

BIT



■ Magazin für Geschäftsprozess- und Output-Management

Mediadaten 2016

bit-Verlag 

Weinbrenner GmbH & Co. KG

Fasanenweg 18
70771 Leinfelden-Echterdingen
Tel.: 0711/75 91-312
Fax: 0711/75 91-348
www.bit-news.de

Profil

■ **BIT** – das Fachmagazin für effiziente Geschäftsprozesse, Kundenkommunikation und Output-Management-Prozesse.

■ **BIT** widmet sich dem Themenspektrum Dokumenten-Management sowie Enterprise-Content- und -Information-Management in allen Facetten.

■ **BIT** bietet wertvolle Informationen für die Planung, Auswahl und Einführung von Systemen und Lösungen rund um Geschäftsprozesse.

■ **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 zu einer modernen elektronischen Dokumentenorganisation sowie zu produktivitätssteigernden Prozessen.

BIT-Leser Geschäftsprozesse in Unternehmen und Verwaltungen:

im Bereich: IT-Leiter, Verantwortliche für Prozess-Management, Leiter von Fachabteilungen mit hohem Dokumentendurchsatz, Einkäufer von Hard- und Software.

Im Bereich Output-Management:

Ressortleiter Output-Management bei Banken, Versicherungen, Finanzdienstleistern; Leiter Druckzentrum bei Druckdienstleistern, Lettershops und Direct-Mail-Dienstleistern; Leiter Versand-Services bei Versanddienstleistern und Zeitungsverlagen; Leiter Dokumentenerstellung bei Handel und Logistik; Poststellenleiter in mittelständischen und großen Unternehmen und Behörden; Leiter Rechenzentrum; Leiter Output-Management und Dokumentenversand bei Behörden.

Kernthemen jeder BIT-Ausgabe

Im Bereich Geschäftsprozess-Optimierung

- Drucken + Kopieren in Büros und Verwaltungen
- Managed-Print und Managed-Document-Services (MPS, MDS)
- Dokumenten-Management-Systeme (DMS + ECM/EIM) und Applikationen
- Business-Process-Management (BPM)
- Elektronischer Brief, Online-Brief, Hybrid-Brief
- Kundenkommunikationsprozesse/Customer-Relationship-Management (CRM)
- Geschäftskorrespondenz: individuell und automatisiert
- Cloud- und SaaS-Lösungen für Dokumentenanwendungen
- Outsourcing und Dienstleistungen rund um Dokumenten-Management
- Scannen und Capturing-Lösungen
- Sicherheit für Daten und Prozesse

Im Bereich Output-Management bei der Hochleistungs-Dokumentenverarbeitung

- Dokumentenprozesse: Vom Druck bis zum Versand
- Multichannel-Output
- Dokumentenpräsentationen über Portale, Zustell-Server + mobile Endgeräte
- Lightproduction-Printing und Transpromo
- Automatisierung von Dokumentenprozessen
- Personalisierte Kundenkommunikation
- Output-Steuerung von der Fachabteilung bis zum zentralisierten Output-Management
- Postverarbeitung
- Output-Management im SAP-/ERP-Umfeld

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

Verlagsleitung Siegfried Elsaß
Telefon: 0711/75 91-355
Telefax: 0711/75 91-348

Redaktion Torsten Wiegand (verantwortlich)
Telefon: 0711/75 91-3771
E-Mail: twiegand@bitverlag.de

Claudia Weißenfels
Telefon: 0711/75 91-317
E-Mail: cweissenfels@bitverlag.de

Anzeigenleitung Joachim Ahnfeldt
Telefon: 0711/75 91-312
E-Mail: jahnfeldt@bitverlag.de

Mediaberatung Günter Achenbach
Telefon: 02369/2 03 14 40
E-Mail: g.achenbach@achenbach-media.de

Verlag bit-Verlag Weinbrenner GmbH & Co. KG
Fasanenweg 18
70771 Leinfelden-Echterdingen
Telefon: 0711/75 91-355
Telefax: 0711/75 91-348

Postanschrift Postfach 100116
70745 Leinfelden-Echterdingen

Jahrgang 52. Jahrgang 2016

Erscheinungsweise 6-mal jährlich

Auflage 1. Juli 2014 – 30. Juni 2015 (pro Ausgabe im Durchschnitt)
Druckauflage: 8.875 Exemplare
Verbreitete Auflage: 8.677 Exemplare

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

Auflagenkontrolle: 

Erscheinungs-/Redaktionsplan siehe unter Termine und Themen

Bezugspreise Einzelverkaufspreis 14,- EUR
(einschl. Porto und MwSt.) Jahresabonnement 84,- EUR

Bei Auslandssendungen wird das Porto gesondert berechnet.

Umfangsanalyse:	2014	=	7 Ausgaben
Gesamtumfang:	668 Seiten	=	100,0 %
Redaktionsteil:	561 Seiten	=	84,0 %
Anzeigenteil:	107 Seiten	=	16,0 %
Beilagen:	2 Stück		

Internet www.bit-news.de
Zugriffszahlen je Monat /(Mai 2015):
Visitors: 33.794, Page Impressions: 188.525

Einhefter	Höchstformat 210 mm breit x 297 mm hoch zzgl. 5 mm Beschnitt am Kopf und 3 mm im Bund (= 218 x 307 mm) 2-seitig EUR 310,- per % 4-seitig EUR 330,- per % 6-seitig EUR 350,- per % Höchstgewicht 30 Gramm, Hefter mit größerem Umfang und höherem Gewicht auf Anfrage.
Memo-Stick	Einseitig bedruckter Sticker, selbstklebend, ablösbar auf redaktioneller Seite platziert EUR 410,- per %
Beilagen	Höchstformat 200 mm breit x 290 mm hoch zum Gewicht von 20 g EUR 320,- per % zum Gewicht von 30 g EUR 350,- 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: 8.200 Ex.
Versandanschrift für Einhefter und Beilagen	Bosch-Druck GmbH Festplatzstr. 6 84030 Ergolding
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.
BIT-Kompass	EUR 1.225,- pro Jahr (6 Ausgaben) und pro Rubrik inkl. Internet
Druck- und Bindeverfahren	Offset, Klebebindung
Druckunterlagen	Per E-Mail (jahnfeldt@bitverlag.de) oder auf CD-ROM an die Verlagsanschrift.
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	Baden-Württembergische Bank Kontonummer 2 998 299 Bankleitzahl 600 501 01 IBAN DE50 6005 0101 0002 9982 99 BIC SOLADEST
	Kreditkarten: Eurocard/MasterCard, Visa, American Express
USt-Id-Nr.	DE 147646018

BIT 1-2016 Februar

GESCHÄFTSPROZESSE

- Business-Drucker: Toner oder Tinte?
- Sicherheit für Dokumente und Prozesse
- Elektronische Rechnungen, ZUGFeRD und Rechnungsworkflow

OUTPUT

- Multichannel-Dokumentenverarbeitung
- Transaktionsdruck: Planung, Steuerung, Reporting
- Output-Management-Plattformen: Aktuelle und zukunftsweisende Anforderungen

BIT 1-2016

Erscheinungstermin
01.02.2016
Anzeigen- und
Druckunterlagenschluss
11.01.2016
Redaktionsschluss
05.01.2016

BIT 2-2016 März (CeBIT)

GESCHÄFTSPROZESSE

- Scannen und Capturing-Lösungen
- Digitale Prozesse in der digitalen Transformation
- Mobile Enterprise: Integration, Sicherheit und Komfort

OUTPUT

- Output-Lösungen für den PC: Von der Brieferstellung zum Versand
- Output-Management als Drehscheibe der Kundenkommunikation
- Highend-Produktionsdruck: Ausblick auf die Drupa

Messen: CeBIT, Hannover, 14. bis 18. März 2016

BIT 2-2016

Erscheinungstermin
07.03.2016
Anzeigen- und
Druckunterlagenschluss
15.02.2016
Redaktionsschluss
09.02.2016

BIT 3-2016 Mai

GESCHÄFTSPROZESSE

- Migration von ECM-Systemen: Services & Support
- Business Collaboration: Reibungsloser Austausch
- Digitale Geschäftsmodelle: Lösungen für mobile und personalisierte Services

OUTPUT

- Highvolume-Inkjet: Wendig und vielseitig
- Digitaldruck-Papiere: Ökologisch, wirtschaftlich, anspruchsvoll
- Highend-Kuvertieren: Schnell, flexibel, zuverlässig

Messen: Drupa, Düsseldorf, 31. Mai bis 10. Juni 2016

BIT 3-2016

Erscheinungstermin
02.05.2016
Anzeigen- und
Druckunterlagenschluss
11.04.2016
Redaktionsschluss
05.04.2016

BIT 4-2016 Juni

GESCHÄFTSPROZESSE

- Kundenkommunikation auf allen Kanälen
- Drucker und MFP im Dokumentenprozess
- Elektronischer Brief: Neue Lösungen für die sichere Mail-Kommunikation

OUTPUT

- Zentraler Druck- und Dokumentenservice
- Effiziente Dokumentenverarbeitung: Input, Output, Workflow
- Produktionsdruck: Individualisierung und Veredlung

Messen: DOXNET Fachkonferenz, Baden-Baden, 20. bis 22. Juni 2016
CO-REACH, Nürnberg, 29. bis 30. Juni 2016

BIT 4-2016

Erscheinungstermin
13.06.2016
Anzeigen- und
Druckunterlagenschluss
23.05.2016
Redaktionsschluss
17.05.2016

BIT 5-2016 September

GESCHÄFTSPROZESSE

- Scannen und Capturing-Lösungen: Scannen in die Prozesse
- ECM: Anwendungen per App
- Enterprise-Information-Management (EIM) – mehr als ECM?

OUTPUT

- Mailings: Personalisierung, Veredelung, Response-Optimierung
- Produktionsdruck: Flexible Systeme für die Kleinauflage
- Dokumentenverarbeitung: Optimierung der Prozessphasen

Messen: IT & Business, Stuttgart, 4. bis 6. Oktober 2016
Druck + Form, Sinsheim, 12. bis 15. Oktober 2016

BIT 5-2016

Erscheinungstermin
26.09.2016
Anzeigen- und
Druckunterlagenschluss
05.09.2016
Redaktionsschluss
30.08.2016

BIT 6-2016 November

GESCHÄFTSPROZESSE

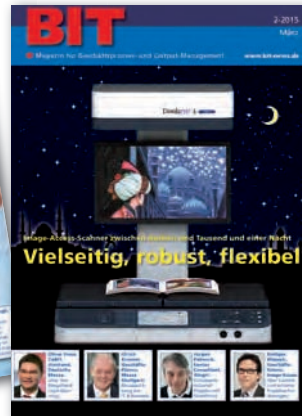
- Cloudbasierte Dokumentenprozesse
- ECM-Systeme im Geschäftsprozess: perfekt integriert
- MFP und Drucker: Managed-Print und Managed-Document-Services

OUTPUT

- Output- und Input-Management: Dokumentenprozesse aus einem Guss
- Zentraler Druck- und Dokumentenservice
- Whitepaper-Produktion: Ausgereifte Anwendungen und Fallbeispiele

BIT 6-2016

Erscheinungstermin
21.11.2016
Anzeigen- und
Druckunterlagenschluss
31.10.2016
Redaktionsschluss
25.10.2016



Die Zukunft ist CROSSMEDIAL!

Kat. D

Kat. C

Kat. B

Kat. C

Kat. A

Kat. B

Kat. C

Kat. B

The screenshot shows the BIT website interface. At the top, there's a navigation bar with categories like 'TOPTHEMEN', 'NEWS', 'TERMINE', 'BRANCHE', 'SERVICE', 'MEDIADATEN', and 'ÜBER UNS'. The main content area features a large article titled 'DIGITALISIERUNG IM DEUTSCHEN MITTELSTAND' with a sub-headline 'Nicht ohne die Cloud'. Below this, there are several news items, including one about 'Konica Minolta: Neue Marktchancen mit Inkjet-Digitaldrucksystem' and another about 'Politiker sehen sich bei der digitalen Transformation in der Pflicht'. The bottom section includes an 'Advertisial' and 'Feature' section with images and text.

www.bit-news.de

→

←

The image shows the cover of the BIT magazine. The title 'BIT' is prominently displayed at the top. Below it, the subtitle 'Magazin für Geschäftsprozess- und Output-Management' is visible. The main cover image depicts four business professionals in a meeting, looking at a screen. The headline on the cover reads 'KOMMENTAR Die digitale Zukunft erfolgreich gestalten'. Below the headline, there are several small portraits of individuals, likely contributors or experts mentioned in the article.

Online-Advertorial

Text ca. 3.500 Zeichen + Bilder

Videos, Platzierung auf Bannerplatz der Kat. C

Newsletter-Werbung
Full Banner oder Textanzeige

Banner

- Kategorie A:***
Half Banner
- Kategorie B:***
Full Banner
Rectangle
- Kategorie C:***
Super Banner
Medium Rectangle
Skyscraper
- Kategorie D:***
Wall Paper
Expandable
Layer

*Nähere Informationen entnehmen Sie bitte der Preistabelle „Online-Werbeformen“ auf der Folgeseite

Für Ihre Online-Werbung bieten wir Ihnen auf www.bit-news.de eine Vielzahl moderner, digitaler Werbeformate wie:

- ✓ **Banner**
- ✓ **Videos**
- ✓ **Newsletter-Werbung**
- ✓ **PR-News**
- ✓ **Online-Advertorials**
- ✓ **Whitepapers**
- ✓ **Online-Stellenanzeigen**





Banner-, Videos, Newsletter-Werbung und Stellenanzeigen sind regulär AE-fähig. PR-News, Online-Advertorials und Whitepapers sind nicht AE-fähig.

* Für reine Online-Buchungen gilt
Preisliste I* („Einzelpreise“).

** Für Print-Werbekunden (ab 2.447 Euro) gilt
Preisliste II („Paketpreise“)**

für Online-Werbeaktivitäten. Diese im Vergleich zu den Einzelpreisen deutlich günstigeren Sonderpreise sind grundsätzlich nicht rabattfähig.

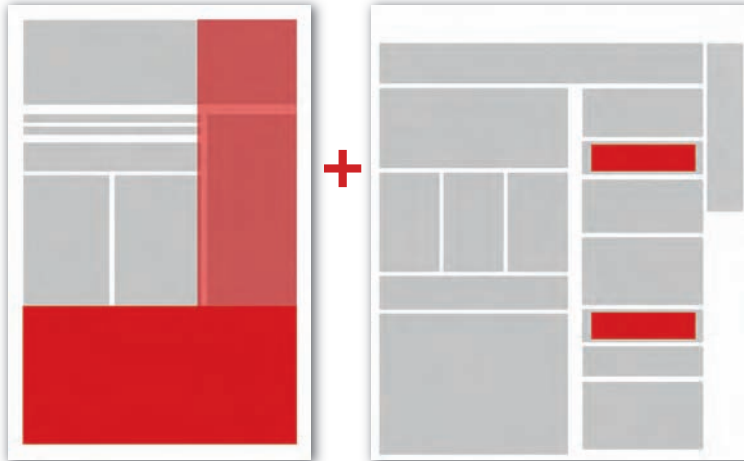
+ PR-News sind ausschließlich Crossmedia-Kunden vorbehalten.

Anzeigenform	Einzelpreis *	Paketpreis**	Laufzeit	Pixel
 <u>Kategorie A:</u> Half Banner	700,-	400,-	4 Wochen	234 × 60
 <u>Kategorie B:</u> Full Banner, Rectangle	850,-	500,-	4 Wochen	468 × 60 180 × 150
 <u>Kategorie C:</u> Super Banner, Medium Rectangle, Skyscraper	1.200,-	700,-	4 Wochen	728 × 90 300 × 250 120 × 600
 <u>Kategorie D:</u> Wall Paper, Expandable, Layer	1.700,-	1.000,-	4 Wochen	728 × 90 + 120 × 800 420 × 600 400 × 400
Video (Bannerplatz der Kat. C)	1.200,-	700,-	4 Wochen	—
Newsletter-Werbung (Full Banner oder Textanzeige)	1.700,-	1.000,-	4 Wochen	468 × 60
Online-Advertorial	1.700,-	1.000,-	4 Wochen	—
PR-News (online + Newsletter)	—	500,- ⁺	1 Woche	—
Stellenanzeige	250,-	—	4 Wochen inkl. NL-Versand	—
Whitepaper	1.700,-	—	4 Wochen	—

Auszug aus unseren CROSSMEDIA-Paketen (Euro)

Crossmedia-Paket 1

2.447,-



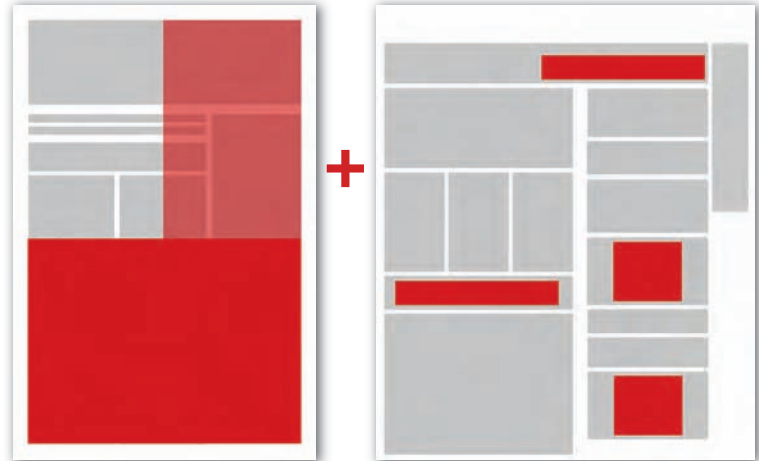
1/3 Seite Print-Anzeige
(quer oder hoch)
2.047,- (einzeln)

1 x Half Banner
700,- (einzeln)

Paketpreis: 2.447,-
Ersparnis: 300,-
(gegenüber Einzelbuchung)

Crossmedia-Paket 2

3.565,-



1/2 Seite Print-Anzeige
(quer oder hoch)
3.065,- (einzeln)

Wahlweise
1 x Full Banner oder **1 x Rectangle**
850,- (einzeln)

Paketpreis: 3.565,-
Ersparnis: 350,-
(gegenüber Einzelbuchung)

Marktdurchdringung nach Branchen/Fachrichtungen

BIT-Empfängergruppen	Exemplare	Anteil
Anwender mit großen Dokumentenvolumina	6.397	72,08 %
Banken und Versicherungen	2.681	30,21 %
Krankenkassen	112	1,26 %
Versanddienstleister	81	0,91 %
Versorger (Gas, Wasser, Strom)	1.063	11,98%
Telekommunikationsdienstleister	59	0,66 %
Ämter und Behörden	1.201	13,53 %
Großverlage	62	0,70 %
Service-Rechenzentren	111	1,25 %
Druckdienstleister	896	10,10 %
Handel und Logistik	131	1,48 %
Mittelständische Industrie	2.478	27,92 %
Fertigung/Anlagen-/Maschinenbau	1.098	12,37 %
Elektrotechnik	85	0,96 %
Chemie	485	5,46 %
Automotive	529	5,96 %
Metallverarbeitung	281	3,17 %
Verbreitete Auflage	8.875	100 %

Kooperationen

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



Der BITKOM-Kompetenzbereich ECM ist Medienpartner der BIT



Der Arbeitskreis Output Solutions im BITKOM ist Medienpartner der BIT



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



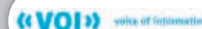
FMI – Fachverband für multimediale Informationsverarbeitung.



BIT ist offizielles Verbandsorgan der PDF Association



Motio Netzwerk für Medienkommunikation



VOI – Verband Organisations- und Informationssysteme e. V.

Informationen

Dateiformate:

GIF, JPEG, PNG, SWF, HTML, Text

Bannergewicht:

max. 100 Kb

Flashbanner können sowohl mit eingebauten Links und dem Ziel _blank, oder mit clickTag und targetTag geliefert werden.

Fallbackdateien sollten das Format png, jpg oder gif haben.

Newsletter:

Textanzeigen: max. 300 Zeichen inkl. Link und GIF-Logo.

Banner: kein Flash.

Bedingungen für Bannerschaltung:

Mindestlaufzeit: 4 Wochen

Rabatt: 10 % Rabatt ab 3 Monate

15 % Rabatt ab 6 Monate

Stellenanzeigen:

Word-Dokument inkl. Firmenlogo oder eine PDF-Datei.

Bannerservice:

Gerne erstellen wir Ihren Banner für Sie, Preis auf Anfrage.

Datenanlieferung:

Zwei Werktage vor Schaltbeginn per E-Mail: info@bitverlag.de

PR-News sind nicht einzeln buchbar; diese können ausschließlich von Crossmedia-Paketkunden für jeweils 500,- Euro hinzugebucht werden.

Alle Preise sind Nettopreise, die jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuer wird zusätzlich berechnet.

Ansprechpartner



Torsten Wiegand Redaktion

Tel.: 0711/75 91-3771
twiegand@bitverlag.de



Claudia Weißenfels Redaktion

Tel.: 0711/75 91-317
cweissenfels@bitverlag.de



Joachim Ahnfeldt Anzeigenleitung

Tel.: 0711/75 91-312
jahnfeldt@bitverlag.de



Günter Achenbach Mediaberatung

Tel.: 02369/2 03 14 40
g.achenbach@achenbach-media.de



Peter Kreuzer Internet

Tel.: 0711/75 91-378
pkreuzer@bitverlag.de

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 Hefnummern, 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 Modells 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 Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn 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 Preisreduzierung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantief Auflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisreduzierung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie bei einer Garantief Auflage bis zu 50.000 Exemplaren mindestens 20 v. H., bei einer Garantief Auflage bis zu 100.000 Exemplaren mindestens 15 v. H., bei einer Garantief Auflage bis zu 500.000 Exemplaren mindestens 10 v. H., bei einer Garantief Auflage über 500.000 Exemplaren mindestens 5 v. H. beträgt.

Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt.

Als Garantief Auflage 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 Preisreduzierungsansprüche 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 Preisreduzierung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (Garantief Auflage) von bis zu 500.000 Exemplaren 10 v.H. und bei einer Auflage (Garantief Auflage) 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 Preisreduzierung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengentafel und für mindestens drei Ausgaben.

Grundlage für die Berechnung der Preisreduzierung 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 Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein.

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.

Vereinbart 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 Auftrages 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 Anzeigenschlusstermin 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,

18 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 Sonderverfahren 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 Werbemittel 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 Auftragsaufträge 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 beantragt, 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 zugefertigten 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, deren 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.**

Anzeigenleitung/Mediaberatung

Joachim Ahnfeldt

bit-Verlag Weinbrenner GmbH & Co. KG

Fasanenweg 18

70771 Leinfelden-Echterdingen

Tel. 0711/75 91-312

Fax 0711/75 91-348

E-Mail: jahnfeldt@bitverlag.de

Günter Achenbach

Media Agentur

Orthöver Weg 146 a

46286 Dorsten

Tel. 02369/2 03 14 40

Mobil 0173/7 33 77 88

E-Mail: g.achenbach@achenbach-media.de