

# amz autohelden

**NEU!**

## DAS WERKSTATT- MAGAZIN FÜR AUTOFAHRER

Ihr direkter Draht zum Kunden –  
rund um Auto, Service und Zubehör

**RESERVIEREN SIE JETZT IHRE ANZEIGE!**



[www.amz-autohelden.de](http://www.amz-autohelden.de)

**NEU!**

# amz autohelden

**Das Werkstatt-  
Magazin  
für Autofahrer -**

**rund um Fahrzeug,  
Service und Zubehör**

## **Jetzt bekommt der freie KFZ-Service-Markt Gesicht!**

Das auflagenstarke Magazin amz autohelden wendet sich direkt an den Autofahrer und Werkstattkunden. Mit seiner abwechslungsreichen Mischung aus Beiträgen rund um Auto, Service und Zubehör wird Aufmerksamkeit für das Thema Qualität geschaffen.

## **amz autohelden schafft Vertrauen!**

Das Magazin gibt Autobesitzern Sicherheit und Know-How beim Einkauf von Werkstattdienstleistungen. Ersatzteile und Zubehör verschiedener Hersteller werden vorgestellt und Praxisbeispiele geliefert. Werkstätten berichten von ihrer Arbeit und zeigen ihr Können in Sachen Kraftfahrzeuge.

## **amz autohelden – ein einzigartiges Konzept!**

Autobesitzer lernen echte „Autohelden“ kennen. Vom Teileproduzenten bis zu den Ansprechpartnern in der Werkstatt. Das Magazin berichtet über Menschen – redaktionell, ehrlich, spannend, anders!

Das Magazin trägt dazu bei, ein vertrauensvolles Verhältnis zwischen Werkstattkunden und Werkstatt herzustellen.

**amz autohelden profitiert vom Wissen und der langjährigen Erfahrung der Fachzeitschrift amz – auto motor zubehör.**



## Nutzen für den Leser

- **Transparenz über Kosten**  
und lohnende Investitionen für sein Fahrzeug wie Fahrzeugzubehör (z.B. Standheizungen, Gepäck- und Fahrradträger, Zusatzscheinwerfer etc).
- **Orientierungshilfe bei der Auswahl der Werkstatt**  
durch Vorstellung von serviceorientierten Werkstätten.
- **Kennenlernen der freien Werkstätten als vertrauenswürdige Partner**  
für die Behebung von Fahrzeugschäden und die Verbesserung des Fahrzeugs.
- **Lesespaß**  
rund um das Thema Automobil.

## Reichweite

- Vertrieb über Werkstätten in ganz Deutschland
- Direktvertrieb an Autofahrer im Auftrag der Werkstatt
- Abo-Werkstatt für Kundenbeschickung und Wartezone
- Abo-Privat
- Bahnhofsbuchhandel / Pressegresso



## Die Zielgruppe

- Auto-Interessierte
- Autobesitzer generell
- Autobesitzer, deren Fahrzeug repariert werden muss
- Autobesitzer, deren Fahrzeug gewartet werden muss

## Die Lesesituation

- In der Wartezone der Werkstatt
- Zuhause, z.B. als Werbegeschenk von der Werkstatt an Kunden, oder als selbst erworbenes Exemplar



Ausgabe	1	2	3	4
Anzeigenschluss	09.02.2015	11.05.2015	10.07.2015	09.09.2015
Druckunterlagenchluss	16.02.2015	18.05.2015	15.07.2015	15.09.2015
Erscheinungstermin	03.03.2015	03.06.2015	03.08.2015	02.10.2015
<b>Schwerpunkthemen</b>	<b>Frühjahrsfit</b>	<b>Urlaubsfit</b>	<b>Fit for Future</b>	<b>Winterfit</b>
<b>Übergreifende Themen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Vorstellung wechselnder „Helden“ aus der Welt der Kfz-Werkstätten.</li> <li>■ Einblicke in die Welt des freien Kfz-Servicebetriebes und des Teilehandels.</li> <li>■ Tipps und Hinweise für den Autofahrer zu den Themen Werkstatt, Reparaturen, Ersatzteile, Fahrzeugpflege, Mobilität und Sicherheit.</li> <li>■ Innovationen und Neuentwicklungen in Fahrzeug- und Antriebstechnik, Ausstattung, Zubehör sowie Wartung &amp; Pflege.</li> <li>■ Vorstellung neuer Fahrzeuge.</li> <li>■ Weitere vielfältige Tipps und Hinweise für den Autofahrer rund um die Themen Finanzen, Versicherungen und Recht.</li> <li>■ Faszination Automobil rund um Oldtimer, Cabrios und Offroadfahrzeuge.</li> </ul>			

# Preise & Vorteile

Anzeigenpreisliste 1 – gültig ab 1. Dezember 2014



Format	Preis 4-farbig
2/1 Seite	€ 38.000
1/1 Seite	€ 19.500
1/2 Seite	€ 10.500
1/3 Seite	€ 7.000
1/4 Seite	€ 5.500

## Ihre Vorteile als Anzeigenkunde!

- Direkte Platzierung Ihrer Marke, Produkte und Services bei der Zielgruppe der Fahrzeugbesitzer, die aktuell in einer Bedarfssituation sind.
- Passgenaues Umfeld für Ihre Anzeigen durch die redaktionelle Ausrichtung des Magazins.
- amz autohelden unterstützt die Werkstätten beim Imageaufbau und trägt so auch zur Akzeptanz Ihres Angebots beim Endverbraucher bei.

- 1 Auflage**  
 Druckauflage.....201 000 Exemplare  
 tatsächlich verbreitete Auflage .....200 000 Exemplare  
 im Jahresdurchschnitt
- 2 Zeitschriftenformat** ..... 210 mm breit, 297 mm hoch, DIN A4  
**Satzspiegel** ..... 188 mm breit, 272 mm hoch  
**Spaltenzahl**..... 3 Spalten = Spaltenbreite 60 mm
- 3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen**  
 Offsetdruck, Rückendrahtheftung. Anlieferung von digitalen  
 Druckunterlagen erforderlich (siehe Seite „Digitale Druckunterlagen“).
- 4 Termine**  
 Erscheinungsweise ..... 4 Ausgaben im Jahr  
 Erscheinungstermin ..... siehe Terminplan  
 Anzeigen- und Druckunterlagenschluss ..... siehe Terminplan
- 5 Verlag** ..... Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG  
 Hausanschrift ..... Hans-Böckler-Allee 7, 30173 Hannover  
 Postanschrift ..... 30130 Hannover  
 Anzeigenabteilung..... siehe Ansprechpartner (Seite 16)
- 6 Zahlungsbedingungen**  
 8 Tage nach Rechnungsdatum 2% Skonto, sonst 30 Tage ohne Abzug.  
 Bankeinzugsverfahren ist möglich.  
 USt.-Ident.-Nr. DE 115 697 748
- Bankverbindungen**  
 Bankverbindung für Anzeigen- und Vertriebsrechnungen:  
 Sparkasse Hannover (BLZ 250 501 80), Konto-Nr. 1 019 900  
 IBAN DE 41 2505 0180 0001 0199 00  
 BIC SPKHDE2H

**7 Anzeigenformate und Preise**

Allen Preisen ist der aktuelle Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.  
 Farbpreise beinhalten Normalfarben nach Euro-Skala.

**8 Rabatte:**

(bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres)

**Malstaffel**

2-mal	5 %
4-mal	10 %

**Mengenstaffel**

2 Seiten	10 %
4 Seiten	15 %

Technische Kosten sind nicht rabattierbar.

Bei umfangreicheren Abschlüssen Bedingungen auf Anfrage.

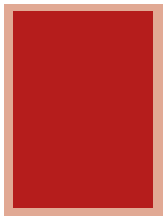


Foto: Joachim Wendler  
 - fotolia.com

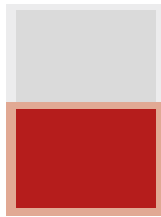
# Informationsblatt Formate

Ergänzung zur Anzeigenpreisliste 1 – gültig ab 1. Dezember 2014

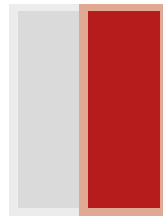
Heftformat: A4 (210 x 297 mm)



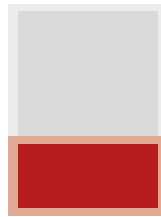
**1/1-Seite**  
S: 188 x 272  
A: 216 x 303



**1/2-Seite**  
S: 188 x 134  
A: 216 x 154



**1/2-Seite**  
S: 92 x 272  
A: 106 x 303

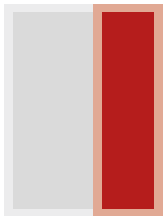


**1/3-Seite**  
S: 188 x 88  
A: 216 x 108

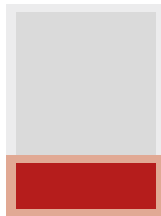
S = Formate für Anzeigen im Satzspiegel, Breite x Höhe in mm

A = Formate für angeschnittene Anzeigen, Breite x Höhe in mm, inkl. Beschnittzugabe (3 mm an allen Seiten)

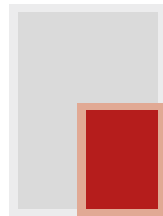
■ Anschnittkanten = Anzeigenformat über den Satzspiegel hinaus



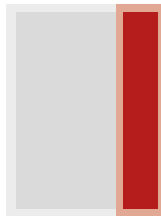
**1/3-Seite**  
S: 60 x 272  
A: 74 x 303



**1/4-Seite**  
S: 188 x 65  
A: 216 x 85



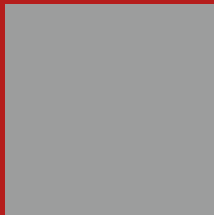
**1/4-Seite**  
S: 92 x 134  
A: 106 x 154



**1/4-Seite**  
S: 44 x 272  
A: 58 x 303



# Digitale Druckunterlagen



## Digitale Druckunterlagen

### 1. Zeitschriftenformat

210 mm breit x 297 mm hoch, DIN A 4  
unbeschnitten: 216 mm breit x 303 mm hoch

#### Satzspiegel

188 mm breit x 272 mm hoch  
3 Spalten = Spaltenbreite 60 mm

### 2. Druck- und Bindeverfahren

Rollenoffsetdruck, Rückendrahtheftung

### 3. Datenübermittlung und Kontakt

E-Mail: [anzeigendaten-auh@schluetersche.de](mailto:anzeigendaten-auh@schluetersche.de)

FTP-Verbindung gern auf Anfrage

Bei Rückfragen: Telefon 0511 8550-2521, Telefax 0511 8550-2401

Bitte nennen Sie bei der Datenübermittlung Zeitschrift\_Ausgabe\_Inserent und senden parallel die genauen Auftragsdaten sowie einen schrift- und standverbindlichen Ausdruck der Anzeige.

### 4. Datenformate

Wir empfehlen die Anlieferung von PDF/X-3 Daten. Offene Daten (z.B. InDesign, QuarkXpress, usw.) sind zu vermeiden. Mindestens muss die Datei druckfähig sein, d.h. alle verwendeten Schriften sind einzubetten. Halbtonbilder benötigen eine Auflösung von 300 dpi, Strichbilder mindestens 600 dpi.

### 5. Farben

Druckfarben (CMYK) nach ISO 12647-2 (PSO). Zur Konvertierung und Kontrolle des Farbraums (ICC-Color Management) wird speziell auf die Standard-Offsetprofile der ECI verwiesen (kostenloser Bezug des Pakets „ECI\_Offset\_2009“ bei [www.eci.org](http://www.eci.org)).

### 6. Proof

Farbverbindliches Proof nach „Medienstandard Druck“ (bvdn). Digital erstellte Prüfdrucke müssen zur Kontrolle der Farbverbindlichkeit den FOGRA Medienkeil enthalten (kostenpflichtig zu beziehen bei [www.fogra.org](http://www.fogra.org)). Andrucke müssen einen offiziellen Druckkontrollstreifen aufweisen. Papierklassen für Referenzproofs bitte erfragen.

### 7. Datenarchivierung

Daten werden 1 Jahr archiviert, unveränderte Wiederholungen sind deshalb in der Regel möglich. Eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.

### 8. Gewährleistung

Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Wird keine einwandfreie Druckvorlage von dem Auftraggeber geliefert, druckt der Verlag die Anzeige in der Qualität ab, die die vorgelegte Druckvorlage erlaubt.

Ein individuell zu gestaltender Umhefter bietet Ihnen die Möglichkeit amz autohelden mit dem eigenen CI und eigenen Inhalten zu versehen – und damit ihren Bekanntheitsgrad beim Endkunden zu erhöhen. Das ideale Geschenk an Ihre Kunden – auf Messen, Präsentationen, im Empfangsbereich Ihres Unternehmens.

Der Umhefter wird zu 1.000 Stück je Ausgabe individuell für Sie gedruckt.

Format: Halfcover-Umhefter

103 mm breit, 297 mm hoch | 200 gr

### Individualisierung: Im oberen Teil

Standardtext:  
amz autohelden wird Ihnen präsentiert von

Raum für Logo bzw. Schriftzug:  
max. 85 mm breit, max. 55 mm hoch.



## Individualisierung: Innenteil

### Rote Fläche

- Logo/Schriftzug
- max. 85mm breit, 55 mm hoch

### Graue Fläche

- Foto(s)
- 70mm hoch

### weiße Fläche:

- individueller Text
- Adresse und Kontaktdaten
- beide Textblöcke zusammen max. 144 mm hoch



### Abo:

Mindestabnahme 4 x 1.000 Stück = 7.000 €

### Einmalige Individualisierung:

1 Ausgabe 1.000 Stück = 2.500 €

# Film & Web-TV

## Movie

Auch im Bereich der **Bewegtbild-Kommunikation** sind wir Ihr Ansprechpartner



## Web-TV

### Leistungsumfang

- Zielgruppenorientierte Web-TV Filme inhaltlich erarbeitet, moderiert und begleitet von unseren Redakteuren
- Web-TV Film für Sie auf DVD zur eigenen Verwendung
- Präsentation des Web-TV Films auf unserer Website zusammen mit einem Infotext (redigiert von unserer Redaktion)

## 360° Panoramavideo

### Leistungsumfang

- Fotografie eines Raumes zur 360° Rundumsicht
- CD/DVD um das 360° Panoramavideo für den eigenen Internetauftritt zu verwenden
- Video auf DVD um das 360° Panoramavideo über DVD Player auf Messen, Veranstaltungen etc. abzuspielen
- Präsentation des 360° Panoramavideos auf unserer Website zusammen mit einem Infotext (redigiert von unserer Redaktion) & Link zu einer gewünschten Website

### 360° Produktvideo < 60 cm

#### Leistungsumfang

- Objektfotografie 72 Bilder inkl. Freistellung
- CD/DVD um das 360° Produktvideo für den eigenen Internetauftritt zu verwenden (inkl. Navigationselemente zum Zoomen, Vollbild etc.)
- Video auf DVD um das 360° Produktvideo über DVD Player auf Messen, Veranstaltungen etc. abzuspielen
- Präsentation des 360° Produktvideos auf unserer Website zusammen mit einem Infotext (redigiert von unserer Redaktion) & Link zu einer gewünschten Website

Preise auf Anfrage

### 360° Produktvideo > 60 cm

#### Leistungsumfang

- Objektfotografie 72 Bilder inkl. Freistellung
- CD/DVD um das 360° Produktvideo für den eigenen Internetauftritt zu verwenden (inkl. Navigationselemente zum Zoomen, Vollbild etc.)
- Video auf DVD um das 360° Produktvideo über DVD Player auf Messen, Veranstaltungen etc. abzuspielen
- Präsentation des 360° Produktvideos auf unserer Website zusammen mit einem Infotext (redigiert von unserer Redaktion) & Link zu einer gewünschten Website



# amz & amz autohelden

auto | motor | zubehör

liefert Tipps für freie Werkstätten, wie das Servicemarketing zu verbessern ist und Dienstleistungen erfolgreich an den Autofahrer gebracht werden.

[amz.de](http://amz.de)  
[amz.de/mediadaten](http://amz.de/mediadaten)



ist der direkte Draht zum Werkstattkunden!

Das Magazin unterstützt die freie Werkstatt im Marketing mit Inhalten für den Autofahrer.

[amz-autohelden.de](http://amz-autohelden.de)



# Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind Vertragsbestandteil aller zwischen Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG (im Folgenden „Verlag“ genannt) und Werbetreibenden oder sonstigen Inserenten (im Folgenden „Auftraggeber“ genannt) geschlossenen Verträge über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder Beilagen sowie anderer Werbemittel in einer oder mehreren Druckschriften zum Zwecke der Verbreitung. Solche Anzeigen, Beilagen und andere Werbemittel werden im Folgenden zusammenfassend „Werbemittel“ genannt. Aufträge gelten erst dann als angenommen, wenn sie schriftlich durch den Verlag bestätigt worden sind. Ist der Auftraggeber eine Agentur, so bezieht sich der jeweilige Auftrag auf einen Kunden der Agentur und darf nicht gleichzeitig Werbung anderer Agenturkunden enthalten.

1. Ist kein Erscheinungstermin vereinbart, sind vereinbarte Werbemittel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzulösen. Ist im Rahmen eines Abschlusses über mehrere Werbemittel das Recht zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen des ersten Werbemittels abzuwickeln, sofern diese innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
2. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, 40 % des Inseritionspreises als Stornogebühr dem Verlag zu erstatten. Dem Auftraggeber bleibt der Nachweis vorbehalten, dass kein oder nur ein geringer Schaden entstanden ist. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
3. Werbemittel, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen einer Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig vor dem Veröffentlichungszeitpunkt beim Verlag eingehen, dass dieser den Auftraggeber gegebenenfalls noch vor dem Anzeigenschluss über eine nicht wunschgemäß Berücksichtigung benachrichtigen kann. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
4. Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
5. Der Auftraggeber ist verpflichtet, dass er seine Anzeigen und die Veröffentlichung der Werbemittel erforderlichen Rechte besetzt. Der Auftraggeber ist selbst für die Inhalte der bestellten Veröffentlichungen und für alle gemachten Angaben verantwortlich. Es ist ausschließlich Sache des Auftraggebers, wettbewerbs-, marken-, urheber-, namens- und persönlichkeitsrechtliche und sonstige rechtliche Fragen sowie etwaige Pflichtangaben (z. B. Preisangabe bei Premium-Dienste-Rufnummern) vor Erteilung des Auftrages von sich aus zu klären und sicherzustellen, dass durch ihn zur Verfügung gestellte Werbemittel in jeder Beziehung fehlerfrei sind, allen gesetzlichen und/oder behördlichen Vorschriften und technischen und/oder sonstigen Normen entsprechen und nicht gegen Rechte Dritter verstoßen, so dass diese uneingeschränkt verkaufsfähig und verkehrsfähig sind und durch den Verlag vertrieben und weitergegeben werden können. Werden Mehrwert-Rufnummern in Werbeanzeigen veröffentlicht, verpflichtet sich der Auftraggeber die Pflichtangaben zu den Preisen gemäß TKG einzuhalten und zu veröffentlichen. Es dürfen keine Werbemittel mit rechts- oder sittenwidrigen Inhalten angeboten werden, insbesondere keine Werbung veröffentlicht werden, die, i. S. d. § 131 StGB zum Rassenhass aufstacheln, Gewalt verherrlichen oder verharmlosen, sexuell anstößig sind, i. S. d. § 184 StGB pornographisch sind, den Krieg verherrlichen oder verharmlosen, geeignet sind, Kinder oder Jugendliche sittlich schmerzhaft zu gefährden oder in ihrem Wohl zu beeinträchtigen oder auf Anzeigen, die nicht hinzuzusetzen. Der Verlag übernimmt keine Gewähr für den Inhalt, insbesondere für den Wahrheitsgehalt der bestellten Werbung. Im Falle der Inanspruchnahme durch Dritte, die ihre Ansprüche im Zusammenhang mit den veröffentlichten Inhalten gegen den Verlag machen, haftet allein der Auftraggeber, der den Verlag und die Agentur von allen diesbezüglichen Ansprüchen Dritter und den Kosten der notwendigen Rechtsverteidigung freistellt. Der Auftraggeber verpflichtet sich, in derartigen Fällen den Anbieter nach Kräften mit allen erforderlichen Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.
6. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen des Vertrages – und Beilagenaufträge sowie Aufträge für Durchhelfer und Einkleber wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Anzeigen, Beilagen-, Durchhelfer- und Einkleberaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines entsprechenden Modells und der dazugehörigen Zustimmung des Verlages verbindlich. Anzeigen, Beilagen, Durchhelfer und Einkleber, die durch Format oder Aufnahme beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
7. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder anderer Werbemittel 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.
8. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige zu dem Verlag nächstmöglichen Zeitpunkt. Beides ist nur dann möglich, wenn die Anzeige beim Verlag rechtzeitig eingereicht wurde und soweit der Abdruck einer Ersatzanzeige dem Verlag zumutbar ist. Lässt der Verlag eine ihm dafür gestellte angemessene Frist

versprechen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Wegen Verletzung vertraglicher und außervertraglicher Pflichten, insbesondere wegen der Unmöglichkeit, Verzug, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung, haftet der Verlag – auch für seine leitenden Angestellten und sonstigen Erfüllungsgehilfen – nur in Fällen des Vorsatzes und der groben Fahrlässigkeit, und zwar der Höhe nach beschränkt auf den bei Vertragsschluss voraussehbaren vertragstypischen Schaden. Diese Haftungsbeschränkung gilt nicht bei schuldhaftem Verstoß gegen wesentliche Vertragspflichten, soweit dadurch die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet wird, sowie für Schäden an Leben, Körper oder Gesundheit wegen einer von dem Verlag zu vertretenden Pflichtverletzung.

9. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
10. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Preisberechnung zugrunde gelegt.
11. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung innerhalb von 14 Tagen nach Veröffentlichung der Anzeige bzw. eines anderen bestellten Werbemittels, übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
12. Hat der Auftraggeber dem Anbieter eine Einzugsermächtigung bzw. nach erfolgter Umstellung auf das SEPA-Lastschriftverfahren ein SEPA-Mandat erteilt, erfolgt die Zahlung per Bankinzug. Die Vertragsparteien vereinbaren, dass eine für das SEPA-Lastschriftverfahren erforderliche Vorabankündigung (Pre-Notification) spätestens drei Tage vor dem jeweiligen Belastungsdatum zu erfolgen hat.
13. Bei Verzugsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Werbemittel Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Werbemittelvertrages das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
14. Der Verlag liefert mit der Berechnung auf Wunsch ein Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenschnittstelle, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschaffen werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
15. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für den Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführung hat der Auftraggeber zu tragen.
16. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Werbemittel ein Anspruch auf Preisreimderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdruckschnitt des mit dem ersten Werbemittel beginnenden Inseritionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisreimderung berechtigter Mangel, wenn sie
  - bei einer Auflage bis zu 100 000 Exemplaren 20 %
  - bei einer Auflage bis zu 500 000 Exemplaren 15 %
  - bei einer Auflage bis zu 500 000 Exemplaren 10 %
  - bei einer Auflage über 500 000 Exemplaren 5 % beträgt.Darüber hinaus sind bei den Abschlüssen Preisreimderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag den Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen des Werbemittels vom Vertrag zurücktreten konnte.
17. Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postwege weitergeleitet. Die Eingänge auf Chiffreanzeigen 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. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote an Stelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 500 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Fälschungen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.
18. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
19. Erfüllungsort und Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus dem geschlossenen Vertrag ist Hannover, wenn der Auftraggeber Kaufmann ist. Das gilt auch, wenn der Auftraggeber im Inland keinen allgemeinen Gerichtsstand hat oder sein Wohnsitz unbekannt oder im Ausland ist.
20. Sollten eine oder mehrere der vorstehenden Bestimmungen unwirksam sein oder werden, so wird hierdurch die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmungen treten die gesetzlichen Vorschriften, soweit nicht die Parteien eine Einigung herbeiführen, die den durch die unwirksame Bestimmung beabsichtigten Zweck erreicht.





**schlütersche**  
Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG

#### Herausgeber und Verlag:

**Schlütersche Verlagsgesellschaft  
mbH & Co. KG**

Postanschrift:  
30130 Hannover  
Hausanschrift:  
Hans-Böckler-Allee 7,  
30173 Hannover  
Telefon +49(0)511 8550-0  
Telefax +49(0)511 8550-2600  
www.schluetersche.de

#### Leitung Kfz + Mobilitätsmedien:

**Eckhard Schulte**  
Telefon +49(0)511 8550-2610  
schulte@schluetersche.de

#### Redaktion:

**Ingo Jagels**  
Telefon +49(0)511 8550-2642  
jagels@schluetersche.de

#### Vertrieb / Abonnement-Service:

Telefon +49(0)511 8550-2636  
vertrieb@schluetersche.de

#### Anzeigenverkauf:

**Christian Welc**  
Telefon +49(0)511 8550-2643  
welc@schluetersche.de

**Marion Bäre**  
Telefon +49(0)511 8550-2645  
baere@schluetersche.de

**Tanja Ehlerding**  
Telefon +49(0)511 8550-2647  
ehlerding@schluetersche.de

**Gitta Lemke**  
Telefon +49(0)511 8550-2648  
lemke@schluetersche.de

#### Techn. Anzeigenabwicklung:

**Ulf Schröder**  
Telefon +49(0)511 8550-2521  
anzeigendaten-auh@schluetersche.de