

PG & G

Porzellan & Glas
Kochen & Schenken

Mediadaten 2012

Das Branchenmagazin für
Handel und Industrie

Organ des Bundesverbandes
für den gedeckten Tisch, Hausrat
und Wohnkultur

Rossipaul  Kommunikation

Das Branchenmagazin für
Handel und Industrie 02/11
inzwischen 11. Jahrgang
100 Seiten 4,90 €
ISSN 1439-1000

PG & G
Porzellan & Glas
Kochen & Schenken

Nachhaltigkeit als
Markenzeichen
Ambiente 2011:
Neue Produkte,
neue
Kollektionen
Mit GPK Intern

Organ des Bundesverbandes für den gedeckten Tisch, Hausrat und Wohnkultur

*Die gläserne Welt
jeden Jahres
demonstriert*

Robbe & Berking
Das neue Magazin



Das Branchenmagazin für
Handel und Industrie 3-4/11
inzwischen 11. Jahrgang
100 Seiten 4,90 €
ISSN 1439-1000

PG & G
Porzellan & Glas
Kochen & Schenken

reisethe! –
40 Years of
Easiness

Ambiente 2011:
neue Funktionen, Formen
und Farben
KüchenInnovationspreis:
die Sieger
Mit GPK intern

Organ des Bundesverbandes für den gedeckten Tisch, Hausrat und Wohnkultur

carrybag anniversary edition



Das Branchenmagazin für
Handel und Industrie 06/11
inzwischen 11. Jahrgang
100 Seiten 4,90 €
ISSN 1439-1000

PG & G
Porzellan & Glas
Kochen & Schenken

„PrimaDonna S De Luxe“
von De'Longhi:
Kaffeekunst und Ästhetik

Green sells:
Öko und
Nachhaltigkeit
Zielgruppe Kind:
Hits for Kids
Mit GPK intern

Organ des Bundesverbandes für den gedeckten Tisch, Hausrat und Wohnkultur



Ihre Partner im Verlag

Anzeigenleitung

Ursula Rossipaul – Telefon +49 (0)89/17 91 06-24

E-Mail: urossipaul@rossipaul.de

Anzeigenberatung

D Nord PLZ 0-5, F, B, NL, LUX, GB, Skand., Osteuropa, USA, Asien

Kornelia Reckers – Telefon +49 (0)23 89/40 06 12

E-Mail: kreckers@rossipaul.de

D Süd PLZ 6-9 und CH, A, I, E, TR

Michaela Markert-Käser – Telefon +49 (0)89/17 91 06-53

E-Mail: mmarkert@rossipaul.de

Aboverwaltung

Hannelore Jeßberger – Telefon +49 (0)89/85 85 35 33

E-Mail: aboservice@porzellanundglas.de

Redaktion

Beate Schraml (Chefredakteurin) – Telefon +49 (0)89/17 91 06-14

E-Mail: bschraml@rossipaul.de

Stefanie Riedl – Telefon +49 (0)89/17 91 06-18

E-Mail: sriedl@rossipaul.de

Allgemeine Redaktionsmail:

pundg@rossipaul.de

Vertriebs- und Marketingleitung

Ingo Neubert – Telefon +49 (0)89/17 91 06-27

E-Mail: ineubert@rossipaul.de

Verlagsanschrift

Rossipaul Kommunikation GmbH

Menzinger Straße 37, D-80638 München

Postfach 20165, D-80016 München

Telefon +49 (0)89/17 91 06-0

Telefax +49 (0)89/17 91 06-22

ISDN +49 (0)89/17 80 92 97

E-Mail: info@rossipaul.de

www.rossipaul.de

www.porzellanundglas.de

www.beststyle-magazin.de

Druckereianschrift

Anlieferadresse für Beilagen:

Firmengruppe APPL Sellier-Druck

Angerstraße 54, 85354 Freising

Anliefertermine identisch mit Anzeigenschluss, siehe Seite 8

Jahrgang & Erscheinungsweise

111. Jahrgang 2012 / 10 Ausgaben pro Jahr

Bezugsbedingungen

Jahresabonnement Inland	75,00 € (inkl. MwSt. u. Versand)
Jahresabonnement Ausland	85,00 € (inkl. Versand, zzgl. MwSt.)
Azubi-Abo:	38,00 € (inkl. MwSt. u. Versand)
Rabattstaffel für Mehrfach-Expl.:	ab 5 Expl.: 5%
	ab 10 Expl.: 10%
	ab 20 Expl.: 20%
	ab 25 Expl.: 25%
Einzelverkaufspreis	7,50 € / Doppelnummer 15,- €

Kurzcharakteristik

P&G – Porzellan & Glas, Kochen & Schenken

ist ein modernes Branchenmagazin für Handel und

Industrie in allen Bereichen

rund um den gedeckten Tisch, wohnlichen

Lifestyle, Küche, Hausrat und Geschenke. **P&G** ist zentrales Informationsmedium, Trendscout und Meinungsbildner für Handel, Einkäufer, Industrie, Verbände und Zulieferer der Branche im In- und Ausland.

Ein kompetentes Redaktions-Team recherchiert und berichtet über Neuheiten, Messe-Events und Trends der Branche, analysiert Ereignisse und Hintergründe, präsentiert wirtschaftliche Rahmendaten des Fachhandels, kommentiert Marketinginitiativen und Verkaufsförderungsaktionen und gibt Anregungen aus der Handelsszene, Best-Practice-Beispiele und Konzeptideen. **P&G** schaut über den Tellerrand und wird so zum unentbehrlichen Informationsmedium für alle erfolgreichen Geschäftsleute, Insider der Haushaltswarenbranche sowie Opinionleader in Handel und Industrie.

Fakten sammeln, Nutzen bieten, seriös recherchieren und berichten, zeitgemäß gestalten und zum Erfolg der Branche beitragen – das ist das Credo der **P&G**.

„**P&G Porzellan & Glas, Kochen & Schenken** – Das Branchenmagazin für Industrie und Handel“ ist das offizielle Organ des Bundesverbandes für den gedeckten Tisch, Hausrat und Wohnkultur e.V.



Zielgruppen/ Adresspool/ Musterseiten

Die Zielgruppenselektion für Ihren optimalen Markterfolg!

GPK / Haushalt	7.900
Papeterie / Geschenkartikel	1.810
Möbel / Einrichtungshäuser	4.490
Warenhäuser / Versandhandel	600
Baummärkte / Fachmärkte	2.020
Gartencenter	1.040
Kochschulen / Hotelfachschulen	240
Kücheneinrichter	2.680
Weinfachhandel	560
Feinkost / Cateringservice	1.590
Handelsvertretungen	280
Industrie	1.250
Adressen gesamt	24.460

Handel | Einzelhandel

Branchenbetriebsvergleich



Wohnmodell III

Wohnmodell III ist ein Modell für den Einzelhandel, das sich auf den Verkauf von Waren in einem Laden konzentriert. Es ist ein Modell, das sich auf den Verkauf von Waren in einem Laden konzentriert. Es ist ein Modell, das sich auf den Verkauf von Waren in einem Laden konzentriert.

Wohnmodell III ist ein Modell für den Einzelhandel, das sich auf den Verkauf von Waren in einem Laden konzentriert. Es ist ein Modell, das sich auf den Verkauf von Waren in einem Laden konzentriert. Es ist ein Modell, das sich auf den Verkauf von Waren in einem Laden konzentriert.

Wohnmodell III ist ein Modell für den Einzelhandel, das sich auf den Verkauf von Waren in einem Laden konzentriert. Es ist ein Modell, das sich auf den Verkauf von Waren in einem Laden konzentriert. Es ist ein Modell, das sich auf den Verkauf von Waren in einem Laden konzentriert.

Handel | Einzelhandel

Branchenbetriebsvergleich

Handel | Einzelhandel
Branchenbetriebsvergleich

Handel | Einzelhandel
Branchenbetriebsvergleich

Handel | Einzelhandel
Branchenbetriebsvergleich

Handel | Einzelhandel
Branchenbetriebsvergleich

Handel | Einzelhandel
Branchenbetriebsvergleich

Handel | Einzelhandel
Branchenbetriebsvergleich

Handel | Einzelhandel
Branchenbetriebsvergleich



Markt-Trends

Die Lebensmittelbranche ist in den letzten Jahren stark gewachsen und wird auch in den kommenden Jahren weiter expandieren. Die Nachfrage nach Bio-Produkten und regionalen Produkten steigt kontinuierlich an.

MARKT-TRENDS

Die Lebensmittelbranche ist in den letzten Jahren stark gewachsen und wird auch in den kommenden Jahren weiter expandieren. Die Nachfrage nach Bio-Produkten und regionalen Produkten steigt kontinuierlich an.

MARKT-TRENDS

Die Lebensmittelbranche ist in den letzten Jahren stark gewachsen und wird auch in den kommenden Jahren weiter expandieren. Die Nachfrage nach Bio-Produkten und regionalen Produkten steigt kontinuierlich an.

MARKT-TRENDS

Die Lebensmittelbranche ist in den letzten Jahren stark gewachsen und wird auch in den kommenden Jahren weiter expandieren. Die Nachfrage nach Bio-Produkten und regionalen Produkten steigt kontinuierlich an.

Mut zur Nische

Auf den Hund gekommen...Kochen & Genießen in Hamburg

Das Geschäft "Kochen & Genießen" hat sich in Hamburg etabliert und ist ein erfolgreiches Beispiel für den Erfolg von Nischenmärkten. Das Unternehmen hat sich auf hochwertige Lebensmittel und Kochzubehör spezialisiert und hat durch gezielte Marketingmaßnahmen und einen hervorragenden Kundenservice einen starken Marktanteil erlangt.

Qualität hat ihr Gewicht!

Original Look & Look Multifunktions 800 kg Gewicht 127 g

Es kann nicht schiefen, wenn die Waage so stabil ist.

Weitere preisgünstige Informationen unter www.looek-look.de

Auflage/ Musterseiten

Auflagen-Analyse: 2. Quartal 2011 laut IWW

Druckauflage	8.330 Exemplare
Verbreitete Auflage	8.126 Exemplare
Verkaufte Auflage	974 Exemplare
Abo-Auflage	882 Exemplare

P&G ist der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IWW) angeschlossen.



Objektanalyse/Muster

Handel | D&A-Tipp

Alles Tomate!

Die im Laden angebotene Vielfalt einer Supermarktkette. Tomaten sind mittlerweile ein unverzichtbares Element der Ernährung. Die die Qualität der Ware zu beurteilen ist für den Konsumenten nicht einfach. Die Auswahl ist groß und reicht von kleinen, runden bis hin zu großen, länglichen Früchten. Die Vielfalt ist groß und reicht von kleinen, runden bis hin zu großen, länglichen Früchten.

Tomaten

Die gute Tomate ist ein unverzichtbares Element der Ernährung. Die die Qualität der Ware zu beurteilen ist für den Konsumenten nicht einfach. Die Auswahl ist groß und reicht von kleinen, runden bis hin zu großen, länglichen Früchten.

Tomaten

Die gute Tomate ist ein unverzichtbares Element der Ernährung. Die die Qualität der Ware zu beurteilen ist für den Konsumenten nicht einfach. Die Auswahl ist groß und reicht von kleinen, runden bis hin zu großen, länglichen Früchten.

Tomaten

Die gute Tomate ist ein unverzichtbares Element der Ernährung. Die die Qualität der Ware zu beurteilen ist für den Konsumenten nicht einfach. Die Auswahl ist groß und reicht von kleinen, runden bis hin zu großen, länglichen Früchten.

Titel | kulinarisch

Porzellan erzählt Geschichten

Das Porzellan erzählt Geschichten. Die Geschichte der Porzellanherstellung ist eine lange und interessante. Die Geschichte der Porzellanherstellung ist eine lange und interessante. Die Geschichte der Porzellanherstellung ist eine lange und interessante.

Porzellan erzählt Geschichten

Das Porzellan erzählt Geschichten. Die Geschichte der Porzellanherstellung ist eine lange und interessante. Die Geschichte der Porzellanherstellung ist eine lange und interessante. Die Geschichte der Porzellanherstellung ist eine lange und interessante.

Porzellan erzählt Geschichten

Das Porzellan erzählt Geschichten. Die Geschichte der Porzellanherstellung ist eine lange und interessante. Die Geschichte der Porzellanherstellung ist eine lange und interessante. Die Geschichte der Porzellanherstellung ist eine lange und interessante.

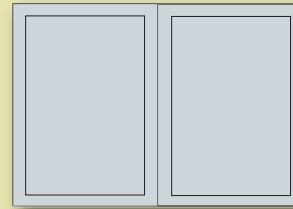
Porzellan erzählt Geschichten

Das Porzellan erzählt Geschichten. Die Geschichte der Porzellanherstellung ist eine lange und interessante. Die Geschichte der Porzellanherstellung ist eine lange und interessante. Die Geschichte der Porzellanherstellung ist eine lange und interessante.

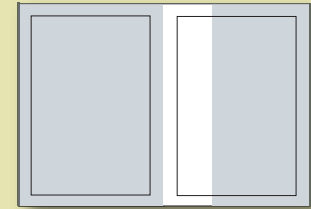
Anzeigen- Preisliste 2012

Oktober 2011 / Anzeigenpreisliste Nr. 5

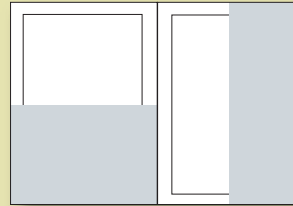
- Zeitschriften-
format** 210 mm breit x 297 mm hoch
- Satzspiegel** 180 mm breit x 257 mm hoch,
3 Spalten je 56 mm breit
- Druckverfahren** CMYK-Bogen-Offset. Abbildungen bis max. 70er
Raster. Direktbelichtung der digitalen Daten auf die
Druckplatte (CTP)
- Digitale Daten** **System:** Apple Macintosh OS 10.4.11
Software: QuarkXPress 7.5,
Photoshop CS 4, Illustrator CS 4
- Bildformate:** Tiff, eps, jpg, – mindestens 300 dpi
- Speichermedien:** CD-+R / DVD-+R
- Anzeigendaten:** QXP 7.5 mit allen verwendeten Schriften und
Bildern oder **Druckpdf Acrobat 1.7** mit 2.400 dpi
(Bildauflösung 300 dpi in Originalgröße (1:1).
CMYK, keine Sonderfarben. Bildformate Photo-
shop-TIFF oder -EPS. Bitte liefern Sie einen farb-
verbindlichen Proof ISOcoatedV2 / FOGRA.
- Kontakt:** Franziska Mattes
Tel. +49 (0) 89/17 91 06-57
E-Mail: fmattes@rossipaul.de



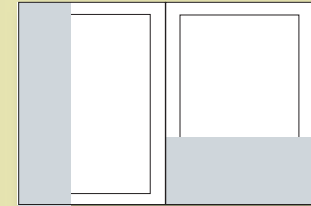
2/1 S. über Bund
s/w 4.590 €
4c 6.890 €



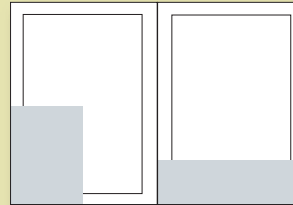
1/1 S. s/w 2.490 €
4c 3.790 €
2/3 S. s/w 1.600 €
4c 2.500 €



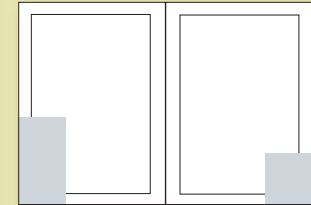
1/2 S. quer s/w 1.190 €
4c 1.790 €
1/2 S. hoch s/w 1.190 €
4c 1.790 €



1/3 S. hoch s/w 825 €
4c 1.290 €
1/3 S. quer s/w 825 €
4c 1.290 €



1/4 S. hoch s/w 640 €
4c 990 €
1/4 S. quer s/w 640 €
4c 990 €



1/6 Seite s/w 345 €
4c 550 €
1/12 Seite s/w 195 €
4c 290 €

Sämtliche Anzeigenformate sind angeschnitten ohne Mehrpreis.
Alle Preise verstehen sich innerhalb Deutschland zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer

Formate und Preise

Vorzugsplätze

Titelseite inkl. 4 x 1/1 S. PR

2. Umschlagseite 4c

4. Umschlagseite 4c

1/3 S. Anzeige neben Vorwort

1/3 S. Anzeige neben Inhaltsverz.

Preis auf Anfrage

4c 4.490 €

4c 5.490 €

4c 2.490 €

4c 2.490 €

Stellen- und Gelegenheitsanzeigen

Stellenangebote / Geschäftsverbindungen

Stellengesuche

Chiffregebühr

je Spalte 90 mm breit

je mm 5,00 €

je mm 2,50 €

10,00 €

Rabatte/AE-Provision

Nachlässe zum Grundpreis bei Abnahme innerhalb eines Jahres

Malstaffel

3 Anzeigen 3%

6 Anzeigen 5%

12 Anzeigen 10%

Mengenstaffel

3 Seiten 5%

6 Seiten 10%

12 Seiten 15%

Übliche AE-Provision bei Schaltung über eine zugelassene Agentur wird gewährt auf Basis der angegebenen Tarife.

Allgemeine Geschäftsbedingungen siehe letzte Seite.

Beilagen/Beihefter

Prospektbeilagen bis 25 Gramm: 2.580 €

Beilagenkosten für höhere Gewichtsbereiche bitte anfragen

Banderolen: Technische Daten und Ausstattung nach Wunsch / Preise auf Anfrage

Einhefter: Abmessungen gemäß Zeitschriftenformat

210 mm breit x 297 mm hoch zzgl. oben 4 mm, unten 14 mm, links 3 mm und rechts 7 mm

Erstes Blatt 2.600 €

Jedes weitere Blatt 890 €

Anlieferung von Beilagen/Beiheftern

Mindestens 10 Arbeitstage vor Erscheinen frei Haus Druckerei /

2 Muster an den Verlag

Format	Breite x Höhe	s/w Preis	4c Preis
2/1 S. über Bund	420 x 297 mm	4.590 €	6.890 €
1/1 S. angeschnitten	210 x 297 mm	2.490 €	3.790 €
1/2 S. hoch angeschnitten	102 x 297 mm	1.190 €	1.790 €
1/2 S. quer angeschnitten	210 x 145 mm	1.190 €	1.790 €
1/3 S. hoch angeschnitten	71 x 297 mm	825 €	1.290 €
1/3 S. quer angeschnitten	210 x 96 mm	825 €	1.290 €
1/4 S. hoch angeschnitten	102 x 145 mm	640 €	990 €
1/4 S. quer angeschnitten	210 x 70 mm	640 €	990 €
1/6 Seite angeschnitten	71 x 145 mm	345 €	550 €
1/12 Seite angeschnitten	71 x 71 mm	195 €	290 €

Sämtliche Anzeigenformate sind angeschnitten ohne Mehrpreis.

Alle Formate zuzüglich 3 mm Beschnittzugabe!

P&G Themenplan 2012

Ausgabe	Redaktions-schluss	Anzeigen-schluss	Erscheinungs-termin	Themen
Januar	09.12.2011	16.12.2011	12.01.2012	<ul style="list-style-type: none"> ◆ EK Live Bielefeld ◆ Christmasworld Frankfurt (27.01. – 31.01.2012) ◆ Frühjahrsküche: Frisches für Tisch & Küche
Februar	05.01.2012	13.01.2012	03.02.2012	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Ambiente Frankfurt (10.-14.02.2012): Dining, Living, Giving ◆ Cadeaux Leipzig (25.-27.02.2012)
März / April	02.03.2012	09.03.2012	29.03.2012	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Neues von den Frühjahrmessen: Tafeln, kochen, schenken ◆ Kücheninnovationen 2012
Mai	05.04.2012	13.04.2012	03.05.2012	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Materialtrends: von Holz bis High-Tech ◆ Kochtrends: von Asien bis Amerika ◆ Textiltrends für Tisch und Wohnung
Juni	04.05.2012	11.05.2012	06.06.2012	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Für Genießer: Kaffee, Tee & Schokolade ◆ Für Kinder: Hits for Kids ◆ Für Kenner: Accessoires für Wein & Bar

Ausgabe	Redaktions- schluss	Anzeigen- schluss	Erscheinungs- termin	Themen
Juli	08.06.2012	15.06.2012	05.07.2012	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Herbst-Orderrunde: Einkaufstage (Earlybird, Innowa, TrendForum, TrendSet, Vivanti) ◆ Weihnachten 2012: Dekoratives & Praktisches ◆ Aus der Backstube: Süßes & Herzhaftes
August	20.07.2012	27.07.2012	16.08.2012	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Herbst-Trends: Tendence Frankfurt, IFA Berlin, spoga+Gafa Köln, Cadeaux Leipzig, EK Home Bielefeld ◆ Gourmet-Shop: Essig, Öl, Gewürze, Marmeladen
September/ Oktober	07.09.2012	14.09.2012	04.10.2012	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Neues von den Herbstmessen: für Tisch und Küche, Schenken & Wohnen ◆ Zum Wohlfühlen: Kerzen und Düfte
November	12.10.2012	19.10.2012	08.11.2012	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Grillsaison 2013 ◆ Schneidwaren & Bestecke: extra-scharf und richtig edel ◆ Zusatzsortimente: Leder und Schmuck
Dezember	09.11.2012	16.11.2012	06.12.2012	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Orderauftakt 2013: Earlybird, Innowa, TrendForum, TrendSet, Vivanti ◆ Geschenkefrühling: Ostern, Valentinstag, Mutter- und Vatertag

AGB

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen Stand: 31.08.2008

1. Dem Auftrag liegen die Bedingungen der jeweils gültigen Anzeigenpreisliste und diese „Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen“ zugrunde.
2. Anzeigenaufträge sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluß abzuwickeln.
3. Soweit der Verlag Vermittlungsvergütung gewährt, berechnen sich diese nach dem tatsächlich vereinbarten Anzeigenpreis.
4. Für die Annahme von Anzeigen in bestimmten Ausgabennummern oder für eine bestimmte Platzierung des Auftrags wird keine Gewähr geleistet. Platzierungswünsche werden ausdrücklich nicht Auftragsbestandteil. Der Verlag wird Platzierungswünsche jedoch nach Möglichkeit berücksichtigen. Spätere Reklamationen wegen Nichteinhaltung entsprechender Wünsche können nicht geltend gemacht werden.
5. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge oder einzelne Anzeigen im Rahmen eines Auftrags über die Schaltung mehrerer Anzeigen abzulehnen, wenn diese gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstoßen oder wenn diese wegen ihres Inhalts, ihrer Herkunft oder technischen Form den einheitlichen Grundsätzen des Verlages widersprechen oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist.
6. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage oder deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines redaktionellen Beitrages erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Bei bereits geschlossenen Anzeigen- oder Beilagenverträgen ist der Verlag in diesen Fällen zum Rücktritt berechtigt.
7. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht fristgemäß zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
8. Stornierungen oder Zurückstellungen von Anzeigen sind nur bis zum offiziellen Anzeigenschlußtermin der Preisliste möglich. Bei Überschreitung des Termins hat der Verlag Anspruch auf Bezahlung des im Umbruch eingeteilten Anzeigenraumes.
9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar sondern werden diese erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungstreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe der Anzeige. Grundlage hierfür ist die durchschnittliche Druckleistung nach dem jeweiligen Druckverfahren und die verwendete Papierqualität.
10. Die Kosten für die Anfertigung von Lithos sowie vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen. Treffen beschädigte Druckunterlagen erst unmittelbar vor Drucklegung beim Verlag ein, hat der Auftraggeber die hieraus dem Verlag entstehenden zusätzlichen Kosten zu tragen.
11. Der Verlag ist zur Prüfung der sachlichen Richtigkeit und Zulässigkeit der Angaben des Auftraggebers, der die Eignung der vom Auftraggeber gelieferten Unterlagen und der Verletzung etwaiger Schutzrechte Dritter aufgrund der Durch- und Ausführung des Auftrags ausdrücklich nicht verpflichtet. Der Auftraggeber stellt den Verlag insoweit hinsichtlich sämtlicher Ansprüche und Forderungen Dritter frei.

12. Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlergebühr darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

13. Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden nur für die innerhalb eines Jahres erscheinenden Anzeigen eines Werbungstreibenden gewährt. Die Frist beginnt mit Erscheinen der ersten Anzeige, wenn nicht bei Vertragsabschluß ein anderer Beginn vereinbart wird.

14. Hat der Verlag den ganz oder teilweise unleserlichen, unrichtigen oder unvollständigen Abdruck einer Anzeige zu vertreten, hat der Auftraggeber Anspruch auf eine einwandfreie Ersatzanzeige. Läßt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags. Ist der Auftraggeber Kaufmann, sind Reklamationen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln - innerhalb von 4 Wochen nach Veröffentlichung vorzubringen.

15. Die Haftung des Verlages auf Schadenersatzanspruch ist begrenzt auf Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit soweit nicht Kardinalpflichten des Verlages betroffen sind. Die Haftung bei leichter Fahrlässigkeit ist der Höhe nach beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Eine Haftung für Mangelfolgeschäden ist ausgeschlossen.

16. Rechnungen sind innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern im Einzelfall keine kürzere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.

17. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 1 % über dem jeweils gültigen Diskontsatz der Bundesbank sowie Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Konkursen und Zwangsvergleichen entfällt jeglicher Nachlass.

18. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Durchführung eines Auftrags, ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel, Vorauszahlung zu verlangen.

19. Die Parteien vereinbaren die Schriftform, telefonisch aufgegebene Bestellungen oder Änderungen bedürfen ausdrücklich der schriftlichen Bestätigung des Verlages. Zusicherungen können nur durch entsprechend vom Verlag Bevollmächtigte schriftlich gegeben werden.

20. Es gilt deutsches Recht. Erfüllungsort und ausschließlicher Gerichtsstand ist München.

Das Magazin-Programm der Rossipaul Kommunikation



Rossipaul Kommunikation
GmbH
Menzinger Str. 37
D-80638 München
Tel. +49 (0) 89/17 91 06-0
Fax +49 (0) 89/17 91 06-22
Email: info@rossipaul.de
www.rossipaul.de

Medien für Ihren Erfolg