

ANZEIGENPREISLISTE NR. 26

Gültig ab 1. Dezember 2015

märklin
magazin



1. TITELPORTRAIT

Als Special-Interest-Zeitschrift vereinigt das Märklin Magazin mit Märklin und Trix zwei herausragende Marken der Modellbahnwelt in einem Heft.

Exklusive Produktberichte, außergewöhnliche Anlagentipps, spannende Vorbild- und Anwendungsgeschichten machen das Magazin zum Leitmedium für das gesamte Themensegment und begeistern für Technik allgemein und Eisenbahn im Besonderen.

Wie bei keiner anderen Zeitschrift steht die Faszination des gesamten Hobbys im Mittelpunkt der Berichterstattung. Als absolut hochwertiges Multi-Interest-Magazin ist das Märklin Magazin sowohl für Einsteiger als auch für ambitionierte Hobbyisten das Medium ihrer Wahl.

Mit seiner überdurchschnittlichen Anzahl an Abonnenten (über 80% aller Leser), die besonders die thematische Tiefe schätzen, ist das Märklin Magazin eines der wichtigsten Medien für den gesamten Hobby- und Freizeitbereich.

Die Themenmischung macht das Magazin zu einem einzigartigen Meinungsbildner und unverzichtbaren Kaufberater. Charakteristisch für alle Leser des Magazins – sowohl national wie international – ist dabei ein ausgeprägtes Qualitäts- und Markenbewusstsein.

Das Magazin erscheint außer in Deutsch in den Sprachen **Englisch**, **Französisch** sowie **Niederländisch** und deckt damit die entscheidenden Wirtschaftsräume in Europa und Nordamerika ab.



2. LESERSCHAFT

In dem renommierten Märklin Magazin erreichen Sie ohne Streuverluste die attraktive Premium Zielgruppe hauptsächlich männlich von 30 bis 49 Jahren und Best-Agers punktgenau.

Die Leser des Märklin Magazins sind überdurchschnittlich gebildet, vielseitig interessiert, gesundheitsbewusst und äußerst finanzkräftig mit einem hohen Haushalts-Nettoeinkommen.

Kennzeichnend für die Leser des Märklin Magazins ist ein außergewöhnlich starkes Engagement für ihr Hobby, das seinen Ausdruck in einer überdurchschnittlichen Investition von Zeit und Geld findet. Die Sammelleidenschaft findet auch in anderen Bereichen statt, wie z. B. für feinmechanische Uhren und kunstvolle Chronographen.

Die Leser des Magazins bilden eine konsumfreudige und werteorientierte Zielgruppe mit einem aktiven Lebensstil, die ihren Anspruch an Qualität auch auf andere Bereiche wie Technik, Fotografie, Reisen und Sport überträgt. Ist dort ein ideales Produkt gefunden, bleiben sie diesem auch langfristig verbunden.

Der Titel ist ein äußerst effizienter Werbeträger in seiner Gattung, auch aufgrund der außergewöhnlich hohen Leser-Blatt-Bindung. So sind über 80% der Leser langjährige Abonnenten des Märklin Magazins.

Profitieren Sie von einem der erfolgreichsten und vom Leser hochgeschätzten Titel mit äußerst wirtschaftlichen Werbemöglichkeiten im Markt.



3. BASISINFORMATIONEN

AUFLAGE

Verkaufte Auflage (IVW):

61.427

(1. Quartal 2015)

ERSCHEINUNGSWEISE

6 x jährlich

BEZUGSPREIS

€ 5,90

HEFTFORMAT

210 mm breit, 297 mm hoch

SATZSPIEGEL

180 mm breit, 279 mm hoch

JAHRGANG

51. Jahrgang 2016

HERAUSGEBER

Gebr. Märklin & Cie. GmbH
Stuttgarter Straße 55 – 57
73033 Göppingen, Deutschland

WEBADRESSE

www.maerklin.de

REDAKTIONSADRESSE

3G Media GmbH
Peter Waldleitner
Löwenstraße 46a
70597 Stuttgart, Deutschland
maerklin-magazin@3g-media.de

ABONNEMENT / VERTRIEB:

PressUp GmbH
Märklin-Magazin-Leserservice
Postfach 70 13 11
22013 Hamburg, Deutschland
maerklin-magazin@pressup.de



Informationsgemeinschaft zur Feststellung
der Verbreitung von Werbeträgern e. V.

4. ANZEIGENPREISE / FORMATE / RABATTE

Alle hier genannten Preise gelten für die deutschsprachige Ausgabe, alle Preise Netto

		Satzspiegel		Angeschnittene Formate		Anzeigenpreise in Euro
		Breite (mm)	Höhe (mm)	Breite (mm)	Höhe (mm)	
1/1 4C				210	297	3.200,00 €
1/2 4C	hoch quer			115 210	297 143	1.700,00 €
1/3 4C	hoch quer	70 180	279 88	75 210	297 100	1.200,00 €
1/4 4C	hoch quer	88 180	134 62			Nur auf Anfrage
2/1 4C	Doppel- seite			420	297	6.300,00 €

Aufpreis für die Umschlagseiten U2, U3 oder U4: je 1.000,- €.

Anzeigenpreise und Auflage für die Ausgaben Englisch, Französisch und Niederländisch auf Anfrage.

MALSTAFFEL

Ab 6 Insertionen 5%

MENGENSTAFFEL

Ab 6 1/1 Seiten 5%

PLATZIERUNGSZUSCHLAG

+ 10% vom Anzeigenrundpreis

AGENTURRABATTE

Agenturrabatte gewähren wir allen eingetragenen Agenturen.

5. TERMINPLAN 2016

	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss – und Rücktrittstermin	Druckunterlagen-Schluss
AUSGABE 01/2016	23.01.2016	07.12.2015	14.12.2015
AUSGABE 02/2016	01.04.2016	01.02.2016	15.02.2016
AUSGABE 03/2016	01.06.2016	04.04.2016	18.04.2016
AUSGABE 04/2016	01.08.2016	01.06.2016	16.06.2016
AUSGABE 05/2016	01.10.2016	01.08.2016	18.08.2016
AUSGABE 06/2016	01.12.2016	01.10.2016	17.10.2016
AUSGABE 01/2017	28.01.2017	01.12.2016	13.12.2016

Die Erscheinungstermine der Ausgabe können aus produktionstechnischen Gründen von den oben genannten Terminen abweichen.
Druckunterlagen-Schluss, späteste Anlieferung der Druckdaten und Vorlagen bzw. nach Absprache.
Anliefertermin für Beilagen: 10 Arbeitstage vor Erscheinungstermin

6. TECHNISCHE DATEN

DRUCKUNTERLAGEN

Format: 210 x 297 mm
Druckverfahren: auf Anfrage
Beschnitt: je 3 mm rundum
Verarbeitung: Klebebindung

Anzeigendaten bevorzugt als druckfähige PDF-Daten (X-3) mit Beschnittzeichen (Offset 3 mm) und Beschnittzugabe von 3 mm anliefern.

Bei farbigen Anzeigen bitte alle Farbdaten im CMYK-Modus anlegen, keine Sonderfarben verwenden.

Schriften nicht über das Schriftenmenü verändern (kursiv, fett etc.), sondern immer die Originalschriftnetze verwenden. Bilddaten als TIFF, JPEG, PSD oder EPS mitliefern. Beim Sichern der Bilddaten keine Rasterweiten, Rasterwinkel oder Druckkennlinien mitsichern.

Die Auflösung von Farb- und Graustufenbildern sollte 300 dpi (bei 1:1-Verwendung), von Strichbildern 1.270 dpi (bei 1:1-Verwendung) haben.

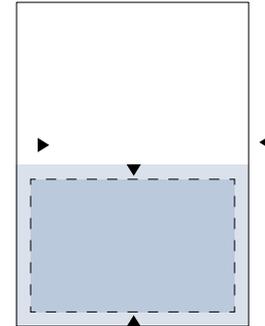
Bei Datenübermittlungen ohne mitgelieferten verbindlichen Farbproof schließt Märklin jede Haftung auf Farbrichtigkeit und Vollständigkeit aus.

Wir empfehlen Ihnen, parallel zu dem Datenversand einen Farbausdruck an die Agentur zu senden, da die Anzeigendarstellung sonst nicht gegengeprüft werden kann. Korrekturabzüge werden nur auf Anfrage versendet.

Die Datei bitte als PDF-X3:2002 speichern.
Profil: ISOcoated_v2300%.

Datenträger: CD-ROM oder Übertragung per ISDN

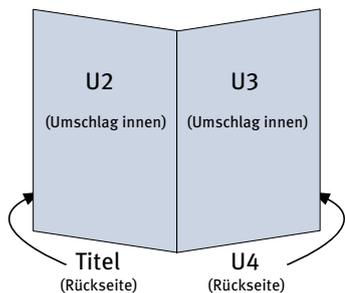
Bei Anlieferung von nicht ausdrücklich angeforderten anderen Druckunterlagen, z. B. Filmen oder anderen Formen von Datensätzen, behalten wir uns die Berechtigung vor, die PDF-Dateien zum Selbstkostenpreis anzufertigen.



5 mm

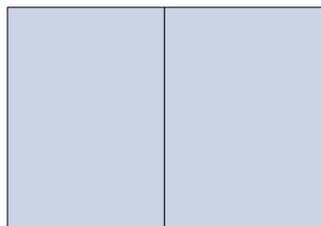
BITTE BEACHTEN SIE:

Alle wichtigen Inhalte Ihrer Anzeige (Bild + Text), die nicht im Anschnitt sein sollen, müssen einen Sicherheitsabstand von mindestens 5 mm zum Rand haben.



**UMSCHLAG
U2/U3/U4**

Im Anschnitt
210 B x 297 H
Farbe: 4c
+ 3 mm Beschnitt



**2/1 SEITE
Doppelseite**

Im Anschnitt
420 B x 297 H
+ 3 mm Beschnitt



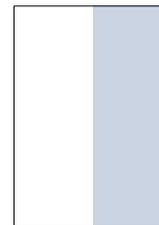
1/1 SEITE

Im Anschnitt
210 B x 297 H
+ 3 mm Beschnitt



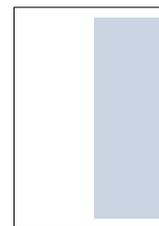
1/1 SEITE

Satzspiegel
180 B x 279 H



1/2 SEITE

Hochformat
Im Anschnitt
115 B x 297 H
+ 3 mm Beschnitt

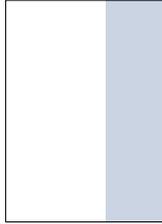


1/2 SEITE

Hochformat
Satzspiegel
105 B x 279 H



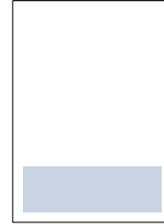
1/2 SEITE
Querformat
Im Anschnitt
210 B x 143 H
+ 3 mm Beschnitt



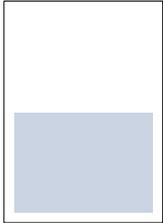
1/3 SEITE
Hochformat
Im Anschnitt
75 B x 297 H
+ 3 mm Beschnitt



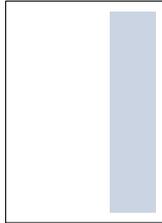
1/3 SEITE
Querformat
Im Anschnitt
210 B x 100 H
+ 3 mm Beschnitt



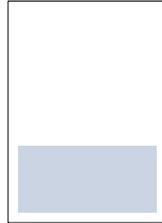
1/4 SEITE
Querformat
Satzspiegel
180 B x 62 H



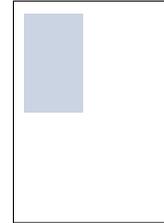
1/2 SEITE
Querformat
Satzspiegel
180 B x 135 H



1/3 SEITE
Hochformat
Satzspiegel
70 B x 279 H

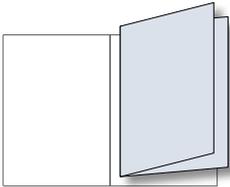


1/3 SEITE
Querformat
Satzspiegel
180 B x 88 H



1/4 SEITE
Hochformat
Satzspiegel
88 B x 134H

7. SONDERINSERTIONEN



BEILAGEN

100,- € pro 1000 Exemplare +
Portomehrkosten:

Porto Inland:
pro angefangene 10 Gramm:
7,00 € pro 1000 Exemplare

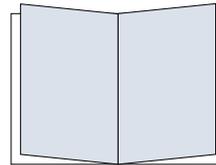
Porto Ausland:
pro angefangene 10 Gramm:
54,00 € pro 1000 Exemplare

Format: nicht größer als DIN A4

Belegungsmöglichkeiten:

1. Nur Inland Abo: Teilbelegung
nach Nielsen-Gebieten
(Kosten pro Nielsen-Split auf Anfrage)
2. Nur Inland Abo: Gesamtbelegung
3. Nur Inland (Abo + Kiosk)
4. Gesamtauflage (Inland + Ausland)

Sonderpromotion: Preise für Beikleber und weitere Werbeformen auf Anfrage
Beilagen für die Ausgaben Englisch, Französisch und Niederländisch auf Anfrage



BEIHEFTER

115,- € pro 1000 Exemplare +
Portomehrkosten:

Porto Inland:
pro angefangene 10 Gramm:
7,00 € pro 1000 Exemplare

Porto Ausland:
pro angefangene 10 Gramm:
54,00 € pro 1000 Exemplare

Unbeschnittenes Anlieferformat: auf Anfrage

Belegungsmöglichkeiten:

Nur in Gesamtauflage möglich.

8. ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

1. Abschluss im Sinne dieser Geschäftsbedingungen ist ein Vertrag über die Schaltung mehrerer Anzeigen, Fremdbeilagen oder sonstiger Werbemittel unter Beachtung der von dem Verlag angebotenen Rabattstaffeln, wobei die rechtsverbindlichen Anzeigenaufträge jeweils erst durch schriftliche Bestätigung des Abrufs zustande kommen.

2. Abruf ist die Aufforderung des Auftraggebers an den Verlag, auf Grundlage eines Abschlusses eine konkrete Anzeige, Fremdbeilage oder sonstiges Werbemittel zu veröffentlichen und die Zustellung der für die Produktion erforderlichen Texte und Vorlagen.

3. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an redaktionellen Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen.

4. Aufträge für Anzeigen können persönlich, telefonisch, schriftlich, per E-Mail oder per Internet aufgegeben werden. Bei telefonisch aufgegebenen Aufträgen oder Änderungen von Auftragsaufträgen haftet der Verlag nicht für Übermittlungsfehler.

5. Einhefteraufträge: Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten sinngemäß auch für Einhefteraufträge. Einhefteraufträge werden grundsätzlich vom Verlag erst nach Vorlage eines Musters angenommen. Einhefter, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung erwecken, werden nicht angenommen.

6. Ablehnung von Aufträgen: Der Verlag ist berechtigt, Anzeigenaufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtabschlusses, nach sachgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder vom deutschen Werber in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder Einhefter durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Der Verlag hat die Ablehnung unverzüglich nach Kenntniserlangung der betreffenden Inhalte zu erklären.

7. Anzeigenschluss: Die in der Preisliste ausgewiesenen Anzeigenschlüsse sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, Anzeigenschlusstermine kurzfristig, dem Produktionsablauf entsprechend, anzupassen.

8. Kündigung von Aufträgen/Höhere Gewalt: Anzeigenaufträge können nur schriftlich, auch per Telefax oder E-Mail, gekündigt werden. Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, hat der Auftraggeber die Anzeige zu bezahlen. Ansonsten kann der Verlag die Erstattung der bis zur Kündigung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen. Der Verlag wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Verlag unverschuldeten Arbeitskämpfmaßnahmen von der Verpflichtung zur Auftragsbefreiung frei; Schadenersatzansprüche bestehen deswegen nicht.

9. Platzierung von Anzeigen: Anzeigen werden in bestimmten Nummern, Ausgaben oder an bestimmten Stellen der Zeitung veröffentlicht, wenn dies

bei der Auftragserteilung schriftlich, auch per Telefax oder E-Mail, vereinbart wird. Rubrikanzeigen werden grundsätzlich nur in der jeweiligen Rubrik abgedruckt. Sofern keine eindeutigen Platzierungsvorgaben gemacht werden, kann der Verlag die Platzierung frei bestimmen. Sollte eine Anzeige innerhalb einer bestellten Ausgabe nicht platziert werden können, kann der Verlag diese Anzeige zum gleichen Preis in einer Ausgabe mit gleichem oder größerem Verbreitungsgebiet veröffentlichen. Dies gilt nicht, wenn es für die Bestellung einer bestimmten Ausgabe einen nachvollziehbaren, dem Verlag bekannten Grund, wie z.B. im Falle einer Anzeige für ein örtlich begrenztes Angebot, gab.

10. Farben werden üblicherweise im Zusammendruck aus den Euroskala-Farben cyan, magenta, yellow und black erzeugt. Bei Zusatzfarben aus der HKS-Farbkala für Zeitungsdruck des HKS-Warenzeichenverband e.V. oder Pantone behält sich der Verlag das Recht vor, ebenfalls den Farbton im Zusammendruck zu erzeugen, wobei bei der Farbwiedergabe Abweichungen zum Originalton nicht auszuschließen sind.

11. Abruf eines Auftrages: Ist kein Erscheinungstermin vereinbart, sind Anzeigen spätestens ein Jahr nach Vertragsschluss abzurufen. Ein Abschluss über mehrere Anzeigen ist innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln.

12. Druckunterlagen: Die Schlusstermine für Druckunterlagen sind dem jeweils gültigen Preisblatt für den/die jeweils geltende/n Markt/Branche der Anzeigenpreisliste des Verlags zu entnehmen. Für die rechtzeitige Lieferung fehlerfreier Druckunterlagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennenbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für die belegte Ausgabe übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet sechs Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige.

13. Abdruckhöhe von Anzeigen: Sind keine besonderen Größen vereinbart oder vorgegeben, wird die Anzeige mit der für eine solche Anzeige üblichen Höhe abgedruckt und berechnet. Weicht bei einer fertig angelegierten Druckunterlage die Abdruckhöhe von der bestellten Abdruckhöhe im Auftrag ab, gilt das Maß der in Abdruck gebrachten Anzeigehöhe. Angefangene Millimeter werden dabei auf volle Millimeter nach oben gerundet.

14. Redaktionell gestaltete Anzeigen/Textteilanzeigen: Die Aufmachung und Kennzeichnung redaktionell gestalteter Anzeigen ist rechtzeitig vor Erscheinen mit dem Verlag abzustimmen. Der Verlag ist berechtigt, Anzeigen deutlich mit dem Wort „Anzeige“ zu versehen, die nicht als solche zu erkennen sind. Textteilanzeigen müssen sich schon durch ihre Grundstruktur vom redaktionellen Teil unterscheiden.

15. Haftung für den Inhalt der Anzeige: Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige verantwortlich. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung der Anzeige frei. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Anzeigenauftrag die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird der Verlag z.B. durch gerichtliche Verfügung zum

Abdruck einer Gegendarstellung zu einer Anzeige verpflichtet, hat der Auftraggeber dieser Anzeige die Kosten der Gegendarstellung nach der gültigen Anzeigenpreisliste zu tragen.

16. Probeabzüge werden erst ab einer Größe von 50 Anzeigenmillimetern und nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Verlag berücksichtigt Korrekturen, die ihm innerhalb der von ihm gesetzten Fristen mitgeteilt werden. Dabei trägt der Auftraggeber die Verantwortung für die Richtigkeit der korrigierten Probeabzüge.

17. Anzeigenbeleg: Der Verlag liefert auf Wunsch mit der Rechnung einen Anzeigenbeleg in Kopie. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, tritt an seine Stelle eine Bescheinigung des Verlags über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige. Originalbelege werden nur gegen Berechnung geliefert.

18. Chiffreanzeigen: Zuschriften auf Chiffreanzeigen werden vier Wochen zur Abholung bereitgehalten bzw. dem Auftraggeber auf normalem Postwege zugesandt, auch wenn es sich um Express- oder Einschreibesendungen handelt. Nach Ablauf dieser Frist werden die Zuschriften vernichtet. Zuschriften mit einem Gewicht von mehr als 500 Gramm oder einem größeren Format als DIN A 4 sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen/Pakete sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nur zur Abholung aufbewahrt. Der Auftraggeber kann den Verlag berechtigen, Zuschriften auf Chiffreanzeigen zu öffnen.

19. Anzeigenrechnungen sind innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nichts anderes vereinbart ist. Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber. Bei größeren Aufträgen und Einzelproduktionen, die sich über einen längeren Zeitraum hinziehen, kann der Verlag Zwischenabrechnungen und Vorausrechnungen erstellen und a-conto Zahlungen abrufen. Medialeistungen können vorschiebig fakturiert werden und sind netto zur Zahlung ohne Abzüge bis 7 Tage vor Erscheinungstag / Schaltertermin spesenfrei zur Zahlung fällig. Der Verlag kann Mediaschaltungen stornieren, wenn die Zahlung nicht oder nicht vollständig bis zu diesem Termin erfolgt ist. Der Verlag kann bei Zahlungsvorzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Gesamtabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen abweichend von einem ursprünglich vereinbarten Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Anzeigenentgelts und vom Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Der Verlag ist berechtigt, fehlerhafte Anzeigenrechnungen innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung zu korrigieren. Bei Anzeigenaufträgen aus dem Ausland erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung unter der Voraussetzung, dass das Anzeigengeschäft nicht mehrwertsteuerpflichtig ist. Der Verlag ist zur Nachberechnung der Mehrwertsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Steuerpflicht der Anzeige bejaht. Das Eigentum an allen Vertragserzeugnissen geht erst mit vollständiger Bezahlung aller Forderungen aus der Geschäftsverbindung über, bei Scheck und/oder Wechselhergabe erst bei deren Einlösung. Die vom Verlag eingesetzten und angefertigten Betriebs-

gegenstände, insbesondere Skizzen, Layouts, Entwürfe, Rein- und Werkzeugzeichnungen, Zwischenergebnisse aller Art, Druckträger in Film- oder Dateiform, Text- und Bilddateien, Software-Programme, Schriften, Filme, Lithografien, Negativ- und Diamaterial, Fotoabzüge, Klischees, Druckplatten, Probedrucke, Muster und Ähnliches bleiben, auch wenn sie gesondert berechnet werden, Eigentum des Verlags und werden nicht ausgeliefert.

20. **Satzkosten:** Kosten für die Anfertigung bestellter Vorlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber.

21. **Rubrikpreise:** Anzeigen werden vom Verlag nach ihrem inhaltlichen Sinngehalt rubriziert. Wird eine Anzeige durch den Auftraggeber für eine hiervon abweichende Rubrik in Auftrag gegeben, so gilt dennoch der Preis, den die Anzeige bei korrekter Platzierung gekostet hätte. Ist der Preis der vom Auftraggeber gewünschten abweichenden Rubrik höher als der Preis bei korrekter Platzierung, so gilt der erhöhte Preis.

22. **Abweichende Preise:** Für Anzeigen in Verlagsbeilagen und redaktionell gestaltete Anzeigen, Anzeigen in Sonderveröffentlichungen und Kollektiven sowie für Anzeigen, welche nach Anzeigenschluss verkauft werden, kann der Verlag von der Preisliste abweichende Preise festlegen.

23. **Rabattzusammenschlüsse:** Für die Gewährung eines Rabattzusammenschlusses für Tochtergesellschaften ist der schriftliche Nachweis einer mehr als 50-prozentigen Kapitalbeteiligung erforderlich. Der Verlag gewährt Rabattzusammenschlüsse nur bei privatwirtschaftlich organisierten Unternehmen. Rabattzusammenschlüsse sind insbesondere nicht möglich für selbständige berufliche Organisationen oder Körperschaften des Öffentlichen Rechts.

24. **Gewährleistung:** Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel muss der Auftraggeber spätestens ein Jahr nach Veröffentlichung der entsprechenden Druckschrift reklamieren. Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige, trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckunterlagen und rechtzeitiger Reklamation, kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige (Nacherfüllung) verlangen. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert er die Nacherfüllung, ist die Nacherfüllung dem Auftraggeber nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsminderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Gewährleistungsansprüche von Käufern als Auftraggeber verjähren 12 Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige oder Beilage.

25. **Haftung:** Schadensersatzansprüche des Auftraggebers gegen den Verlag sind unabhängig vom Rechtsgrund, insbesondere aufgrund Verzug, der Verletzung vertraglicher Pflichten, der Verletzung gewerblicher Schutzrechte Dritter und unerlaubter Handlung ausgeschlossen, es sei denn, der Verlag, seine Vertreter oder Erfüllungsgehilfen haben vorsätzlich oder grob fahrlässig

gehandelt oder eine Vertragspflicht leicht fahrlässig verletzt, die für die Erreichung des Vertragszwecks wesentlich ist oder die Schadensersatzansprüche resultieren aus einer Beschaffenheitsgarantie. Soweit der Verlag dem Grunde nach haftet, wird der Schadensersatzanspruch auf den vorhersehbaren Schaden begrenzt. Diese Haftungsbeschränkung gilt nicht bei Vorsatz oder wenn das schadensauslösende Ereignis durch den Verlag, seine Vertreter oder Erfüllungsgehilfen grob fahrlässig verursacht wurde. Alle Schadensersatzansprüche gegen den Verlag verjähren in 12 Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von den den Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen. Dies gilt nicht für Ansprüche aus unerlaubter oder vorsätzlicher Handlung. Resultieren die Schadensersatzansprüche aus dem Produkthaftungsgesetz, findet vorstehende Haftungsbeschränkung keine Anwendung. Gleiches gilt bei der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit. Soweit die Haftung des Verlags ausgeschlossen ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Angestellten, Arbeitnehmer, Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen.

26. **Werbeagenturen** sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kundennetto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelnachlass. Die Vermittlungsprovision wird nicht auf Privatpreise gewährt. Sie wird nur an vom Verlag anerkannte Werbeagenturen vergütet unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von der Werbe-agentur erteilt wird, ihr die Beschaffung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt und eine Gewerbeanmeldung als Werbeagentur vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbeagenturen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agenturtätigkeit oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Anzeigenaufträge durch Werbeagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt.

27. **Speicherung von Kundendaten:** Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die Kundendaten mit Hilfe der elektronischen Datenverarbeitung nach den gesetzlichen Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes.

28. **Erfüllungsort** ist München als Sitz der Publishing Group GmbH.

29. **Gerichtsstand** für Klagen gegen Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlichrechtliche Sondervermögen ist der Sitz des Verlags.

30. **Geltendes Recht:** Auf alle Vertragsverhältnisse, auch zukünftige, auch soweit sie Auslandsbeziehung haben, finden ausschließlich deutsches Recht und deutsche Gesetze Anwendung. Für alle Erklärungen gegenüber dem Verlag hat der Auftraggeber den Zugang nachzuweisen.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen für die digitale Übermittlung von Anzeigendruckvorlagen

Werden Druckvorlagen digital, also durch Datenträger (z.B. Diskette, Cartridges, CD-ROM) oder durch Fernübertragung (z.B. ISDN) papierlos an den

Verlag übermittelt, gelten zusätzlich die folgenden Bestimmungen:

1. **Dateiformat:** Druckvorlagen sollen nur mit geschlossenen Dateien digital übertragen werden, also mit solchen Dateien, die der Verlag inhaltlich nicht ändern kann. Der Verlag haftet nicht bei fehlerhafter Veröffentlichung von Anzeigen, die mit offenen Dateien (z.B. unter Corel Draw, QuarkXPress, Freehand gespeicherte Dateien) übermittelt werden.

2. **Zusammengehörende Dateien** sind vom Kunden in einem gemeinsamen Verzeichnis (Ordner) zu senden bzw. zu speichern.

3. **Farbanzeigen:** Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist gleichzeitig auf Zeitungspapier ein Farb-Proof mit Fogra Medienkeil vom Kunden mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Kunden wegen etwaiger Farbabweichungen beim Anzeigendruck.

4. **Computerviren:** Der Kunde haftet dafür, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Dateien mit Computerviren kann der Verlag löschen, ohne dass der Kunde hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag behält sich zudem Ersatzansprüche vor, wenn die Computerviren beim Verlag weiteren Schaden verursachen.

5. **Ansprüche wegen fehlerhafter Veröffentlichung:** Beachtet der Kunde diese Geschäftsbedingungen oder die Empfehlungen des Verlags zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen (vgl. Seite „Digitale Anzeigenübermittlung“ in dieser Preisliste) nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu.

6. **Datenträger:** An den Verlag übermittelte Disketten oder CD-ROM mit Druckvorlagen gehen in das Eigentum des Verlags über. Sie werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und für eine Versandgebühr von 5,00 Euro an den Kunden auf dessen Risiko zurückgeschickt. Andere hochwertige Datenträger wie Cartridges, Iomega Zip 100 etc. sendet der Verlag unaufgefordert und kostenfrei, jedoch auf Risiko des Kunden, an diesen zurück.

9. VERLAGSANGABEN

HERAUSGEBER

Gebr. Märklin & Cie. GmbH
Stuttgarter Straße 55 – 57
73033 Göppingen, Deutschland
Tel. +49 (0) 71 61 / 608 - 0
www.maerklin.de

PROJEKTLEITUNG

Publishing Group GmbH
Possartstraße 14, 81679 München
Tel. +49 (0) 89 / 457 10 - 541
Fax +49 (0) 89 / 457 10 - 505
E-Mail ca@publishing-group.de

ANZEIGENVERKAUF

Publishing Group GmbH
Armin Reindl
Possartstraße 14, 81679 München
Tel. +49 (0) 89 / 457 10 - 494
Fax +49 (0) 89 / 457 10 - 495
E-Mail ar@publishing-group.de

ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

10 Tage netto, kein Skonto

ERSCHEINUNGSWEISE

6x jährlich

DRUCKUNTERLAGEN

E-Mail: ar@publishing-group.de
ISDN: auf Anfrage

GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Für die Abwicklung von Aufträgen gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen und Zahlungsbedingungen des Verlags