

media information 2021



LABORJOURNAL online

Der Verlag

» Der gute „alte“ Journalismus

Was als kleines, mutiges Regioprojekt in Freiburg und Basel begann, ist heute groß, stark und im gesamten deutschsprachigen Raum verbreitet. Inzwischen schreiben und recherchieren mehr als 30 Freie Mitarbeiter für *Laborjournal*. Dagegen dürfte sich die Zahl der Forscher, die *Laborjournal* nicht kennen, langsam der Null nähern.

Wie ist dieser Erfolg zu erklären?

Dieser Erfolg hat sicher viele Väter, aber was *Laborjournal* von anderen Zeitschriften im Dunstkreis der Bioforschung am meisten unterscheidet, ist, dass hier wirklich Journalismus betrieben wird. Und zwar Magazinjournalismus. Also: gut recherchierte Artikel zu aktuellen Themen, Hintergrundberichte, Interviews, Portraits, kurz alles, was zu einem guten Nachrichtenmagazin gehört. Und das alles geschrieben in einer klaren und unverquasten Sprache.

Johannes Doecker, ehemaliger Professor für Toxikologie und Gründer der Biotech-Firma GenPharmTox: „Sich aber trotz solider redaktioneller Arbeit das Image eines Simplicissimus für Wissenschaft und Forschung bewahrt zu haben und sich weiterhin Frisch, Frech, Frei und Fröhlich (4F) zu präsentieren, mit enormer Hilfe für die Underdogs und mit dämpfender Wirkung auf die Platzhirsche, macht den Erfolg von *Laborjournal* aus.“

Die forschenden Leser und Leserinnen danken es der Redaktion. Wo immer Laborjournalisten anrufen oder vorbeikommen, stoßen sie auf große Zustimmung und Ermutigung, auch in den vielen E-Mails und Briefen, die in der Redaktion eingehen. Die Forscher und Forscherinnen vor Ort wissen, dass *Laborjournal* auf ihrer Seite steht. Das belegt auch die große Anzahl an Informationen über Missstände oder Fehlverhalten, die der Redaktion vertrauensvoll übergeben werden.

„Heiße Eisen in der Forschung anzufassen und auch kritische Neuigkeiten in die Öffentlichkeit zu vermitteln – das hat sich das *Laborjournal* zur Aufgabe gemacht.“

(Peter Gruss, Präsident der Max-Planck-Gesellschaft)

Heiße Eisen und kritische Neuigkeiten gibt's auch auf *Laborjournal online* zu lesen. Hier kann man sich die Zeit zwischen zwei *Laborjournal*-Ausgaben mit aktuellen Artikeln und Kommentaren etwas verkürzen. Aber auch das Archiv mit den vielen nützlichen Rubriken sei empfohlen.

Dass auch dieses Angebot gerne wahrgenommen wird, zeigt die ständig steigende Anzahl an Seitenklicks.

Hätten Sie etwas anderes erwartet?

Erscheinungsplan 2021

HEFT	ERSCHEI-NUNGSTAG	ANZEIGEN-SCHLUSS	PRODUKTÜBERSICHTEN / SPECIALS	MESSEN / KONGRESSE
1-2	08.02.	15.01.	<p>» Methoden: Präziseres Genom-Editing mit Basen-Editoren – CRISPR 2.0</p> <p>Produktübersicht Produkte für die SARS-CoV-2-Forschung</p>	DGPT-Jahrestagung Bonn, 1.3.-4.3.
3	09.03.	15.02.	<p>» Special: Virologie</p> <p>Produktübersicht Live Cell Imaging Equipment</p>	
4	08.04.	15.03.	<p>» Methoden: Einzelzell-Methoden (Genom-, Transkriptom-Analyse, Zellmechanik, Proteomik)</p> <p>Produktübersicht Geldokumentations-Systeme</p> <p>■ Messeausgabe Labvolution</p>	<p>■ Labvolution Hannover, 4.5.-6.5.</p> <p>Bonusdistribution</p>
5	10.05.	16.04.	<p>» Special: Zelluläre Immunologie (Molekulare Immunologie, Funktionen immunologischer Zellen, Zelluläre Immunantwort auf SARS-CoV-2, Genmodifikation von Immunzellen)</p> <p>Produktübersicht Verbrauchsmaterial für die PCR (Klebefolien, Tubes, Streifen, Platten, Verschlussmatten etc.)</p>	
6	09.06.	17.05.	<p>» Methoden: Aktuelle Zellsortierungs-Techniken (FACS, Mikrofluidik, Zellsortierungs-Chips)</p> <p>Produktübersicht RT-qPCR-Kits</p> <p>■ Messeausgabe Achema</p>	<p>■ Achema Frankfurt, 14.6.-18.6.</p>
7-8	16.07.	23.06.	<p>» Essayheft: Akteure aus Forschung und Bio-Industrie präsentieren ihre eigenen „heißen“ Themen</p>	
9	13.09.	20.08.	<p>» Methoden: Next und Third Generation Sequencing (Illumina-Sequenzierung, Nanoporen-Sequenzierung, Long-Read-Sequenzierung)</p> <p>Produktübersicht Mikro- und Minizentrifugen</p>	
10	12.10.	20.09.	<p>» Special: Zelluläre Bildgebung (Mikroskopie-Techniken, Imaging, HTS, zellbasierte Assays, Zell-Labelling-Techniken)</p> <p>Produktübersicht Plasmid-Präparations-Kits</p>	<p>■ Ilmac Basel, 19.10.-21.10.</p>
11	10.11.	18.10.	<p>» Methoden: Neue Isothermale Amplifikationsverfahren – Konkurrenz für die PCR durch LAMP und Co.</p> <p>Produktübersicht Durchflusszytometer</p>	<p>■ Medica Düsseldorf, 15.11.-18.11.</p>
12	10.12.	18.11.	<p>» Methoden: Neue Techniken für die Abstammungsanalyse von Zellen (Cell Lineage Tracing)</p> <p>Produktübersicht Cell Counter</p>	

Anzeigenpreisliste Nr. 27

gültig ab 1. Oktober 2020

1 » Zeitschriftenformat

210 mm breit x 297 mm hoch, DIN A4

2 » Satzspiegel

180 mm x 260 mm

3 » Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen

Rollenoffsetdruck, Klebebindung, 3 mm Beschnitt. Wir benötigen PDF-Dateien mit einer Auflösung von mindestens 300 dpi.

4 » Termine

Erscheinungsweise 9 x jährlich. Erscheinungstermin und Anzeigenschluss: siehe Termin- und Themenplan

5 » Anzeigenabteilung

Produkt-/Imageanzeigen

Telefon: +49(0)6201/290 92-0

Telefax: +49(0)6201/290 92-20

E-Mail: info@top-ad-online.de

www.top-ad-online.de

Stellen- und Kongressanzeigen

Telefon: +49(0)761/292 5885

E-Mail: stellen@laborjournal.de

6 » Zahlungsbedingungen

Zahlung sofort ohne Abzug. Alle Preise zuzüglich Mehrwertsteuer.

7 » Anzeigenformate und Preise in Euro

Format	Breite x Höhe in mm	Grundpreis s/w
1/1 Seite	180 x 260	€ 4.420,-
Junior Page	135 x 190	€ 2.580,-
1/2 Seite	90 x 260 oder 180 x 130	€ 2.430,-
1/3 Seite	60 x 260 oder 180 x 85	€ 1.710,-
1/4 Seite	90 x 130 oder 180 x 65	€ 1.280,-
1/6 Seite	60 x 130 oder 180 x 40	€ 890,-
1/8 Seite	90 x 65 oder 180 x 33	€ 720,-

8 » Vorzugsplatzierungen/Sonderformate

2., 3., 4. Umschlagseite € 4.840,-

Andere Platzierungswünsche, soweit erfüllbar:

10% Zuschlag auf den Grundpreis s/w

9 » Farbzuschläge (nicht rabattierfähig)

Zuschlag pro (sichtbarer) Farbe nach Euro-Skala € 390,-

Zuschlag für 4-Farbanzeige € 1.100,-

Zuschlag für 4-Farbanzeige Format 1/4 Seite und kleiner € 780,-

Sonderfarbe € 700,-

(Eine Sonderfarbe, die aus einem 4-Farbdruk gedruckt werden kann, wird mit dem Zuschlag nach Euro-Skala von € 390,- berechnet)

10 » Zuschlag für Sonderformate

Für angeschnittene Anzeigen (nicht rabattierfähig) € 150,-

Sichtbares Format ist das Zeitschriftenformat DIN A4.

3 mm werden an allen Seiten maschinell abgeschnitten, damit kein weißer Rand entsteht.

Bitte legen Sie die Daten mit den unten aufgeführten Maßen an.

Druckformat (Breite x Höhe)	3 mm Beschnitt	Datenformat
1/1 Seite: 210 x 297	oben, unten, rechts u. links	216 x 303
1/2 Seite hoch: 102 x 297	oben, unten u. rechts	105 x 303
1/2 Seite quer: 210 x 148	unten, rechts u. links	216 x 151
1/3 Seite hoch: 70 x 297	oben, unten u. rechts	73 x 303
1/3 Seite quer: 210 x 99	unten, rechts u. links	216 x 102

11 » Rabatte

bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten jeweils auf den s/w-Grundpreis:

ab 3 Anzeigen = 5 %	ab 6 Anzeigen = 10 %
ab 9 Anzeigen = 15 %	ab 12 Anzeigen = 20 %

12 » Einhefter

2-seitig	€ 6.110,-
4-seitig	€ 7.250,-

2-seitige Einhefter sind unbeschnitten, 4-seitige Einhefter gefalzt und unbeschnitten anzuliefern. Die Papiergrammatrur darf 135 g nicht überschreiten. Technische Daten bei Auftragerteilung. Beihefter werden nach der Mengenstaffel rabattiert. Unabhängig vom Umfang gilt 1 Beihefter als 1 Anzeige.

13 » Beilagen (nicht rabattierfähig)

max. 6 Beilagen pro Ausgabe, max. Format: 202 mm breit, 290 mm hoch

Beilagen bis 25 g € 6.550,-

Beilagen bis 50 g € 7.990,-

Vorlage eines Musters vor Auftragsannahme erforderlich.

14 » Versandanschrift für Einhefter und Beilagen

Beilagen und Einhefter senden Sie bitte an unsere Druckerei.

Die Versandanschrift und den Anlieferungszeitraum erhalten Sie nach Auftragerteilung.

15 » Kongressanzeigen (Veröffentlichung im Serviceteil)

Format	Breite x Höhe in mm	s/w	farbig
1/1 Seite	185 x 260	€ 2.150,-	€ 2.890,-
1/2 Seite	90 x 260 oder 185 x 130	€ 1.150,-	€ 1.630,-
1/3 Seite	90 x 195	€ 910,-	€ 1.330,-
1/4 Seite	90 x 130	€ 650,-	€ 970,-
1/8 Seite	90 x 65	€ 440,-	€ 640,-

Redaktion / Verlag

1 » Kurzcharakteristik

Laborjournal informiert erfrischend und zupackend über Aktuelles aus der Life-Science-Branche. Hintergrundberichte, Forschungsergebnisse, Firmenportraits, Glossen und Kommentare, regionale Informationen, Comics, Cartoons und Zitationsvergleiche sind die Basis für den durchschlagenden Erfolg von *Laborjournal* bei seinen Lesern. Geschätzt werden auch die Service-Angebote: Stellenmarkt, Veranstaltungskalender, Produktübersichten, Neues aus der Industrie, Buchbesprechungen.

2 » Herausgeber

LJ-Verlag GmbH & Co. KG

3 » Redaktion

Dipl. Biol. Kai Herfort, Dr. Ralf Neumann,
Dr. Harald Zähringer, Juliet Merz M.Sc.
LJ-Verlag GmbH & Co. KG
Merzhauser Straße 177
D-79100 Freiburg
Tel. +49(0)761/286 869
E-Mail: redaktion@laborjournal.de
Internet: www.laborjournal.de

4 » Anzeigen

Produkt-/Imageanzeigen

top-ad Bernd Beutel, Schlossergäßchen 10, D-69469 Weinheim
Tel. +49(0)6201/290 92-0, Fax +49(0)6201/290 92-20,
E-Mail: info@top-ad-online.de, Web: www.top-ad-online.de

Stellen- und Kongressanzeigen

LJ-Verlag GmbH & Co. KG, Merzhauser Straße 177, D-79100 Freiburg,
Tel. +49(0)761/292 5885, E-Mail: stellen@laborjournal.de

5 » Jahrgang

27. Jahrgang 2021, Erscheinungsweise: 9 Ausgaben

6 » Verlag

LJ-Verlag GmbH & Co. KG, Merzhauser Straße 177, D-79100 Freiburg,
Tel. +49(0)761/286 869, E-Mail: verlag@laborjournal.de

7 » Bezugspreise

Kostenlos für deutsche Non-Profit-Institute. Private Abonnements:
€ 39/Jahr (Inland), € 45/Jahr (Europa) bzw. € 49/Jahr (Übersee)

8 » Zahlungsbedingungen

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des LJ-Verlages
GmbH & Co. KG (www.laborjournal.de/ljagb.html).
Zahlbar sofort nach Rechnungslegung ohne Abzug.

Auflagen- und Verbreitungsanalyse

1 » Auflagenanalyse

Druckauflage (Zeitraum 2. Quartal 2020):	23.100
Tatsächlich verbreitete Auflage:	22.968
Abonnements:	2.155
Freistücke:	20.813
Rest-, Archivexemplare:	132

2 » E-Paper

Auflage/Visits (Zeitraum 2. Quartal 2020): 1.257 pro Monat
Seit Dezember 2013 hat der Leser die Möglichkeit, sämtliche Inhalte der Printausgabe in einer E-Paper-Version on- und offline digital zu nutzen. Mit nur einem Klick auf Ihre Anzeige kann der Nutzer interaktiv auf Ihre Website zugreifen. Die Verlinkung Ihrer Anzeige bietet Ihnen einen Mehrwert in Form einer vergrößerten Reichweite und erhöhter Aufmerksamkeit.

3 » Geografische Verbreitungsanalyse

Bundesrepublik Deutschland	20.579
Schweiz	1.307
Österreich	1.082

4 » Branchen, Wirtschaftszweige

Universitäts-Institute	30,1 %
Nicht-universitäre Institute	15,2 %
(Max-Planck-Gesellschaft, Leibnitz-Gemeinschaft, Forschungszentren, Bundesanstalten,...)	
Universitätskliniken (Forschungslabors, Vorklinik,...)	16,5 %
An grenzende Gebiete	7,5 %
(Pharmakologie, Pharmazie, Chemie, ...)	
Industrie (Pharma, Biotech, Lebensmittel...)	29,9 %
Sonstige (Bibliotheken, TA-Schulen, Presse,...)	0,8 %

5 » Zielgruppe

Unsere Leser sind:

- » Postdoktoranden » Laborleiter » Institutsleiter
- » Master-Studenten » Diplomanden » Doktoranden
- » Mitarbeiter klinischer Forschungslabore » Oberärzte
- » Wissenschaftliche Mitarbeiter der Industrie
- » Firmengründer » Technische Angestellte

Biowissenschaftler und Mediziner in:

- » Universitäten » Freien Instituten (MPI, FMI, DKFZ,...)
- » Universitätskliniken » Forschungslabore der Industrie
- » Biotechnik-Firmen » Routine laboratorien

Laborjournal online

Neue Aktionspreise im CARL ROTH E-Prospekt

LABORJOURNAL LABORJOURNAL Blog

Start Wissen Methoden & mehr Stellen Meinung Termine Spaß Archiv Service Mediadaten

Die Ziellinie im Blick?
Die Pharmabranche arbeitet intensiv an sicheren Corona-Vakzinen. Wird es innerhalb der nächsten Monate tatsächlich einen Schutz vor COVID-19 geben? ... mehr

Parasiten vor der Stadt
Fuchsbandwürmer rücken näher an die städtische Bevölkerung. Kein Grund zur Panik, meint Peter Deplazes. Hunde sollten jedoch entwurmt werden. ... mehr

Kein Problem!
Beim Biomet X Institute hat den Spieß umgedreht. Man fragt Pharmafirmen direkt nach ihren Problemen - und löst sie. Auf ganz eigene Art. ... mehr

60 neue Kurse für Laborant*innen & TAs
Kurse auf Bachelor- & Master niveau - Methodenkurse u.a. Jetzt informieren!

www.springer-campus.de

Ergonomie ist mehr als ein ergonomisch designeder Stuhl!
Verbessern Sie die Ergonomie in Ihrem Labor und optimieren Sie Ihre Abläufe: Download Free Guide mehr

Das Tier als Messinstrument
Die Wissenschaft steht in einer Reproduktionskrise. Eine Gefahr sind hierbei auch die standardisierten Lebensbedingungen von Thieren. ... mehr

ANZEIGE
Transferette® S: Hand drauf - die passt perfekt!
Lernen Sie die neue Transferette® S kennen und sichern Sie sich jetzt Ihr kostenloses Test-gerät. mehr

Symposium und Workshop - Ersatz von Fötalem Kultursaum (FKS) in Forschung & Entwicklung
Ausklang: 20.11.2020 ▶ TransfUTM, München
Anmeldung & Informationen: ▶ www.transfutm.de/konferenz
Vereinigung für Biologische Test- und Prüfungsmethoden e.V. ▶ cellasys GmbH

Ackernde Pilzsporen
Ecologic Technologies setzt auf Symbiose. Die Wiener Firma produziert Mykorrhizapläze, die sich über das Saatgut aufs Feld bringen lassen. ... mehr

F.S.T. MOST POPULAR ITEMS
Fine Surgical Instruments for Research
Fine Science Tools Most Popular Products 2020!
Erfahren Sie mehr über unsere beliebtesten Produkte unter... mehr

Neu in Methoden & mehr
Natürliche Transformation
Das filamentöse Cyanobakterium Phormidium lacuna lässt sich via natürlicher Kompetenz transformieren und behält die fremde DNA ... mehr

Neu in Stichwort des Monats
Zeilextrusion
Um die Barrierefunktion von Epithelen aufrechtzuerhalten, müssen Anzahl und Zustand der Zellen ständig kontrolliert werden ... mehr

1. Rütteln: Die Klickanziehung

Jetzt blättern und sparen

LABORJOURNAL LABORJOURNAL Blog

Start Wissen Methoden & mehr Stellen Meinung Termine Spaß Archiv Service Mediadaten

Methoden & mehr

Antikörper Automation Biotechnologie Chromatographie Daten
Flüssig Geräte Imaging/Mikroskopie Microarrays Mikrobiologie
Molekularbiologie Organismen PCR Proteinbiochemie RNA
Strukturbiologie Talks & Papers Zellen/Gewebe

Going digital: Mikroskopie im (virtuellen) Hörsaal
Whitepaper: Kann digitale Mikroskopie die Lehre revolutionieren? Online Mikroskopie, Erfahrungen von Studiengruppen in Corona-Zeiten... mehr

Impulsiver Schnelltest
Artikel: Die britische Regierung setzt zur Bewältigung der SARS-CoV-2-Pandemie auf den qPCR-basierten CovNudge-Test. Was kann die Maschine?... mehr

60 neue Kurse für Laborant*innen & TAs
Kurse auf Bachelor- & Master niveau - Methodenkurse u.a. Jetzt informieren!

www.springer-campus.de

Angezuckerte PCR
Artikel: Mit dem Disaccharid Fucose lässt sich der PCR-Test wirkungsvoll verstärken. Noch besser und schneller geht's mit Sukrose. mehr

GEWINNEN SIE EINES VON 20 ABSAUGSYSTEMEN

Natürliche Transformation
Methoden: Das filamentöse Cyanobakterium Phormidium lacuna lässt sich via natürlicher Kompetenz transformieren und behält die fremde DNA ... mehr

1 »Kurzcharakteristik

Laborjournal online liefert direkt aus der Laborjournal-Redaktion ständig neue Berichte und Kommentare zu aktuellen Geschehnissen in den Life Sciences. Darüber hinaus bietet es einen großen Fundus an Laborjournal-Inhalten: Methoden, Tipps und Tricks, Rankings, Produktübersichten und viele andere beliebte Serien. Dazu kommt ein großer Servicebereich: der Stellenmarkt, der Vortragskalender, der Kongress- und Schulungskalender, der LJ-Shop und vieles mehr.

2 »Digitale Werbung

top-ad Bernd Beutel
Schlossergäßchen 10
D-69469 Weinheim
Tel. +49(0)6201/290 92-0
Fax +49(0)6201/290 92-20,
E-Mail: info@top-ad-online.de
Web: www.top-ad-online.de

3 »Internet

www.laborjournal.de

4 »Verantwortlicher Webmaster

Dr. Carsten T. Rees, F & R Internet-Agentur,
Zikadenweg 4, D-79110 Freiburg,
Tel. +49(0)761/1563 461, E-Mail: webmaster@laborjournal.de

5 »Zahlungsbedingungen

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des LJ-Verlages GmbH & Co. KG (www.laborjournal.de/ljagb.html). Zahlbar sofort nach Rechnungslegung. Rechnungslegung in der Mitte des Buchungsmonats.

Anzeigenpreisliste Nr. 18

gültig ab 1. Oktober 2020

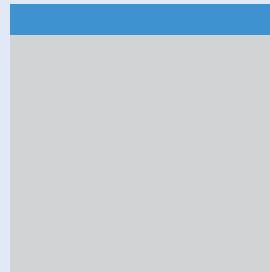
1 » Komplett-Paket

Platzierung auf allen Seiten

zu erwartende monatliche Seitenaufrufe: ca. 40.000

Formate	Preis pro Monat
Leaderboard	€ 6.700,-
Skyscraper	€ 4.700,-
Billboard	€ 4.300,-
Billboard XL	€ 4.790,-
Content Ad	€ 4.280,-
Promotion Ad	€ 3.880,-

1 » Komplett-Paket



» Leaderboard

Formate: 860 x 110 Pixel,

für mobil und Lj-Blog

280 x 280 Pixel.

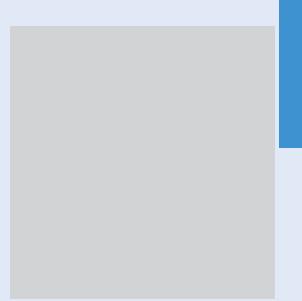
Das Leaderboard ist fixiert und damit immer sichtbar.

2 » Premium-Paket

Platzierung auf Startseite, Online-Artikel und Lj-Blog

zu erwartende monatliche Seitenaufrufe: ca. 20.000

Formate	Preis pro Monat
Leaderboard	€ 3.650,-
Skyscraper	€ 2.600,-
Billboard	€ 2.390,-
Billboard XL	€ 2.780,-
Content Ad	€ 2.390,-
Promotion Ad	€ 2.180,-



» Skyscraper

Formate: 120 x 600 Pixel

seitlich, für mobil und

Lj-Blog 280 x 280 Pixel.

Der Skyscraper ist fixiert und damit immer sichtbar.

3 » Special-Paket

Platzierung auf allen Seiten der Rubriken Wissen, Methoden & mehr, Stellen, Meinung, Termine, Spaß und Archiv

zu erwartende monatliche Seitenaufrufe: ca. 20.000

Format	Preis pro Monat
Leaderboard	€ 3.650,-
Skyscraper	€ 2.600,-
Billboard	€ 2.390,-
Billboard XL	€ 2.780,-
Content Ad	€ 2.390,-
Promotion Ad	€ 2.180,-

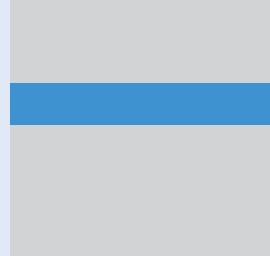


» Billboard

Formate: 960 x 100 Pixel,

für mobil und Lj-Blog

280 x 280 Pixel.

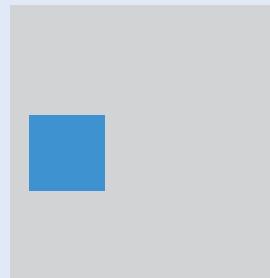


» Billboard XL

Formate: 960 x 150 Pixel,

für mobil und Lj-Blog

280 x 280 Pixel.



» Content Ad

Format: 280 x 280 Pixel,

1 Bild (280 x 158 Pixel),

Headline max. 55 Zeichen,

Anreißer max. 110 Zeichen,

jeweils inkl. Leerzeichen

4 » Rabatte

ab 3 Monate = 5 %	ab 6 Monate = 10 %
ab 9 Monate = 15 %	ab 12 Monate = 20 %

Allen Preisen wird die gesetzliche Mehrwertsteuer hinzugefügt.

5 » Dateiformate/Tracking

jpg- oder gif-Formate, max. Datengröße 250 KB

Aus datenschutzrechtlichen Gründen können keine Cookies und Trackingcodes eingebaut werden.

Wir erstellen monatlich eine Statistik basierend auf Google Analytics.

» Promotion Ad

Format: 280 x 280 Pixel

Allgemeine Geschäftsbedingungen

- 1** » „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungsbetreibenden 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 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 weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichteinhaltung auf höhere Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
- 5** » Betrifft Textteilanzeigen. Für Zeitschriften nicht zutreffend.
- 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 der 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** » 1. Absatz betr. Textteilanzeigen. Für Zeitschriften nicht zutreffend. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
- 8** » Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei
- 12** » Betrifft Textteilanzeigen. Für Zeitschriften nicht zutreffend.
- 13** » 1. Absatz betr. Rechnungsregelung bei Zeitschriften. Für Zeitschriften nicht zutreffend. 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 lt. Preisliste sowie die Einziehungs-kosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses, das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
- 15** » Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
- 16** » Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
- 17** » Ziffer 17 entfällt bei Titeln mit heftbezogenen Auflagen, siehe Ziffer 21.
- 18** » Betr. Zifferanzeigen. Unzutreffend.
- 19** » Betr. Maternaufbewahrung. Unzutreffend.
- 20** » Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsbetrieb mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand Freiburg. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnlicher Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, 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 Freiburg vereinbart.
- 21** » Auflagenminderung bei Titeln mit heftbezogenen Auflagen. Abweichend von Ziffer 17 berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagen veröffentlichten, nur dann zu einer Preisminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage von bis zu 500.000 Exemplaren 10 v.H. überschreitet (Schwankungsbreite). Die Höhe der Preisminderung errechnet sich aus der prozentualen Abweichung von der garantierten Auflage abzüglich der nach Absatz 1 berechneten zulässigen Schwankungsbreite. Die der Garantie zugrundeliegende Auflage ist die gesamte verteilte Auflage. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengenstaffel und mit mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisminderung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde.

Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken und Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

- 9** » Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigen-Textes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen 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 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 hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadenersatzansprüche 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 Erfüllungsgesellen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsbetrieb haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgesellen; 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.

- 11** » Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

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 Kundennettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalgutschrift oder, wenn dies nicht mehr möglich ist, als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2.500,- Euro beträgt.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

- a) Die Werbungsmittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungsbetreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlervergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden. Anzeigenaufträge durch eine Agentur werden in deren Namen und auf deren Rechnung angenommen.
- b) Die allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beihefter oder technische Sonderausführungen. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.
- c) Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge. Dies gilt gegenüber Nicht-Kaufleuten nicht bei Aufträgen, die innerhalb von vier Monaten nach Vertragsabschluss abgewickelt werden sollen.
- d) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen stornierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu.
- e) Anzeigen, die das Layout der Zeitschrift imitieren, in der sie erscheinen sollen, lehnt der Verlag ab. Anzeigen, die wie redaktionelle Beiträge aussehen, müssen mit einem schwarzen Rahmen umrandet sein und rechts oben den Vermerk „Anzeige“ in einer mindestens 12 Punkt großen Schrift enthalten.
- f) Bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt (z.B. Arbeitskämpfe, Beschlagnahme u. dgl.) hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80 Prozent der garantierten Auflage erfüllt sind. Geringere Leistungen sind nach Tausender-Seitenpreis gemäß der garantierten Auflage zu bezahlen.
- g) Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet 3 Monate nach Erscheinen der jeweiligen Anzeige, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist.
- h) Vor Drucklegung werden keine Maschinenandrücke versandt.
- i) Die Übersendung von mehr als 2 Farbvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus. Der Verlag muss sich die Berechnung entstehender Mehrkosten vorbehalten.
- j) Der Verlag behält sich vor, in Ausnahmefällen Anzeigen mit Gutscheinen auch Rücken an Rücken zu platzieren.
- k) Zu Beginn einer neuen Geschäftsverbindung behält der Verlag sich vor, Vorauszahlung bis zum Anzeigenschlusstermin zu verlangen.