik und Gestaltung (Gestaltung von Sanitäreinrichtungen)	55,50 Seiten	= 29,01 %
Design und Trends	19,00 Seiten	= 9,93 %
Produktvorstellungen („Marktplatz“)	13,50 Seiten	= 7,05 %
Fachmessen und Veranstaltungen	3,09 Seiten	= 1,61 %



1 Auflagenanalyse: Digitaler Versand pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt

Geplante Empfänger:	9 000		
Zustellungen/verbreitete Auflage (tvA):	9 000	davon Ausland	202
Verkaufte Auflage:	--	davon Ausland:	--
- Abon. Exemplare:	--	davon Mitgliederstücke:	--
- Sonstiger Verkauf:	--		
- Einzelverkauf:	--		
Freistücke:	9 000		
Belegexemplare (Red./Anz.)	--		

2 Geographische Verbreitungs-Analyse

Wirtschaftsraum	Anteil an der tvA %	Exemplare
Inland	97,75	8 798
Ausland	2,25	202
tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,00	9 000

2.1 Verbreitung nach Postleitzonen

PLZ	Anteil an der tvA %	Exemplare
Postleitzone 0	11,30	994
Postleitzone 1	16,69	592
Postleitzone 2	17,78	1 564
Postleitzone 3	8,94	787
Postleitzone 4	2,89	254
Postleitzone 5	8,51	749
Postleitzone 6	17,74	1 561
Postleitzone 7	10,02	865
Postleitzone 8	5,07	410
Postleitzone 9	6,42	565
Tatsächlich verbreitete Inlandsauflage	100,00	8 798

Kurzfassung der Erhebungsmethode

- 1 Methode: Empfänger-Struktur-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung
- 2 Grundgesamtheit: tvA Inland 8 798 = 100%, nicht erfasst: 202 = 2,25 %
- 3 Stichprobe: Totalerhebung
- 4 Zielperson(en) der Untersuchung: Die in der Datei erfassten Empfänger
- 5 Zeitraum der Untersuchung: September/Oktober 2024
- 6 Durchführung der Untersuchung: Verlag G. Köhler e.K.



Empfängergruppen	Anteil an der verbreiteten Auflage in %	Versand
Planungs- und Architekturbüros	93,72 %	8 246
Objektbau (Wohnungsbau, gewerblicher, industrieller und öffentlicher Hochbau, Baurenewerung/Sanierung)	82,89 %	7 941
Stadt- und Raumplanung	5,97 %	572
Landschafts- und Gartengestaltung	0,19 %	18
Innenarchitektur	63,82 %	6 114
Betriebliche Funktionen		
Planung/Entwurf	93,63 %	8 970
Ausschreibung/Disposition	31,84 %	3 050
Größe der Wirtschaftseinheiten nach Beschäftigten		
2 -15 Beschäftigte	87,51 %	7 350
mehr als 15 Beschäftigte	12,49 %	1 049
Baustoffverarbeitungsbetriebe (Verlegung, Montage)	2,54 %	224
im Objektbau tätig	95,70 %	173
im Bereich Sanierung, Renovierung, privatem Haus- und Wohnungsbau	87,75 %	158
Fliesengroßhandel und Flieseneinzelhandel, Sanitärhandel mit Ausstellung	1,26 %	111
handeln schwerpunktmäßig mit Baukeramik (Fliesen): bieten Fliesen und Sanitärprodukte an und stellen beide Sortimentsbereiche in ihren Ausstellungen vor:	73,91 %	85
	93,91 %	108
Wohnungsbauunternehmen / Bauabteilungen von Industrie, Handel, Banken, Versicherungen	0,16 %	14
Baubehörden/Bauämter	2,25 %	198
Verbände, Organisationen und sonstige	0,06%	5
Ausland (nicht erhoben)		
Tatsächliche verbreitete Auflage (tvA) Inland	100,00%	8 798



1 Anzeigenformate und Preise:

Format	Breite x Höhe in mm (Satzspiegel)	Breite x Höhe in mm Anschnittformate ohne Beschnittzugabe*)	s/w-Anzeigen €	Farbanzeigen €
1/1 Seite	190 x 266	210 x 297	2.600,-	3.900,-
3/4 Seite	190 x 199 oder 141 x 266	210 x 224 oder 149 x 297	1.800,-	2.900,-
2/3 Seite	190 x 177 oder 126 x 266	210 x 193 oder 136 x 297	1.600,-	2.600,-
1/2 Seite	190 x 133 oder 92 x 266	210 x 148 oder 102 x 297	1.200,-	2.200,-
1/3 Seite	190 x 85 oder 75 x 266	210 x 110 oder 85 x 297	800,-	1.300,-
1/4 Seite	44 x 266 oder 92 x 133 oder 190 x 62	54 x 297 oder 103 x 148 oder 210 x 86	600,-	1.100,-
1/8 Seite	190 x 30 oder 92 x 62 oder 44 x 133	210 x 45 oder 100 x 86 oder 54 x 149	350,-	550,-

Alle Anzeigen inklusive Kennziffer zur direkten Kontaktaufnahme durch den Leser und damit meßbarer Resonanz
*) zzgl. jeweils 3 mm Beschnittzugabe an allen Hefrändern. 10% Zuschlag für angeschnittene Anzeigen.
Andere Formate wie Doppelseite, Inselanzeigen etc. auf Anfrage

2 Zuschläge

Vorzugsplatzierungen:

2., 3. und 4. Umschlagseite (nur farbig) € 4 200,-
inklusive 4c Farbzuschlag für 1/1 Seite

Die Belegung einer Umschlagseite erfolgt im Rahmen einer Sondervereinbarung. Umschlagseiten können zahlenmäßig in einen Abschluss einbezogen werden, sind jedoch nicht rabattfähig. Verbindlich bestätigte Umschlagseiten-Dispositionen können aus produktionstechnischen Gründen nicht annulliert werden.

Platzierungszuschläge:

10 % für verbindliche Platzierungszusage (nicht rabattfähig)

Sonderfarben:

je Sonderfarbe 25 % Zuschlag
Farbzuschläge sind nicht rabattfähig.

Formatzuschläge:

Anzeigen über Bund 10%
Angeschnittene Anzeigen 10%
(1/1 Seite = B 216 x H 303 mm inkl. 3 mm Beschnitt)
(2/1 Seite über Bund = B 426 x H 303 mm inkl. 3 mm Beschnitt)
Formatzuschläge sind nicht rabattfähig.
Zuschläge werden vom jeweils gewählten Formatpreis berechnet (schwarz-weiß oder Farbe)



3 Rabatte:

Bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres (Beginn mit dem Erscheinen der ersten Anzeige) auf den s/w-Grundpreis

Malstaffel	Mengenstaffel
2 Anzeigen 3%	1 Seite 3%
4 Anzeigen 5%	3 Seiten 5%

Für Beilagenaufträge und für Anzeigen auf Titelseiten sowie für Gelegenheitsanzeigen kann kein Rabatt eingeräumt werden.

Ein Einhefter wird laut Malstaffel als eine Anzeige rabattiert.

4 Rubriken: -

5 Sonderwerbformen:

InfoBox (Katalog-Service):

Zur Vorstellung von Kommunikationsmitteln (nur Kataloge, Prospekte, Firmendarstellungen, Homepage ...) mit Kennziffer zur direkten Kontaktmöglichkeit durch den Leser € 390,-

(Breite 48 mm x Höhe 80 mm, mindestens 4 Schaltungen jedoch mit der Möglichkeit das Motiv zu wechseln, nicht rabattfähig, nicht abschlussrelevant, keine Produktvorstellungen).

Titelstory:

Titelfoto (Format 110 x 110 mm) mit Querverweis auf Redaktion im Innenteil (themenbezogen platziert), bestehend aus 4 Seiten Farbredaktion zur Überbringung von Hintergrundinformationen und Planungs- bzw. Anwendungsbeispielen € 7.800,-

(frühe Festbuchung erforderlich / nicht AE-fähig, nicht rabattfähig).

Chiffregebühr:

€ 10,- pro Termin einschl. Versandkosten. Einschreib- oder Eilsendungen an den Verlag werden als gewöhnliche Briefsendungen weitergeleitet, es sei denn, der Absender übernimmt die Portokosten.

Advertorials:

Veröffentlichung von Firmen- und Produktinformationen im vorgegebenen Redaktionsschema, jedoch mit bereitgestellten Fotos / Dias / Lithos sowie Text. Nicht AE-fähig, nicht rabattfähig.

1/1 Seite 4c € 2.600,-
2/1 Seite 4c € 4.900,-

Lieferantennachweis:

Anzeigenfelder 58 mm Breite x 35 mm Höhe € 150,-
pro Schaltung bei mind. 4 Schaltungen (Firmenlogo, Produktnamen, Adresse).

Mit Kennziffer zur direkten Kontaktaufnahme durch den Leser. Nicht rabattfähig, nicht abschlussrelevant.

Stellengesuche:

50% Ermäßigung.

Online-Werbung:

Super Banner:
Format: jpg, gif, html, Maße: bis 728x90px, Position: Kopf/Fuß, max. 100KB, monatlich € 850,-

Rectangle Startseite:
Format: jpg, gif, Maße: bis 500x200px, statisch, Position: Content, max. 100KB, monatlich € 690,-

Sidebar Startseite:
Format: jpg, gif, Maße: bis 340x500px, statisch, Position: Content, max. 100KB, monatlich € 530,-



6 Kontakt - Anzeigen:

PVO - Presse- und Verlagsbüro Ott e.K.
Tel.: 06434-4029760
Fax: 06434-4029761
E-Mail: anzeigen.sks@pvott.de

7 Zahlungsbedingungen

Alle Preise gelten zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.
Auftraggeber aus dem Ausland werden gebeten, bei Erstaufträgen ihre USt-Ident.-Nr. anzugeben.
Bei Vorauszahlung oder erteilter Einzugsermächtigung 2% Skonto, bei Zahlung innerhalb von 8 Tagen 1% Skonto, innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum ohne Abzug.
Bankverbindung:
IBAN: DE58511500180071751291
BIC: HELADEF1LIM



1 Zeitschriftenformat:

210 mm breit, 297 mm hoch, DIN A4 (entsprechend 744 px breit, 1.052 px hoch)
Satzspiegel: 190 mm breit, 266 mm hoch (entsprechend 673 px breit, 943 px hoch)
Spaltenzahl: —

2 Realisierung:

digital als ePaper (FlippingBook Publisher)

3 Datenübermittlung:

Upload via Internet. Adresse: <https://87.191.161.129:48104/nas>
(alternativ: <ftp://87.191.161.129:40164>). Benutzen Sie bitte möglichst einen eigenen, eindeutig Dateinamen: Benutzername: sks-gast, Kennwort: druckdaten_sks (bitte die Übertragung möglichst vorher avisieren: Tel.: 02166-984183, Email: info@steinkeramiksanitaer.de).
E-mail: druckdaten.sks@stein-keramik-sanitaer.de (max. 10 MB je Datei)
(ausführliche Informationen enthält das Merkblatt „Digitale Versendung von Druckunterlagen“ im Internet unter <https://www.steinkeramiksanitaer.de/mediadaten/index.html>).

5 Datenformate/Druckunterlagen:

Die Übernahme digitaler Anzeigen (vorzugsweise als PDF) ist Standard; bei Positiv-Filmen bis 60er-Raster, Reinzeichnungen, Aufsichtsvorlagen oder Dias werden die Kosten für Reproduktion und Digitalisierung in Rechnung gestellt.

6 Datenarchivierung:

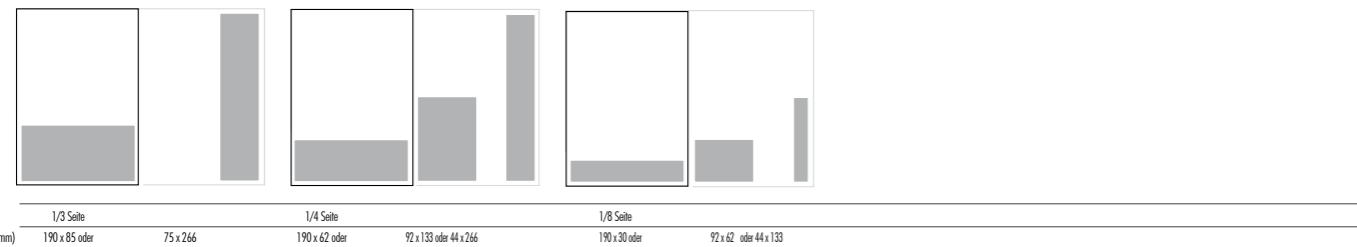
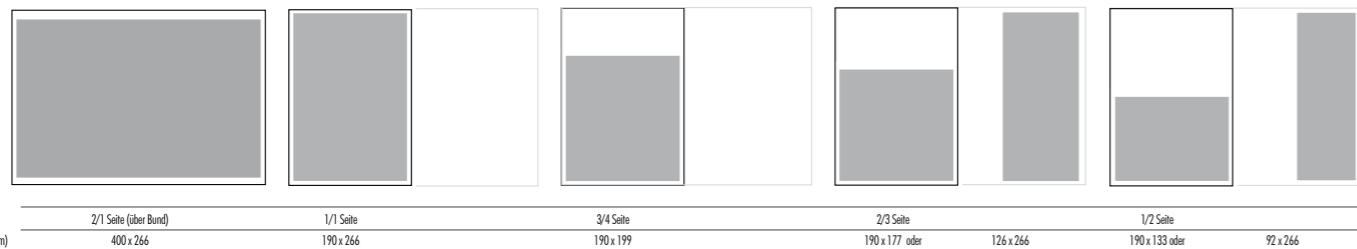
Daten werden bei uns archiviert, so dass eine unveränderte Wiederholung möglich ist. Eine Datengarantie wird von uns allerdings nicht übernommen.

7 Kontakt - Technik:

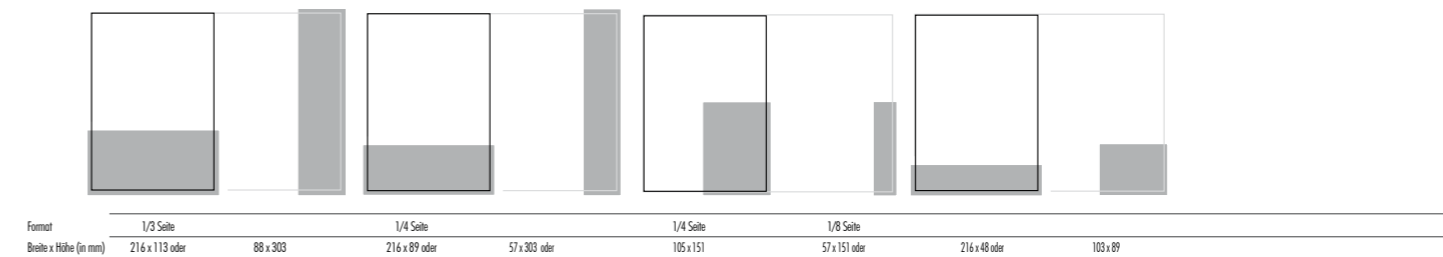
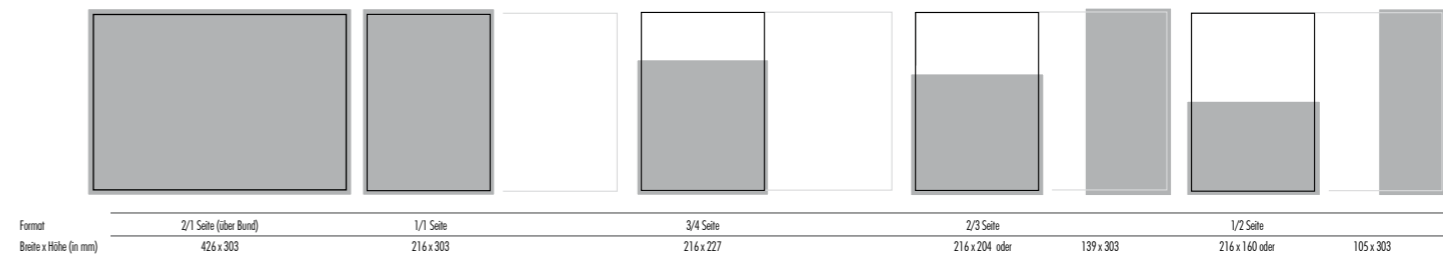
Gerhard Köhler: +49-(0)2166-984183



Anzeigenformate im Satzspiegel (190 x 266 mm)



Anzeigenformate angeschnitten
 (Angaben inkl. Beschnittzugabe)





Außerdem in jeder Ausgabe: Aktuelle Informationen aus Industrie und Wirtschaft; Produktinformationen; Objekt-Reportagen; Aktuelles und Nützliches für den Büroalltag aus der Welt der Finanzen und Versicherungen. (Änderungen der Themen aus aktuellem Anlass sowie Ergänzungen behalten wir uns vor).

Ausgabe	Architektur	Technik	Sanitär	SKS EXTRA	Messe-Kalender 2025
1 I. Quartal 2025 24.03.2025 Schlusstermine: Redaktion: 17.02.2025 Anzeigen: 14.03.2025 Druckunterlagen: 17.03.2025	Gastronomie und Hotelbauten; Stadtgestaltung mit Fassaden aus Keramik, Naturwerkstein oder Betonwerkstein.	Balkone und Terrassen: Pflege, Reinigung, von Fliesen und Naturstein. Sanierung: Sicherheit durch Entkoppelung.	Der richtige Ablauf für die Dusche. Problemlösungen für die Dusche in kritischen Sanierungsfällen. Überblick Duschabtrennungen.	Berichte über die Frühjahrmessen 2025: BAU München, Cevisama Valencia, ISH Frankfurt. Stadien, Freizeiteinrichtungen: Hygiene-Vorsorge für den Massenbetrieb in Sanitärbereich.	16.01.-19.01.2025 Hannover (D) DOMOTEX - The World of Flooring 13.01.-17.01.2025 München (D) BAU - Weltleitmesse für Architektur, Materialien und Systeme 19.01.-22.01.2026 Hannover (D) DOMOTEX - The World of Flooring 23.01.-25.01.2025 Assen (NL) BOUWPLAN - Thuis in wonen! - Baumesse 03.02.-07.02.2025 Utrecht (NL) Internationale Bouwbeurs - Internationale Baumesse 04.02.-06.02.2025 London (GB) Surface Design Show 15.02.-18.02.2025 Riad (KSA) Big 5 07.02.-09.02.2025 Freiburg (D) Gebäude. Energie. Technik - GETEC 12.02.-15.02.2025 Posen (PL) BUDMA - Internationale Baumesse 15.02.-23.02.2025 Brüssel (B) Batibouw - Baustoffe, Renovierung und Inneneinrichtung 24.02.-28.02.2025 Valencia (E) CEVISAMA - Keramik-, Glas- und Bauindustrie 12.03.-16.03.2025 München (D) Internationale Handwerksmesse 17.03.-21.03.2025 Frankfurt (D) ISH - Weltleitmesse für Wasser, Wärme, Luft
2 II. Quartal 2025 23.06.2025 Schlusstermine: Redaktion: 19.05.2025 Anzeigen: 13.06.2025 Druckunterlagen: 16.06.2025	Die Fliesen-Generation XXL: Größer, dünner, stärker, bunter: Gestalten mit und Verlegen von großformatigen, dünnen und sehr dünnen Fliesen.	Balkone und Terrassen: Pflege, Reinigung, von Fliesen und Naturstein. Sanierung: Sicherheit durch Entkoppelung. Oder doch lieber Stelzlager vs. Mörtelsäckchen.	Gesundheit und Hygiene in Sanitärräumen öffentlicher Gebäude, Schulen, Kindergärten, Kliniken, Pflegeeinrichtungen: Konzepte und Produkte.	<i>Ökologie und Nachhaltigkeit: Welche Zertifikate gibt es und wie wichtig sind sie?</i>	

Ausgabe	Architektur	Technik	Sanitär	SKS EXTRA	Messe-Kalender 2024
3 III. Quartal 2025 26.09.2025 Schlusstermine: Redaktion: 18.08.2025 Anzeigen: 12.09.2025 Druckunterlagen: 15.09.2025	Spaß & Wellness: Sauna, Dampfbad, Whirlpool, Schwimmbäder, Thermen in Hotels und Freizeitanlagen. Duschen mit Mehrwert: Infrarot, Dampf und Licht.	Ohne Risiko: Verlegung von Keramik oder Naturstein auf kritischen Untergründen in der Altbau-Renovierung.	Vorwandinstallation, Systeme, Anwendungsbeispiele; Fertigbäder: Komfortbäder in Serienfertigung.	<i>Verantwortungsbewusstsein: Nachhaltigkeit und Green Building als Option für die Zukunft.</i>	07.04.-13.04.2025 München (D) bauma - Baumaschinen 09.04.-12.04.2025 Izmir (TR) MARBLE - Marmor und Marmorbearbeitung 10.04.-12.04.2025 Lissabon (P) TEKTÓNICA - Internationale Baufachmesse 28.04.-30.04.2025 (USA) Detroit ceramics expo - tradeshow for ceramic materials and technologies 29.04.-02.05.2025 Orlando (USA) Coverings - The Global Tile & Stone Experience 07.05.-08.05.2025 Zürich (CH) Architect@Work Switzerland 07.05.-08.05.2025 Utrecht (NL) FUTURE FACADE - European Event for the facade industry 20.05.-22.05.2025 Barcelona (E) CONSTRU-MAT - Internationaler Salon des Baugewerbes 22.09.-26.09.2025 Bologna (I) CERSAIE - Internationale Messe für Baukeramik 23.09.-26.09.2025 Verona (I) MARMOMACC - Messe für Marmor und Naturstein 28.10.-31.10.2025 Köln (D) aquanale/FSB - aquanale Fachmesse für Sauna, Pool, Ambiente. FSB Fachmesse für Freiraum, Sport- und Bewegungseinrichtungen
4 IV. Quartal 2025 19.12.2025 Schlusstermine: Redaktion: 17.11.2025 Anzeigen: 12.12.2025 Druckunterlagen: 15.12.2025	Schöneres Licht für mehr Sicherheit im Badezimmer; die Fuge als Gestaltungselement bei Boden- und Wandflächen Design und Designer; Aktuelles aus den Designstudios.	Trittsicherheit, Abriebfestigkeit, Chemikalienbeständigkeit als Planungskriterium für Bodenbeläge.	Barrierefrei und komfortabel: Das Generationenbad als Gestaltungskonzept für die ganze Familie.	<i>Der LED-Hype - vom Spot zum Stripe: Wie sinnvoll ist buntes Licht im Bad? Über die aktuellen Trends und Lichteffekte.</i>	

Angaben zu Messeterminen nach bestem Wissen, jedoch ohne Gewähr, die Liste erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit

In einer umfangreichen Befragung haben wir unsere Leser um ihre Bewertung von STEIN.KERAMIK.SANITÄR gebeten. Hier eine Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse:

➔ Nahezu alle Empfänger halten es für gut oder sehr gut, die Zielgruppen Planung, Handel, Verarbeitung bzw. Verlegung und Montage mit unserem Medium gemeinsam anzusprechen. Sie bestätigen damit das Konzept, aller am Bau Beteiligten gleichermaßen anzusprechen.

➔ 86 Prozent unserer Empfänger sind Entscheider bzw. Mitentscheider, wenn es um den Einsatz neuer Produkte und Verfahren geht.

➔ Der Link zum ePaper wird durchschnittlich mit 2,6 Lesern geteilt, womit sich eine Reichweite von 23.300 Lesern ergibt.

➔ Unsere Leser sind hauptsächlich Architekten (94 Prozent einschl. Bauämter o.ä), das sind entsprechend der Reichweite über 21.900 pro SKS-Ausgabe.

➔ 79 Prozent unserer Leser rufen den Link zum ePaper mehrfach auf und/oder lesen jede Ausgabe länger als 15 Min.

➔ 90 Prozent unserer Leser halten SKS für informativ und für gut zwei Drittel ist SKS für ihre Arbeit hilfreich.

➔ Neun von zehn Lesern nutzen das kostenlose Kennziffer- und Infosystem oder das umfangreiche Register mit Onlinelinks zur gezielten weiteren Informationsbeschaffung und/oder Kontaktaufnahme.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

Ziffer 1 „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbung treibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

Ziffer 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.

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

Ziffer 4 Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Werbung treibende Auftraggeber und die Werbe- und Mediaagenturen 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.

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

Ziffer 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 Werbung treibenden Auftraggeber und den Werbe- und Mediaagenturen 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.

Ziffer 7 Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeige erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

Ziffer 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, gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen. Auch bei rechtsverbindlich bestätigten Aufträgen können Anzeigen und Beilagen zurückgewiesen werden, wenn deren Inhalt nach pflichtgemäßem Ermessen des Verlages erst nach Vorlage gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei 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 Werbung treibenden Auftraggeber und den Werbe- und Mediaagenturen unverzüglich mitgeteilt.

Ziffer 9 Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen sind der Werbung treibende Auftraggeber und die Werbe- und Mediaagenturen 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.

Ziffer 10 Der Werbung treibende Auftraggeber und die Werbe- und Mediaagenturen haben bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so haben der Werbung treibende Auftraggeber und die Werbe- und Mediaagenturen ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind - auch bei telefonischer Auftragserteilung - ausgeschlossen;

Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt.

Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt.

Reklamationen müssen - außer bei nicht offensichtlichen Mängeln - innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

Ziffer 11 Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Werbung treibende Auftraggeber und die Werbe- und Mediaagenturen tragen 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 wird.

Ziffer 12 Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche

Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

Ziffer 13 Falls der Werbung treibende Auftraggeber und die Werbe- und Mediaagenturen nicht Vorauszahlung leisten, 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 laufende 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. Der Verlag gewährt bei Aufträgen durch Werbe- und Mediaagenturen die übliche Mittelprovision von 15% auf die Bruttopreise abzüglich Kundenrabatte.

Ziffer 14 Bei Zahlungsverzug oder Stundung sind die Verzugszinsen in Höhe von 7% über dem jeweiligen Basiszinssatz zu zahlen, der gemäß dem Diskontsatz-Überleitungs-Gesetz von der Deutschen Bundesbank veröffentlicht wird. Die Geltendmachung weiteren Verzugschadens wird hierdurch nicht ausgeschlossen. Darüber hinaus werden 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. Im Falle eines Zahlungsverzuges gehen sämtliche Mahn- und Inkassokosten zu Lasten des Werbung treibenden Auftraggebers und der Werbe- und Mediaagenturen.

Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Werbung treibenden Auftraggebers und der Werbe- und Mediaagenturen 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 offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

Ziffer 15 Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden die Anzeigenausgaben, die Anzeigenbelegseiten 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.

Ziffer 16 Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstöcke, Matrern und Zeichnungen sowie für vom Werbung treibenden Auftraggeber und der Werbe- und Mediaagenturen gewünschten oder zu vertretenden erheblichen Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen haben der Werbung treibende Auftraggeber und die Werbe- und Mediaagenturen zu tragen.

Ziffer 17 Aus einer Aufgabeminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung 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 tatsächlich verbreitete Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Aufgabeminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie

bei einer Auflage bis zu 50000 Exemplaren 20 v. H.,

bei einer Auflage bis zu 100000 Exemplaren 15 v. H.,

bei einer Auflage bis zu 500000 Exemplaren 10 v. H.,

bei einer Auflage über 500000 Exemplaren 5 v. H.

beträgt.

Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Werbung treibenden Auftraggeber und Werbe- und den Mediaagenturen von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

Ziffer 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.

Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Werbung treibenden Auftraggebers und der Werbe- und Mediaagenturen das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

Ziffer 19 Duplikatfilme werden nur auf besondere Anforderung an den Werbung treibenden Auftraggeber und der Werbe- und Mediaagenturen zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

Ziffer 20 Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.

Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz.

Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Werbung treibenden Auftraggebers und der Werbe- und Mediaagenturen im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Werbung treibende Auftraggeber und die Werbe- und Mediaagenturen nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes gelegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

