

BIT



■ Magazin für Dokumenten- und Geschäftsprozesse

Mediadaten 2010

bit-Verlag 

Weinbrenner GmbH & Co. KG

Fasanenweg 18
70771 Leinfelden-Echterdingen
Tel.: 07 11/75 91-3 12
Fax: 07 11/75 91-3 36
www.bit-news.de

Profil

- BIT – Business Information Technology ist das Fachmagazin für Dokumenten- und Geschäftsprozesse.
- BIT widmet sich dem Themenspektrum Dokumenten-Management und Enterprise-Content-Management in allen Facetten.
- BIT bietet wertvolle Informationen für die Planung, Auswahl und Einführung von Systemen und Lösungen rund um Dokumenten- und Informationsprozesse.
- BIT zeigt, wie Dokumentenprozesse vom Eingang bis zum Versand und der Archivierung effizient gestaltet werden können.
- BIT sorgt für eine solide Wissensgrundlage bei allen Fragen einer modernen Dokumenten- und Informations-Organisation.

BIT-Leser BIT-Leser sind IT-Leiter, Verantwortliche für Prozess-Management, Leiter von Fachabteilungen mit hohem Dokumentendurchsatz, Entscheider für Soft- und Hardware, Verantwortliche für Druck- und Versand, Consulter und Leiter von Rechenzentren.

BIT-Verbreitung BIT wird in einer von der IWW kontrollierten Auflage von 10.000 Exemplaren vertrieben, in Österreich und der Schweiz in einer Auflage von 1.000 Exemplaren.

Kernthemen jeder BIT-Ausgabe

- Drucken + Kopieren, Office-Prozesse und Output-Management
- Dokumenten-Management-Systeme (DMS) und verwandte Applikationen
- Enterprise-Content-Management (ECM)
- Storage-Management und Datenspeicher-Strategien
- Business-Process-Management (BPM)
- Kundenkommunikationsprozesse (CRM)
- Output-Management
- Dokumentenprozesse – vom Druck bis zum Versand
- Digitaler Produktionsdruck, personalisiertes Drucken, Print-on-Demand
- Postbearbeitung, Eingangspost und Ausgangspost
- Outsourcing und Dienstleistungen rund um Dokumenten-Management
- SaaS (Software as a Service) und ASP (Application Service Providing)

Kooperationen

BIT kooperiert mit den wichtigsten nationalen und internationalen Verbänden im Bereich Dokumententechnologien. Die Mitglieder folgender Verbände erhalten BIT im Abonnement:



AIIM International-Association
for Information and Image
Management.



FMI – Fachverband für multimediale
Informationsverarbeitung.



PDF/A. BIT ist offizielles
Verbandsorgan des PDF/A
Competence Centers.



Wirtschaftsverband Kopie &
Medientechnik



VOI – Verband Organisations-
und Informationssysteme e.V.



BIT ist offizielles Verbandsorgan des
Doxnet – The Document X-perts
Network e.V.

Herausgeber Dipl.-Kfm. Karl-Heinz Weinbrenner
Dipl.-Kfm. Claudia Weinbrenner-Seibt

Verlagsleitung Siegfried Elsaß
Telefon: 07 11/75 91-3 55

Redaktion Jacques Ziegler (verantwortlich)
Telefon: 07 11/75 91-3 16
E-Mail: jziegler@bitverlag.de

Anja Berner
Telefon: 07 11/75 91-3 64
E-Mail: aberner@bitverlag.de

Claudia Weißenfels
Telefon: 07 11/75 91-3 17
E-Mail: cweissenfels@bitverlag.de

Anzeigenleitung Joachim Ahnfeldt
Telefon: 07 11/75 91-3 12
E-Mail: jahnfeldt@bitverlag.de
Telefax: 07 11/75 91-3 36

Verlag bit-Verlag Weinbrenner GmbH & Co. KG
Fasanenweg 18
70771 Leinfelden-Echterdingen
Telefon: 07 11/75 91-3 55
Telefax: 07 11/75 91-3 36 (Anzeigen)
07 11/75 91-37 75 (Redaktion)

Postanschrift Postfach 100116
70745 Leinfelden-Echterdingen

Internet www.bit-news.de

Jahrgang 46. Jahrgang 2010

Erscheinungsweise 7-mal jährlich

Auflage (pro Ausgabe im Durchschnitt) 01. Juli 2008–30. Juni 2009
Druckauflage: 11.719 Exemplare
Verbreitete Auflage: 11.369 Exemplare

Auslandsvertrieb:
BIT wird in Österreich und der Schweiz in einer Auflage
von 1.000 Exemplaren vertrieben.

Auflagenkontrolle:



Erscheinungs-/Redaktionsplan siehe unter Termine und Themen

Bezugspreise Jahresabonnement EUR 78,-
(einschl. Porto und MwSt.) Einzelverkaufspreis EUR 13,50

Bei Auslandssendungen wird das Porto gesondert berechnet.

Umfangsanalyse:	2008	= 8 Ausgaben
Gesamtumfang:	856 Seiten	= 100,0 %
Redaktionsteil:	734 Seiten	= 85,7 %
Anzeigenteil:	122 Seiten	= 14,3 %
Beilagen:	2 Stück	

Anzeigenformate (Breite x Höhe in mm) und Preise (Euro)

Format	Satzspiegel	Heft-Format*	Grundpreis s/w	2-farbig	3-farbig	4-farbig	4-farbig incl. Anschnitt
1/1 Seite	180 x 264	210 x 297	3.850,-	4.390,-	4.930,-	5.470,-	5.855,-
3/4 Seite	180 x 198 135 x 264	210 x 223 157 x 297	2.888,-	3.293,-	3.698,-	4.103,-	4.392,-
2/3 Seite	180 x 176 120 x 264	210 x 198 140 x 297	2.567,-	2.927,-	3.287,-	3.647,-	3.904,-
1/2 Seite	180 x 132 85 x 264	210 x 148 105 x 297	1.925,-	2.195,-	2.465,-	2.735,-	2.928,-
1/3 Seite	180 x 88 58 x 264	210 x 99 70 x 297	1.283,-	1.463,-	1.643,-	1.823,-	1.951,-
1/4 Seite	180 x 66 88 x 132 40 x 264	210 x 74 105 x 148 52 x 297	963,-	1.098,-	1.233,-	1.368,-	1.464,-
1/6 Seite	180 x 44 58 x 132	210 x 49 70 x 148	642,-	732,-	822,-	912,-	976,-
1/8 Seite	180 x 33 88 x 66	210 x 37 52 x 148	481,-	594,-	617,-	685,-	733,-

* Jeweils zzgl. 3 mm Beschnitt an jeder angeschnittenen Seite.

Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird zusätzlich berechnet.

Titelseite	auf Anfrage
Anzeigen mit aufgeklebten Teilen	auf Anfrage
Grundpreis	je einspaltige Millimeterzeile EUR 3,70
Preise für Stellengesuche	je 40 mm breite Millimeterzeile EUR 1,85
Chiffregebühren	EUR 8,-; Luftpostgebühren gesondert; Nachforderungen bei Portomehraufwand vorbehalten
Farbzuschlag	je Zusatzfarbe (Eurosкала) EUR 540,- für 1/1 Seite, kleinere Formate anteilig, Sonderfarben auf Anfrage
Formatzuschlag	10 % vom sw-Preis
Platzierung	Für verbindliche Platzierungs-Vorschriften Zuschlag 20 % vom sw-Preis (Mindestgröße: 1/2 Seite)
AE-Provision	15 %
Nachlässe	Malstaffel für mehrmalige Veröffentlichungen innerhalb eines Jahres (ohne Sonderausgaben) 2-mal 3 % 2 Seiten 5 % 4-mal 5 % 4 Seiten 10 % 6-mal 10 % 6 Seiten 15 %

Einhefter	Höchstformat 213 mm breit x 297 mm hoch zzgl. 5 mm Beschnitt (= 218 x 307 mm) 2-seitig EUR 300,- per ‰ 4-seitig EUR 320,- per ‰ 6-seitig EUR 340,- per ‰ Höchstgewicht 30 Gramm, Hefter mit größerem Umfang und höherem Gewicht auf Anfrage.
Beilagen	Höchstformat 210 mm breit x 297 mm hoch zum Gewicht von 20 g EUR 310,- per ‰ zum Gewicht von 30 g EUR 340,- per ‰ jedes weitere Gramm EUR 2,55 per ‰ Zusätzliche Postgebühren fallen nicht an
Teilbelegung	Belegung von Teilaufgaben ist nur mit Beilagen möglich (nur komplette Postleitzonen), Aufpreis hierfür 30 % (Mindestauflage: 3.000 Stück).
Liefermenge	Benötigte Anzahl Beilagen/Einhefter: 10.500 Exemplare
Versandanschrift für Einhefter und Beilagen	W. Kohlhammer Druckerei GmbH & Co. Augsburger Straße 722 70329 Stuttgart-Obertürkheim
Gestaltung und Druck Ihrer Werbemittel	Wir erleichtern Ihnen gerne die Abwicklung bei Einhefter- und Beilagen-Dispositionen: Auf Wunsch gestalten wir Ihre Prospekte und vermitteln leistungsfähige Druck-Dienstleister zu günstigen Konditionen und in bester Qualität. So sparen Sie Lieferzeit und Kosten und erhalten „alles aus einer Hand“.

Kombinations- Rabatt	Jeweils 3 % zur Malstaffel pro zusätzlich gebuchtem Magazin aus dem bit-Verlag.
Druck- und Bindeverfahren	Offset, Klebebindung
Druckunterlagen	Per ISDN oder E-Mail (jahnfeldt@bitverlag.de) oder auf CD-ROM an die Verlagsanschrift. Bei Übermittlung per ISDN bitten wir um vorherige telefonische Abstimmung unter 07 11/75 91-3 12.
Anschrift für Druckunterlagen	bit-Verlag, Fasanenweg 18, 70771 Leinfelden-Echterdingen
Zahlungs- bedingungen	Zahlbar innerhalb 10 Tagen nach Rechnungsdatum mit 2 % Skonto, innerhalb 30 Tagen rein netto, bei Bankeinzug oder Vorauskasse mit 3 % Skonto.
Zahlungs- möglichkeiten	Stuttgarter Volksbank AG Kontonummer 219 273 006 Bankleitzahl 600 901 00 IBAN DE94 6009 0100 0219 2730 06 BIC VOBAD533
	Baden-Württembergische Bank Kontonummer 2 998 299 Bankleitzahl 600 501 01 IBAN DE50 6005 0101 0002 9982 99 BIC SOLADE33
	Kreditkarten: Eurocard/MasterCard, Visa, American Express

USt-Id-Nr.

DE 147646018

BIT 1-2010 Januar

Erscheinungstermin:	28.01.2010
Anzeigen- und Druckunterlagenchluss:	08.01.2010
Redaktionsschluss:	18.12.2009

Themen:

- **Drucken und Kopieren:** Neue Generation Schwarzweiß- und Farbsysteme
 - **ECM-Lösungen:** E-Mail-Management und -Archivierung
 - **Rechnungsprozesse:** Elektronische Rechnungsstellung, E-Billing, PDF-Rechnungen
 - **SaaS – Software as a Service:** Lösungen, Leistungen, Angebote
 - **Outsourcing:** Dokumentenprozesse auslagern
 - **Print- und Versand:** Die Angebote der Dienstleister
 - **Postbearbeitung:** Prozessoptimierung vom Kuvertieren zum Versand
-

BIT 2-2010 Februar

Erscheinungstermin:	24.02.2010
Anzeigen- und Druckunterlagenchluss:	04.02.2010
Redaktionsschluss:	01.02.2010

Themen:

- **Drucken und Kopieren:** Ökologisch und Wirtschaftlich
- **Dokumenten-Management:** Leistungsvermögen der Workflow-Module
- **SaaS – Software as a Service:** Maßgeschneiderte und flexible SaaS-Lösungen
- **Posteingangsbearbeitung:** Digitale Erfassung der Geschäftspost
- **Scanner:** Welcher Scanner für welchen Bedarf?
- **Storage:** Virtualisierung und heterogenes Storage-Management
- **Output-Management:** Multichannel-Lösungen gewinnen an Bedeutung

Messen: CeBIT, Hannover, 2. bis 6. März 2010

BIT 4-2010 September

Erscheinungstermin:	15.09.2010
Anzeigen- und Druckunterlagenchluss:	25.08.2010
Redaktionsschluss:	20.08.2010

Themen:

- **Drucken und Kopieren:** Multifunktionale Systeme im Dokumenten-Workflow
 - **Business-Prozess-Management:** Lösungen für Workflows
 - **SharePoint:** Lösungen und Produkte für SharePoint/MOSS 2007
 - **Portal-Lösungen:** Plattform für Geschäftsprozesse
 - **Dokumenten-Dienstleistungen:** Outsourcing rund um Dokumenten-Management
 - **Scanner:** Neue Abteilungs- und Produktions-scanner
 - **Output-Management:** Lösungen für automatisierte Dokumentenprozesse
-

BIT 5-2010 Oktober

Erscheinungstermin:	19.10.2010
Anzeigen- und Druckunterlagenchluss:	29.09.2010
Redaktionsschluss:	24.09.2010

Themen:

- **Green IT / Drucken und Kopieren:** Kosten reduzieren, Energiebilanz verbessern
- **ECM und ERP:** Das Beste aus zwei Welten
- **Rechnungsverarbeitung im SAP-Umfeld:** Lösungen nach Maß
- **ERP und Business-Intelligence-System (BI):** Lösungen aus einem Guss
- **CRM:** Professionelles Kundenbeziehungs-Management
- **Storage:** Wie Virtualisierung die Kapazitätsprobleme löst
- **Datensicherheit:** Systemschutz, Backup-Strategien, Datenschutz

Messen: IT & Business, Stuttgart, 26. bis 28. Oktober 2010; Storage Networking World (SNW) Europe, Frankfurt a. M., 26. bis 27. Oktober 2010; Moderner Staat, Berlin, 27. bis 28. Oktober 2010

DMS Expo, Köln, 9. bis 11. Oktober 2010

BIT 3-2010 Mai

Erscheinungstermin: 26.04.2010
Anzeigen- und Druckunterlagenchluss: 06.04.2010
Redaktionsschluss: 30.03.2010

Themen:

- **Produktionsdruck:** Kraftpakete für Produktionsdruck und Inhouse-Services
- **Druck- und Weiterverarbeitung:** Pre- und Postlösungen für Printer-Systeme
- **Postbearbeitung:** Vom Druck zum Versand
- **Transpromo:** Umsetzung von Transpromo-Anwendungen
- **Dokumenten-Management:** Mobiles Dokumenten-Management
- **ECM:** SAP-Integration von ECM-Lösungen
- **ECM-Lösungen:** Elektronische Kundenakte

Messen: PostPrint, Berlin, 5. bis 7. Mai 2010

BITspezial – Output Solutions & Services Juni

Erscheinungstermin: 10.06.2010
Anzeigen- und Druckunterlagenchluss: 21.05.2010
Redaktionsschluss: 17.05.2010

Themen:

- **Digitaldruck:** Individualisierung, Personalisierung und 1:1-Marketing
- **Output-Management:** Integriertes Text- und Output-Management
- **Output-Management und Geschäftskommunikation:** Personalisierte Kundenansprache
- **Postbearbeitung:** Frankieren, Kuvertieren, Etikettieren, Adressieren
- **Print- und Mail-Services:** Outsourcing von Druck- und Postaufgaben
- **Dokumenten-Services:** Outsourcing von Dokumentenprozessen
- **Input-Management:** Datenerfassung, Rechnungseingang, Bestelleingang

Messen: 11. Mailingtage, Nürnberg, 16. bis 17. Juni 2010;
12. Doxnet Fachkonferenz, Baden-Baden, 21. bis 23. Juni 2010

BIT 6-2010 November

Erscheinungstermin: 06.12.2010
Anzeigen- und Druckunterlagenchluss: 16.11.2010
Redaktionsschluss: 15.11.2010

Themen:

- **Drucken und Kopieren:** Integration von multifunktionalen Systemen in Arbeitsabläufe
 - **DMS/ECM:** Lösungen für Banken und Versicherungen
 - **ECM-Lösungen:** Elektronische Personalakte
 - **Migration:** Effiziente Wege zur Migration von Daten, Archiven und DMS
 - **Collaboration:** Teamarbeit mit Dokumenten
 - **Langzeitarchivierung:** Sichere Langzeitarchivierung, PDF/A-Werkzeuge
 - **Output-Management:** Automatisierte Kundenkorrespondenz
-

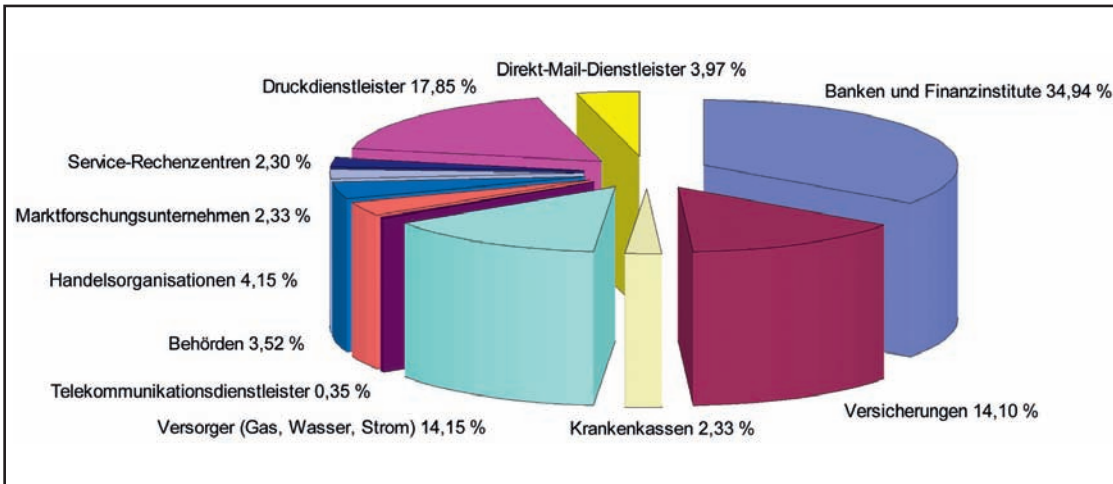
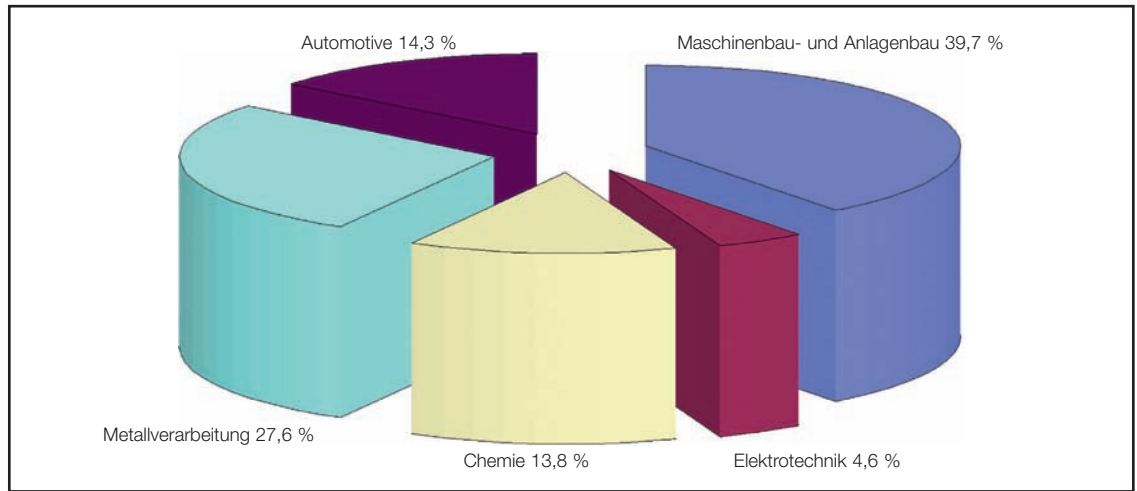


Marktdurchdringung nach Branchen/Fachrichtungen

BIT-Empfängergruppen	Exemplare	Anteil
Anwender mit großen Dokumentenvolumina		39,5 %
Banken und Finanzinstitute	1.380	13,80 %
Versicherungen	557	5,57 %
Krankenkassen	92	0,92 %
Versorger (Gas, Wasser, Strom)	559	5,59 %
Telekommunikationsdienstleister	14	0,14 %
Behörden	139	1,39 %
Versandhandel	164	1,64 %
Marktforschungsunternehmen	92	0,92 %
Service-Rechenzentren	91	0,91 %
Druckdienstleister	705	7,05 %
Direkt-Mail-Dienstleister	157	1,57 %
<hr/>		
Mittelständische Industrie		51,0 %
Maschinenbau	2.025	20,25 %
Elektrotechnik	234	2,34 %
Chemie	705	7,05 %
Metallverarbeitung	1.408	14,08 %
Automotive	728	,28 %
<hr/>		
Summe Mittelständische		
System-, Softwarevertrieb und Service	950	9,47 %
<hr/>		
Verbreitete Auflage	10.000	100 %

Empfänger aus der mittelständischen Industrie

51 % der Leseradressen stammen aus der mittelständischen Industrie. Dabei hat der Maschinenbau mit knapp 40 % den größten Anteil an den Empfängeradressen der Mittelständler. Weitere Schwergewichte bilden die Adressen der metallverarbeitenden Branche und aus der Chemie.



Anwender mit großen Dokumentenvolumina

39,5 % der BIT-Leseradressen stammen aus Branchen, in denen große Dokumentenvolumina verarbeitet werden. Davon haben die Banken und Finanzinstitute mit knapp 35% den größten Anteil. Die Adressen von Druckdienstleistern, Versorgern und Versicherungen folgen mit Anteilen von etwa 14% der gewichtigen Lesergruppen.

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 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 Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. 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 eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird.

3 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 dem Verlag zu erstatten. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.

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

5 Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

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

7 Der Verlag behält sich vor, Anzeigen auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses abzulehnen, 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
 - Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten.
- Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Musters und dessen Billigung bindend. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

8 Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckerunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckerunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schallungsbeginn anzuliefern.

Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen.

so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

16a Aus einer Auflagenminderung kann vorbehaltlich der Regelung der Ziffer 16b nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisermäßigung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantieauflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisermäßigung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie bei einer Garantieauflage bis zu 50.000 Exemplaren mindestens 20 v. H., bei einer Garantieauflage bis zu 100.000 Exemplaren mindestens 15 v. H., bei einer Garantieauflage bis zu 500.000 Exemplaren mindestens 10 v. H., bei einer Garantieauflage über 500.000 Exemplaren mindestens 5 v. H. beträgt.

Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt.

Als Garantieauflage gilt die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder, wenn eine Auflage nicht genannt ist, die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vorausgegangenen Kalenderjahres.

Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisermäßigungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

16b (Sondervorschrift bei Auflagenminderungen für Titel, die heftbezogene Auflagenangaben veröffentlichen) Abweichend von Nummer 16a berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagenangaben veröffentlichen, nur dann zu einer Preisermäßigung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (Garantieauflage) von bis zu 500.000 Exemplaren 10 v.H. und bei einer Auflage (Garantieauflage) von über 500.000 Exemplaren 5 v.H. überschreitet. Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt. Die der Garantie zugrundeliegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IWW. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr aus dem Auflagendurchschnitt der vier Quartale vor dem Insertionsjahr, soweit nicht vom Verlag eine absolute Auflagenzahl als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde.

Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisermäßigung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengenstaffel und für mindestens drei Ausgaben.

Grundlage für die Berechnung der Preisermäßigung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde. 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.

17 Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Expressbriefe auf Zifferanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Zifferanzeigen 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 anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 (Gewicht ... g) überschreiten, sowie Waren, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

Verabrarbt ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.

9 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.

10 Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung 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 Ersatzanzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzveröffentlichung 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 Auftrags ausgeschlossen. 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 vorhersehbaren 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 vorhersehbaren Schaden beschränkt.

Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung 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.

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 bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

12 Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

13 Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

14 Bei Zahlungsverzug 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 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 zum Anzeigenschlussstermin und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15 Der Verlag liefert 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,

16 Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.

Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlichrechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des 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 der Sitz des Verlages vereinbart.

19 Die Werbungsmitler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten.

20 Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind gegenüber Unternehmern 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 Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

21 Wird für 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 Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage 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.

Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag.

Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

22 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 zuzuliefernden Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungsschutz, Leistungsschutz und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.

23 Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff oder Energieverknappung und dergleichen sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.



**Wir sind Mitglied der Fachgruppe Fachzeitschriften
im Verband Deutscher Zeitschriftenverleger e.V.**

Mediaberatung

Joachim Ahnfeldt

bit-Verlag Weinbrenner GmbH & Co. KG

Fasanenweg 18

70771 Leinfelden-Echterdingen

Tel. 07 11/75 91-3 12

Fax 07 11/75 91-3 36

E-Mail: jahnfeldt@bitverlag.de