

2010

Anzeigenpreisliste Nr. 24

PZN: 505560

Gültig ab 01.01.2010

INHALT

Titelporträt	2
Verlagsangaben	3
Techn. Angaben, Grundpreise, Rabatte	4
Anzeigenformate und Anzeigenpreise	5
mm-Preise und Rubrikanzeigen	6
Terminkalender	7
Beihefter	8
Beilagen	9
Beikleber/Warenproben	10
Leserschaftsdaten	11
Geschäftsbedingungen	13



WAZ
»» ZEITSCHRIFTEN
MARKETING
Medien für Millionen



Ein HERZ für Tiere ist seit über 27 Jahren Europas größte Tierzeitschrift

Kein Wunder, bei **Ein HERZ für Tiere** dreht sich alles rund ums Tier. **Ein HERZ für Tiere** ist die Nummer 1, wenn es um Fragen und Antworten zum Haustier und zur Haustierhaltung geht. Mit allerhöchster Sachkompetenz, durchaus kritisch, nie negativ, macht **Ein HERZ für Tiere** Lust aufs Tier, setzt sich mit Engagement fürs Tier ein und begleitet den Tierhalter durch seinen „tierischen“ Alltag.

- **Ein HERZ für Tiere** wendet sich an alle großen und kleinen Tierhalter und -freunde. Mit einem modernen, klaren Auftritt, der die Informationen fachlich kompetent und verständlich präsentiert, und einer ausgewogenen Themenmischung spricht das Magazin die ganze Familie an.
- **Ein HERZ für Tiere** informiert aktuell über News aus der Tierwelt, aus Heimtierforschung, Wissenschaft und Tiermedizin.
- Praktische Tipps zu Umgang, Haltung, Erziehung, Gesundheit und Pflege der beliebtesten Hausgenossen sind im Serviceteil zu finden. Reisetipps, Ausflüge in Zoos und Wildparks, Events aus der Tierszene und Infos über die TV-Highlights des Monats komplettieren den Serviceteil. Reportagen entführen in die heimische und exotische Tierwelt und berichten über Menschen, die sich für Tiere und Umwelt engagieren.
- Für Abwechslung und Entspannung sorgt der Unterhaltungsteil mit Rätseln, Quiz und Gewinnspielen.

3 Verlagsangaben



Anzeigen: WAZ Zeitschriften Marketing GmbH & Co. KG

Anschrift: Münchener Straße 101/09
85737 Ismaning

Telefon: (089) 27 27 0-79 42

Anzeigenleitung:
Sonja Haase -79 24
E-Mail: sonja.haase@waz-zeitschriften.de

Anzeigenverkauf:
Elisabeth Plomitzer-Kanzler -79 47
E-Mail: elisabeth.plomitzer@waz-zeitschriften.de

Auftragsabwicklung:
Christoph Spiegel -79 35
E-Mail: christoph.spiegel@waz-zeitschriften.de

Telefax: (089) 27 27 0-79 91

Internet: www.waz-zeitschriften.de
www.herz-fuer-tiere.de

Bankverbindung: Deutsche Bank AG Essen
Konto-Nr. 2800 761 00
BLZ 360 700 50
SWIFT-Code(BIC): DEUTDE3333
IBAN: DE06 36070050 0 280076100



Erscheinungsweise: monatlich

Erstverkaufstag: Freitag

Garantiert verkaufte Auflage: 100.000 Exemplare

Zahlungsbedingungen: Zahlung innerhalb von 8 Tagen nach Rechnungsstellung mit 2% Skonto, sofern nicht ältere Rechnungen überfällig sind, oder 30 Tage rein netto ohne Abzug.

Es können sich Entgeltminderungen auf Grund von Rabattvereinbarungen ergeben. Dies wird vom Verlag je Kunde einzeln ausgewiesen.

4 Technische Angaben, Grundpreise und Rabatte



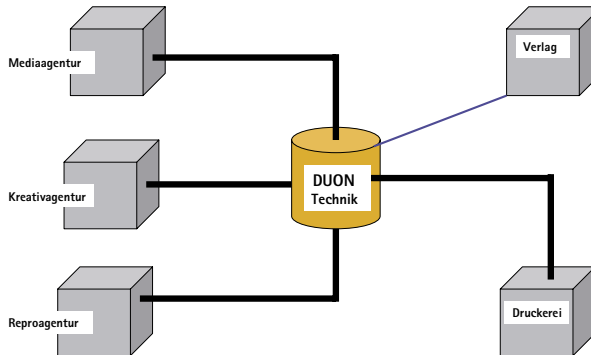
Die in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Verlage angegebenen Ansprüche auf Gewährleistung sind wirksam bei der Einhaltung der im DUON-Portal angegebenen, zertifizierten technischen Anforderungen und Standards. Dies gilt auch bei einer prooflosen Datenanlieferung.

Technische Angaben:

Die aktuellen und verbindlichen technischen Angaben finden Sie unter: www.duon-portal.de

Anlieferung Druckunterlagen :

Alle Druckunterlagen sind elektronisch über das Druckunterlagenportal www.duon-portal.de anzuliefern. Support erhalten Sie unter: support@duon-portal.de oder direkt unter Tel.: 040 / 374117 - 50



Anzeigenbuchungen Print und Online können auch über das Online-Booking-System (OBS) übermittelt werden.
www.obs-portal.de

PZN: 505 560

Druckunterlagen:

Digitale Anlieferung per ISDN/E-Mail oder auf Datenträger. Für den Offset-Euro-Standard aufbereitete Anzeigen im TIFF-, JPG- oder PDF-Format; Auflösung 300 dpi.

Das Reklamationsrecht erlischt bei Nichteinhaltung des Datenanlieferungstermins sowie bei Nichteinhaltung der aufgeführten Punkte, Datenfehlern und bei Farbraumdifferenzen (z.B. Tiefdruckdaten und -proof bei einer Offsetschaltung).

Anzeigen, alle Farben:	1/1 Seite	10.800,- EUR
-------------------------------	------------------	---------------------

Nachlässe:

Mengenstaffel		Malstaffel	
ab 1 Seite	3%	ab 3 Anzeigen	3%
ab 3 Seiten	5%	ab 6 Anzeigen	5%
ab 6 Seiten	10%	ab 9 Anzeigen	10%
ab 9 Seiten	12%	ab 12 Anzeigen	15%
ab 12 Seiten	15%		
ab 18 Seiten	18%		
ab 24 Seiten	20%		

Kontakt: WAZ Zeitschriften Marketing GmbH & Co. KG
Christoph Spiegel
Münchener Straße 101/09 · 85737 Ismaning
Telefon (089) 27 27 0 - 79 35
Telefax (089) 27 27 0 - 79 92
E-Mail: christoph.spiegel@waz-zeitschriften.de

5 Anzeigenformate und -preise



Größe in Seitenteilen		Satzspiegel		Angeschnittene Anzeigen		Preise Für alle Farben
		Breite mm	Höhe mm	Beschnittzugabe seitlich sowie oben und unten je 4 mm Breite mm	Höhe mm	
1/1		180	267	210	297	EUR 10.800,-
9/16		134	200			7.000,-
1/2	hoch	88	267	104	297	6.500,-
	quer	180	132	210	147	
1/3	hoch	58	267	68	297	4.600,-
	quer	180	87	210	97	
1/4	hoch, einspaltig	42	267	58	297	3.500,-
	normal, zweiseitig	88	132			
	quer, vierspaltig	180	64			

Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen. Platzierungsaufschlag für 4. Umschlagseite 700,- Euro.

6 mm-Preise und Rubrikanzeigen



Gewerbliche Anzeigen

Hundeschulen, Ausbildung und Unterricht, Hotels/Pensionen, Dienstleistungen, etc.

Spaltenbreite einspaltig/42 mm, zweispaltig/88 mm

Schwarz-weiß **5,30 EUR**/pro Spalte/pro mm Höhe
Zusatzfarbe **7,10 EUR**/pro Spalte/pro mm Höhe
Vierfarbig **13,10 EUR**/pro Spalte/pro mm Höhe

Mindesthöhe einspaltig/20 mm, zweispaltig/15 mm

Die Preise gelten für die Platzierung innerhalb des Anzeigenteils. Platzierung im redaktionellen Teil unter Vorbehalt im Block 20% Aufschlag.

Rabatte siehe Seite 4.

m@us-clicks – tierische Adressen im Internet

Gleichzeitiges Erscheinen der Anzeige im Heft und als Banner unter www.herz-fuer-tiere.de

Format	88 x 15 mm	vierfarbig	240,- EUR
Format	88 x 30 mm	vierfarbig	480,- EUR
Format	88 x 64 mm	vierfarbig	960,- EUR

Abweichende Formate sind nicht möglich.

7 Terminkalender 2010



Heft-Nr.	Erstverkaufstag	Anzeigenschluss- und Rücktrittstermine	Druckunterlagenchluss Datenanlieferung	Anlieferung Ad-Specials
02	Fr. 22.01.10	16.12.09	23.12.09	08.01.10
03	Fr. 19.02.10	20.01.10	27.01.10	05.02.10
04	Fr. 19.03.10	17.02.10	24.02.10	05.03.10
05	Fr. 23.04.10	22.03.10	29.03.10	09.04.10
06	Fr. 28.05.10	26.04.10	03.05.10	12.05.10
07	Fr. 25.06.10	25.05.10	01.06.10	11.06.10
08	Fr. 30.07.10	30.06.10	07.07.10	16.07.10
09	Fr. 27.08.10	28.07.10	04.08.10	13.08.10
10	Fr. 24.09.10	25.08.10	01.09.10	10.09.10
11	Fr. 22.10.10	22.09.10	29.09.10	08.10.10
12	Fr. 19.11.10	19.10.10	26.10.10	05.11.10
01/11	Fr. 17.12.10	17.11.10	24.11.10	03.12.10

Beihefter sind fest in die Zeitschrift eingehaftete Drucksachen/Prospekte eines Werbungtreibenden. Sie können verarbeitungsfertig vom Auftraggeber zur Verfügung gestellt oder in unserer Druckerei als von der Zeitschrift unabhängiger Druckauftrag produziert werden.

Beihefterpreise:

(je angefangene 1.000 Exemplare ohne Nachlässe)

Gesamtauflage

bis -4 Seiten	62,- EUR	bis 16 Seiten	77,- EUR
bis -8 Seiten	67,- EUR	bis 20 Seiten	82,- EUR
bis 12 Seiten	72,- EUR	bis 24 Seiten	93,- EUR

Teilaufgabe

bis -4 Seiten	82,- EUR	bis 16 Seiten	103,- EUR
bis -8 Seiten	88,- EUR	bis 20 Seiten	110,- EUR
bis 12 Seiten	95,- EUR	bis 24 Seiten	124,- EUR

Die Preise können sich erhöhen, wenn die Beschaffenheit des Beihefters die Verarbeitung erschwert und technische Mehrkosten entstehen.

Belegungsmöglichkeiten

Gesamtauflage, Teilaufgabe nach Nielsegebieten, Einzelverkauf, Inland, nur Abonnenten-Auflage. Die zu belegenden Auflagen unterliegen Schwankungen, deshalb muss die tatsächlich benötigte Menge vor Drucklegung der Beihefter abgestimmt werden (genannte Auflagen zuzüglich 3% Zuschuss).

Mindestauflage: 30.000 Exemplare.

Platzierung: Heftmitte oder im vorderen und hinteren Heftteil (Postkarten)

Technische Angaben:

Heftformat beschnitten: 210 x 297 mm. Beschnittzugabe am Kopf 5 mm und am Fuß 3 mm (Kopfanlage), seitlich je 5 mm. Bei am Kopf nicht geschlossenen Beiheftern ist zusätzlich ein Rückfalz von 10 mm erforderlich. Weitere Formate auf Anfrage. Wichtige Text- und Bildelemente des Beihefters, die nicht angeschnitten werden dürfen, müssen einen Abstand von 10 mm zu den Beschnittkanten aufweisen. Die Anlieferung muss im unbeschnittenen Format erfolgen. Bei Auftragserteilung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters notwendig.

Disposition so früh wie möglich erbeten. Die Vorlage eines Musters ist bei der Auftragserteilung erwünscht, muss aber spätestens einen Monat vor Erstverkaufstag erfolgen. **Der Auftrag wird für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters des Beihefters und dessen Billigung verbindlich.**

Liefertermin: siehe Terminkalender Seite 7.

Lieferadresse: Druckerei Stürtz GmbH
Alfred-Nobel-Straße 33, 97080 Würzburg

Änderungen vorbehalten.

Lieferkonditionen:

Auf Euro-Paletten frei Druckerei mit Lieferschein. Die Begleitpapiere müssen Angaben über Stückzahl, Zeitschriftentitel, Streugebiet und Heft-Nr. enthalten. An jeder Verpackungseinheit sollte sichtbar ein Muster angebracht sein.

9 Beilagen



Beilagen sind in der Zeitschrift lose beigefügte Drucksachen.

Beilagenpreise:

(je angefangene 1.000 Exemplare ohne Nachlässe)

bis 20 g **64,- EUR**

bis 25 g **67,- EUR**

bis 30 g **69,- EUR**

bis 35 g **72,- EUR**

bis 40 g **74,- EUR**

Zuzüglich Postgebühren bei Belegung der Abo-Auflage.

Belegungsmöglichkeiten:

Gesamtauflage, Teilaufgabe nach Nielseengebieten, Einzelverkauf, Inland, nur Abonnenten-Auflage. Die zu belegenden Auflagen unterliegen Schwankungen, deshalb muss die tatsächlich benötigte Menge vor Drucklegung der Beilagen abgestimmt werden (genannte Auflagen zuzüglich 3% Zuschuss).

Mindestauflage: 50.000 Exemplare.

Beilagenformate:

Mindestformat 105 x 148 mm (DIN A 6)

Höchstformat 190 x 277 mm

Technische Angaben:

Beilagen werden maschinell in das Heft eingefügt. Sie müssen deshalb aus einem Teil bestehen oder durch Umschlag, Heftung oder Klebung so zusammengehalten werden, dass sie als ein Teil verarbeitet werden können. Beilagen werden mit der geschlossenen Seite parallel zum Rücken der Zeitschrift eingelegt. Eine bestimmte Platzierung kann nicht zugesagt werden.

Disposition so früh wie möglich erbeten. Die Vorlage eines Musters ist bei der Auftragserteilung erwünscht, muss aber spätestens einen Monat vor Erstverkaufstag erfolgen. **Der Auftrag wird für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und dessen Billigung verbindlich.**

Liefertermin: siehe Terminkalender Seite 7.

Lieferadresse: Druckerei Stürtz GmbH
Alfred-Nobel-Straße 33, 97080 Würzburg

Änderungen vorbehalten.

Lieferkonditionen:

Auf Euro-Paletten frei Druckerei mit Lieferschein. Die Begleitpapiere müssen Angaben über Stückzahl, Zeitschriftentitel, Streugebiet und Heft-Nr. enthalten. An jeder Verpackungseinheit sollte sichtbar ein Muster angebracht sein.

10 Beikleber/Warenproben

Beikleber werden auf eine Basisanzeige so aufgeklebt, dass sie von Interessenten mühelos abgelöst und verwendet werden können. Für die Verarbeitung kommen in Frage:

Postkarten oder andere rechteckige, ungefaltete Drucksachen, Briefumschläge mit und ohne Inhalt.

Andere Ausführungen von Drucksachen sowie Warenproben sind nur nach besonderer Vereinbarung möglich.

Beikleberpreise: (je angefangene Tausend, ohne Nachlässe)

- a) Postkarten oder andere rechteckige, ungefaltete Drucksachen, leere Briefumschläge: **31,- EUR**
- b) Briefumschläge mit Inhalt, Booklets auf Anfrage: **34,- EUR**
- c) Warenproben auf Anfrage

Postgebühren müssen weiterberechnet werden. Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Rechnungsbetrag aufgeschlagen. Für die Gebühren kann weder Provision noch Skonto gewährt werden.

Auftrags- und Rücktrittstermin:

Anzeigenschluss und Rücktrittstermin wie bei Mehrfarbanzeigen. Disposition so früh wie möglich erbeten. Die Vorlage eines Musters (5-fach) ist bei der Auftragserteilung erwünscht.

Belegungsmöglichkeiten:

Gesamtauflage, Teilaufgabe nach Nielsegebieten. Die zu belegenden Auflagen unterliegen Schwankungen, deshalb muss die tatsächlich benötigte Beiklebermenge vor Fertigungsbeginn abgestimmt werden (genannte Auflagen zuzüglich 3% Zuschuss).

Anzeigenabnahme:

Basisanzeige 1/1 Seite in der Gesamtauflage.
Berechnung lt. Preisliste.

Platzierung:

Die Platzierung der Trägeranzeige sowie der Stand des Beiklebers bedürfen der Absprache mit der Anzeigenabteilung. Stand des Beiklebers mindestens 1 cm vom Bund, Außen-, Kopf- oder Fußbeschnitt entfernt, in der oberen und unteren Hälfte. Die Art der Verarbeitung bedingt geringe Standabweichungen.

Beikleberformat:

105 x 148 mm (DIN A 6). Andere Formate nach Absprache.

Technische Bedingungen:

Papiergewicht für ungefaltete Drucksachen in der Regel 150 g/qm, für gefaltete Drucksachen nach Absprache. Warenproben dürfen keinen gefährlichen Inhalt haben oder Verarbeitung und Versand einer Massenaufgabe beeinträchtigen. Folienverschweißte Beutel müssen einem Berstdruck von mindestens 10.000 N/cm² über 15 Minuten unbeschadet standhalten.

Die Kosten für eine eventuell notwendige Entsorgung von Warenproben aus der Remission sind abhängig von der Art der Proben oder der Verpackung und werden ggf. dem Auftraggeber in Rechnung gestellt.

Haftung:

Der Verlag wird von allen Ansprüchen Dritter, die sich aus der Beiklebung einer Warenprobe ergeben, freigestellt. Ebenso sind Schäden, die dem Verlag aus der Nichtbeachtung der technischen Bedingungen entstehen, zu ersetzen.

Die endgültige Annahme jedes Auftrages ist von der Vorlage eines verbindlichen Beikleber-Musters, evtl. auch von der Durchführung eines Probelaufs abhängig. Dafür müssen vom Auftraggeber 1.000 Original-Muster kostenlos zur Verfügung gestellt werden.

Anlieferung:

Termin laut Terminkalender Seite 8, zu handlichen Mengen gebündelt, einwandfrei verpackt und maschinell verarbeitungsfähig frei Druckerei.

Druckerei Stürtz GmbH, Alfred-Nobel-Straße 33, 97080 Würzburg

Änderungen vorbehalten.

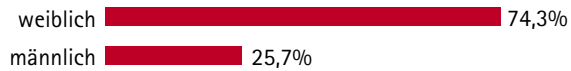
Die Begleitpapiere müssen Angaben über Stückzahl, Zeitschriftentitel, Streugebiet und Heft-Nr. enthalten. An jeder Verpackungseinheit sollte sichtbar ein Muster angebracht sein.



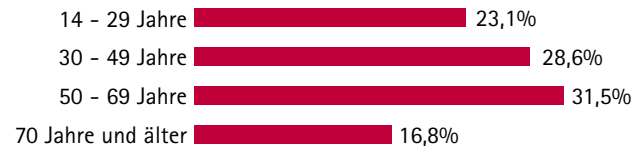
Soziodemografie

Reichweite 1,25 Mio. Leser

Geschlecht



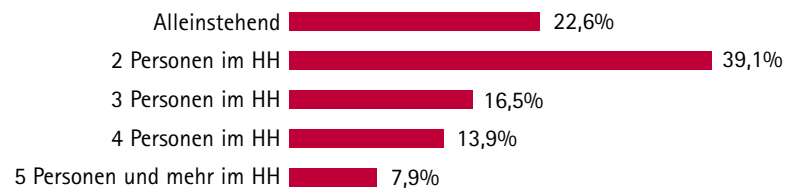
Altersgruppen



Haushalts-Netto-Einkommen



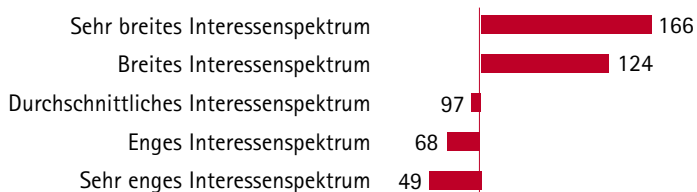
Personen im Haushalt



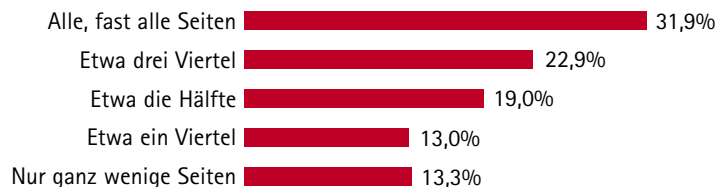
*Quelle: AWA 2009

12 Leserschaftsdaten*

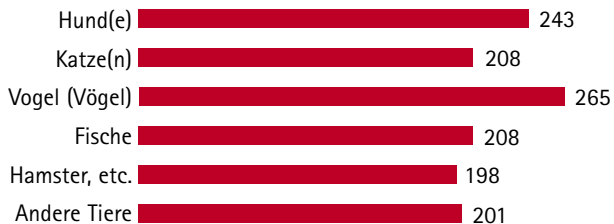
Interessenshorizont



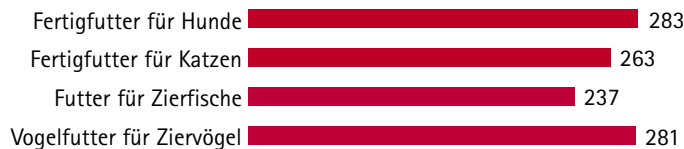
Leseverhalten



Tierbesitz



Persönlicher Kauf in den letzten 14 Tagen



*Quelle: AWA 2009, Indexwert 100 = Gesamtbevölkerung

Weiteres Datenmaterial auf Basis der AWA 2009 stellen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Informationen unter Telefon (089) 27 27 0 - 79 24 • E-Mail: sonja.haase@waz-zeitschriften.de

13 Geschäftsbedingungen



Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und andere Werbemittel in Zeitungen und Zeitschriften

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Zeitung oder Zeitschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Der Anzeigenauftrag kommt zustande durch die Buchung der Anzeige durch den Auftraggeber (Angebot) und Bestätigung der Buchung durch den Verlag in Textform (Annahme). Buchung und Bestätigung können auch über das OBS Online-Buchungssystem erfolgen (Infos zu OBS finden Sie unter [www.obs-portal.de](#)).
3. Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftsverkehr unter anderem durch, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingekauft, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird.
4. Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses 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 zu erstatten. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeiten dem Preis entsprechend in Anzeigenflächen umgerechnet.
6. Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig bei Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf andere Werbemittel zu führen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, auch 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 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 – abzuholen, wenn
 - deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem BeschwerdEVERFAHREN beanstandet wurde oder
 - deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder
 - Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten.Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Moders und dessen Billigung bindend. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Werbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Das berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbindungsauflasses. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Der Anzeigenkunde ist ausschließlich verantwortlich für die Inhalte seiner Anzeigen. Dies gilt insbesondere für strafrechtliche und zivilrechtliche Verstöße, die ihre Ursache in dem Inhalt oder Gestaltung der Anzeigen haben. Werden in Anzeigen Internetadressen oder Internetsignale angegeben, ist der Auftraggeber für die darüber erreichbaren Inhalte ausschließlich verantwortlich. Diese Verantwortlichkeit des Auftraggebers erstreckt sich insbesondere darauf, dass in die Anzeigen angegebenen Internetadressen oder Internetsignale weder direkt noch indirekt zu Seiten führen, die rechtsverletzende, strafbare, pornographische oder sonstige anstößige Inhalte aufweisen. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die in der Anzeige verwendeten Internetadressen und Internetsignale für die Dauer des Anzeigenauftrages und der Wahrnehmbarkeit durch den geeigneten Leser zu überwachen, im Falle eines festgestellten Verstoßes den betreffenden Inhalt und/oder Link unverzüglich sperren und dem Verlag dafür die Mitteilung machen. Dritte, die den Auftraggeber informieren, sind verpflichtet, dies dem Verlag mitzuteilen.
10. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet ordnungsgemäß, insbesondere deren Format, oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Anzeigen für Anzeigenaufträge zu liefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckunterlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist für die belagten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderer Werbemittel in der Druckunterlage gegebenen Möglichkeiten.
11. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.

11. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Verbreitung der Anzeige.
12. Es ist die Pflicht des Auftraggebers, die Mitteilung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanleihe bzw. Ersatzverpflichtung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wird. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanleihe bzw. Ersatzverpflichtung zu verweigern, wenn
 - diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder
 - diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre.Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanleihe oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanleihe/ Ersatzverpflichtung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrages ausgeschlossen.
13. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden. Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbarer Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbarer Schaden beschränkt. Bei Ansprüchen nach dem Schadensrecht des Auftraggebers ist die Haftung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.
13. Probezeigung werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probezeigung. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übergang des Probezeigungs gesetzten Frist mitgeteilt werden.
14. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
15. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preislite ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht die Anzeigen auf andere Werbemittel zu führen sind. Bei der Preiszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preislite gewährt.
16. Bei Zahlungsvorgang oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für rechtlichen 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 zu verweigern. Die Zahlungsfrist ist dem Anzeigenschlussstermin und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
17. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegexemplare 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.
- 18a. Aus einer Auflagenminderung kann – vorbehaltlich der Regelung Ziff. 18b – nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt dies mit der ersten Anzeige beginnenden, insertionsartigen, die Garantieaufgabe unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie bei einer Garantieaufgabe bis zu 5000 Exemplaren mindestens 20 v. H., bei einer Auflage von 1000 bis zu 5000 Exemplaren mindestens 25 v. H., Garantieaufgabe bis zu 500 Exemplaren mindestens 10 v. H., Garantieaufgabe über 500 000 Exemplaren mindestens 5 v. H., beträgt. Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 25 bleibt unberücksichtigt. Als Garantieaufgabe gilt die in der Preislite oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage, wenn die durchschnittliche Auflage der tatsächlich verkauften (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vorausgesehenen Kalenderjahres.
- Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Auftraggeber die Möglichkeit hat von dem Absicht der Preiserminderung Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten könnte.
- 18b. [Sondervorschrift bei Auflagenminderungen für Zitel, die heftbezogene Auflagen daten

- veröffentlichen]. Abweichend von Nummer 18a berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagen daten veröffentlichen, nur dann zu einer Preiserminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (Garantieaufgabe) von bis zu 500 000 Exemplaren 10 v. H. und bei einer Auflage (Garantieaufgabe) von über 500 000 Exemplaren 5 v. H. überschreitet. Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 25 bleibt unberücksichtigt. Die der Garantie zugrunde liegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IVW. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr aus dem Auflagendurchschnitt der vier Quartale (Garantieaufgabe), soweit nicht anders vereinbart wurde. Die Garantie ist im jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preiserminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengensteil und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preiserminderung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definierten Zeiten vereinbart wurde. Bei Kombiaktionen werden alle beteiligten Objekte der jeweiligen Kombis gemeinsam betrachtet. Die mögliche Auflagenminderung errechnet sich als Saldo der Auflagenüber- und Auflagenunterschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Insertionsjahres. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundenstatus unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalgutsschrift oder wenn dies nicht möglich ist als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2.500 Euro beträgt.
19. Betz. Ziffernanzeigen. Unzutreffend.
20. 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 Nichtaufleuten nach deren Wohnort. Ist der Wohnort der gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnort oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vorzuziehen.
21. Die Werbungsmitler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislite des Verlages zu halten.
22. Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind gegenüber Unternehmen wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittrecht zu. Das Rücktrittrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgedeutet werden.
23. Wird die Konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch die Kapitalstruktur und durch die Konzernabschlüsse des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss spätestens bis zum Abschluss des Insertionsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Ein Nachweis bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag.
- Konzernverbundene nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernverbundenheit.
24. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zu liefernden Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Auftragsauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverfolgung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverfolgung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche Rechte für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus Datenbanken und die Nutzung, in- und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen ertlich unbegrenzt übertragen.
25. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschneidung, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und ähnlichen Umständen, die die Durchführung der Werbung verhindern oder erheblich beeinträchtigen, ist der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedienst – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsgebiet mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage (Garantieaufgabe) abgerechnet wird. Die Abrechnung erfolgt auf Basis der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.



14 Ansprechpartner

Bayern, Baden-Württemberg, Berlin,
Brandenburg (Nord), Mecklenburg-Vorpommern,
Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein,
Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen
siehe Verlag

Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland
Bergisch & Storck oHG
Gerd Bergisch
Christiann Storck
Finkenhofstraße 21
60322 Frankfurt/Main
Telefon: (069) 55 35 91
Telefax: (069) 5 97 10 57
E-Mail: info@busm.de

WAZ Zeitschriften Marketing GmbH & Co. KG
Münchener Straße 101/09
85737 Ismaning
www.waz-zeitschriften.de
www.herz-fuer-tiere.de

Anzeigenleitung

Sonja Haase
Telefon: (089) 27 27 0 - 79 24
Telefax: (089) 27 27 0 - 79 91
E-Mail: sonja.haase@waz-zeitschriften.de

Anzeigenverkauf

Elisabeth Plomitzer-Kanzler
Telefon: (089) 27 27 0 - 79 47
Telefax: (089) 27 27 0 - 79 91
E-Mail: elisabeth.plomitzer@waz-zeitschriften.de

Anzeigendisposition

Christoph Spiegel
Telefon: (089) 27 27 0 - 79 35
Telefax: (089) 27 27 0 - 79 92
E-Mail: christoph.spiegel@waz-zeitschriften.de