

# EYEBizz

OPTICS · MANAGEMENT · DESIGN · COMMUNICATION

MEDIADATEN 2012



SEE YOU IN  
EYEBIZZ!

The smart magazine for successful opticians

Anzeigenpreisliste Nr. 9 – Gültig ab 1.10.2011





Verbreitete  
Auflage II/2011  
12.012 Exemplare



**EYEBIZZ: Das Unternehmer-Magazin für Augenoptiker**, für die ihr Beruf mehr ist als „nur“ ein Gesundheitshandwerk. Denn das Berufsbild, aber auch die Verbrauchererwartungen haben sich in den vergangenen zehn Jahren mehr verändert als in den fünf Jahrzehnten davor. Die Industrie übersetzt die aktuellen Fashion-Trends erfolgreich für das Gesicht des Kunden – und EYEBizz zeigt sie, nicht selten als erster. EYEBizz ist am Puls der Zeit.

**EYEBIZZ: Veranschaulicht Ideen und redet nicht nur darüber.** EYEBizz bietet ein Füllhorn an Inspirationen für Unternehmer. Mit seiner optisch außerordentlich attraktiven Form ist dieses Magazin nicht nur federführend beim Aufspüren neuer Trends und Produkte, sondern bringt auch jede Menge Managementwissen und Fachinformation in umfassender Präsentation und mit großer Variationsbreite. Was dabei zählt, ist einzig die Umsetzbarkeit im geschäftlichen Alltag des Augenoptikers.

**EYEBIZZ: Hat die größte direkte Verbreitung – ohne künstliche Auflagenkosmetik** in der deutschsprachigen Augenoptik und ist selbstverständlich IVW-geprüft. EYEBizz erscheint alle zwei Monate in Deutschland, Österreich, der deutschsprachigen Schweiz und Luxemburg. Das ist in dieser Form einzigartig, denn damit erreicht dieses Magazin praktisch alle Augenoptik-Unternehmer im deutschen Sprachraum: **Mit dem Kurierdienst „Transmed“ (und per Post in der Schweiz) kommt das Magazin direkt und kostenfrei auf jeden uns bekannten Chef-Schreibtisch.**

**EYEBIZZ: Ist deshalb die wirkungsvolle Kommunikationsplattform** für alle relevanten Hersteller und Dienstleister in und für die Branche. Die Mischung aus optischer Attraktivität und großer Verbreitung ist für Inserenten besonders interessant: Mit EYEBizz sprechen Sie Ihren Markt und Ihre Kunden direkt, umfassend und wirksam in ihrer Eigenschaft als Unternehmer und Einkäufer an. **EYEBIZZ BIETET SEINEN PARTNERN DAMIT MAXIMALE EFFEKTIVITÄT.**

## ANZEIGEN- LEITUNG:



**Dagmar Schwall**  
Schillerstraße 8  
67122 Altrip  
Tel: +49(0)6236-425218  
Fax: +49(0)6236-425219  
Email: anzeigen@eyebizz.de

## REDAKTION:



**Martin Graf** (Chefredaktion)  
Steiner Straße 31  
78337 Öhningen  
Tel: +49(0)7735-919-1957  
Fax: +49(0)7735-919-1960  
Email: graf@eyebizz.de



**Andrea Graf** (Redaktion)  
Tel: +49(0)7735-919-763  
Email: andrea.graf@eyebizz.de

**VERLAG UND HERAUSGEBER:** Ebner Verlag GmbH & Co KG  
Karlstraße 41, 89073 Ulm  
Postfach 30 60, 89020 Ulm

**GESCHÄFTSFÜHRER:** Gerrit Klein  
**VERLAGSLEITUNG:** Martin Metzger  
**VERTRIEBSLEITUNG:** Rainer Herbrecht  
**PRODUKTIONSLEITUNG:** Michael Kessler  
**GESAMTHERSTELLUNG:** F+W Mediacenter GmbH  
Holzhauser Feld 2  
83361 Kienberg  
Email: info@fw-medien.de

## OBJEKTDATEN:

Erscheinungsweise:	6 x jährlich
Erscheinungsort:	Ebner Verlag, Ulm
Heftformat:	DIN A4 (210 mm breit x 297 mm hoch)
Verbreitete Auflage:	12.012 Exemplare
Auflagenkontrolle:	IVW II/2011
Bezugspreis:	5,00 EUR
Jahresabonnement:	Inland: 24,00 EUR, Ausland: 30,00 EUR
Druckverfahren:	Bogenoffset
Druckunterlagen:	Digitale Daten
Jahrgang:	9. Jahrgang
ISSN-Nr:	1613-186X
Web-Adresse:	www.eyebizz.de

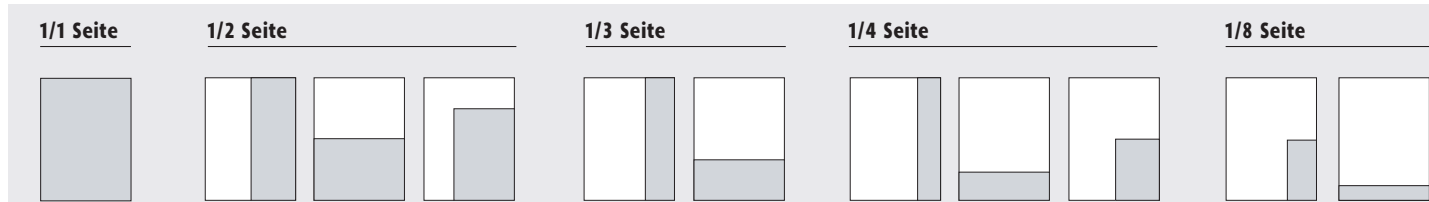
AUSGABE	THEMEN EXTRA	DESIGN SPECIALS	ANZEIGEN-SCHLUSS	DRUCKUN-TERLAGEN-SCHLUSS	ERSCHEI-NUNGS-TERMIN	MESSEN 2012*
1/12	START 2012* Separater Messe- Einkaufsführer Preise auf Anfrage	 <p>Jahresauftakt: wertig, innovativ, lebendig. Messeneuheiten zur opti München und Brille &amp; Co.</p>	09.12.2011	16.12.11	09.01.12	opti München, 13.–15. Jan. 2012 Brille & Co 21.–22. Jan. 2012
2/12	EXTRA: Sportoptik/ Sonnenbrillen	Was kommt nach Retro? Der neue Look	10.02.12	17.02.12	01.03.12	Mido, 11.–13. März 2012, Mailand
3/12	EXTRA: Kontaktlinsen Augenoptik und Social Media	Heavy Metall: Brillen mit Rythmus	10.04.12	17.04.12	30.04.12	
4/12	EXTRA: Shop Design	Alles so schön bunt hier, Brillen für Kids + Teens, Marktübersicht Kinderbrillenanbieter	08.06.12	15.06.12	29.06.12	Brille & Co 25.–26. Aug. 2012
5/12	EXTRA: Brillenglas	Nude Look, pur - in Farbe und Form	10.08.12	17.08.12	31.08.12	Silmo Paris, 4.–7. Okt. 2012
6/12	EXTRA: Ophthalmologie und Werkstatt	Bio-logisch – Brillen direkt aus der Natur	12.10.12	19.10.12	31.10.12	HK Optical Fair, 7.–9. Nov. 2012, Hong Kong IOFT, Tokyo, 2012
1/13	START 2013* Messe-Einkaufsführer		07.12.12	14.12.12	07.01.13	opti München, 25.–27. Jan. 2013 Brille & Co 19.–20. Jan. 2013

\* Messetermine ohne Gewähr, Themen und Termine: Änderungen aus aktuellem Anlass vorbehalten

# ANZEIGENFORMATE UND PREISE 2012

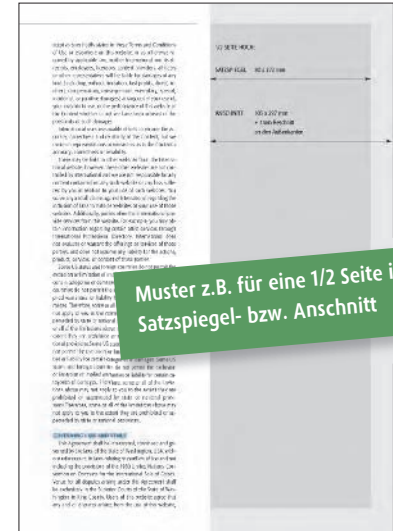
Keine Zuschläge für Farbe oder Anschnitt. Bitte bei allen Anschnittformaten zzgl. 3 mm Zugabe je Anschnittseite beachten!

Schriften müssen mindestens 13 mm vom Bund und 8 mm vom Rand entfernt angelegt werden. Zeitschriftenformat: 210 mm breit, 297 mm hoch



## ANZEIGEN

			Anschnittformat	Satzspiegelformat
<b>1/1 Seite</b>	€ 4.590		210 x 297 mm	178 x 272 mm
<b>1/2 Seite</b>	€ 2.450	hoch	103 x 297 mm	90 x 272 mm
		quer	210 x 141 mm	180 x 127 mm
		Juniorpage	141 x 207 mm	123 x 194 mm
<b>1/3 Seite</b>	€ 1.690	hoch	70 x 297 mm	57 x 272 mm
		quer	210 x 104 mm	178 x 90 mm
<b>1/4 Seite</b>	€ 1.340	hoch	57 x 297 mm	44 x 272 mm
		quer	210 x 79 mm	178 x 65 mm
		2-spaltig	103 x 141 mm	90 x 127 mm
<b>1/8 Seite</b>	€ 630	hoch	57 x 141 mm	44 x 127 mm
		quer	210 x 45 mm	178 x 31 mm



## UMSCHLAGSEITEN

U1	€ 5.990
U2	€ 4.950
U3	€ 4.790
U4	€ 5.270

## BEILAGEN

Beilagen bis 25g pro Tausend /	€ 240
Beilagen bis 50g pro Tausend /	€ 310

Teilaufgaben auf Anfrage, Format max. 205 x 290 mm

## EINHEFTER BOGENANFANG

2 Seiten	€ 3.260
4 Seiten	€ 4.690
6 Seiten	€ 5.400
8 Seiten	€ 6.450

## EYELIGHTS Advertorials\*

EYE-Lights 1/1	€ 1.950
Bis zu 5 Bilder, Logo, Webadresse und max. 3.000 Zeichen Text	

EYE-Lights 1/2	€ 1.100
----------------	---------

Bis zu 3 Bilder, Logo, Webadresse und max. 1.500 Zeichen Text

Eye-Lights 1/4	€ 600
----------------	-------

1 – 2 Bilder, Logo, Webadresse, max. 600 Zeichen Text

Druckunterlagenschluss für Advertorials ist der jeweilige Anzeigenschlusstermin. Druckunterlagen können ausschließlich in folgenden Formaten verarbeitet werden: Bilder als druckfähige JPG Dateien, Texte erzeugt aus den gängigen Programmen als DOC, RTF, ODS, oder TXT Datei, Logos als EPS. Anzeigenvorlagen oder PDFs können hier nicht verwendet werden.

Alle angegebenen Preise in EURO zzgl. gesetzl. Mehrwertsteuer.

\*AE-Provision ist bei Advertorials nicht abzugsfähig

## EYE-BOOK

Standard	€ 55
Design mit Logo	€ 75

## STELLENANZEIGEN

Preise entsprechen dem jeweils halben Anzeigenpreis.

## MENGEN- UND MALSTAFFEL

2 Seiten	5%	oder	4 x 5%
4 Seiten	10%		6 x 8%
6 Seiten	15%		12 x 10%
12 Seiten	20%		24 x 15%

Es ist der Preis für eine Anzeige ausgewiesen, gültig ab der ersten Schaltfrequenz. Alle genannten Preise beziehen sich jeweils auf einen Abnahmezeitraum von 12 Monaten.

## BANKVERBINDUNG: Sparkasse Ulm

BLZ 630 500 00, Konto-Nr. 90 917

IBAN: DE56 6305 000 000 000 909 17

SWIFT-BIC SOLADES1ULM, USt. IdNr. DE 147014097

## ZAHLUNGSBEDINGUNGEN: Zahlung innerhalb von 8 Tagen mit 2% Skonto, innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsdatum netto. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen, die nicht der Konzeption der Zeitschrift entsprechen, abzulehnen.



## UMFANGS- ANALYSE 2010 = 6 AUSGABEN

Format der Zeitschrift:	210 x 297 mm		
Gesamtumfang:	464	Seiten	
Redaktion:	301	Seiten	65%
Anzeigenteil:	163	Seiten	35%
Beilagen / Einhefter	17 / 2	Stück	

## INHALTS-ANALYSE DES REDAKTIONSTEILS 2009 = 296 SEITEN

### AKTUELLES

Inhalt	6,0	Seiten
EYE-Ditorial	6,0	Seiten
EYE-News	16,0	Seiten
Outlook	15,1	Seiten
Messe	8,9	Seiten
EYE-Book	10,4	Seiten
Termine	20,6	Seiten
EYE-Biss	3,5	Seiten
Last but not Least	6,9	Seiten

**Aktuell gesamt 93,4 Seiten**

### DESIGN+TRENDS

EYE-Liner	24,5	Seiten
Design	14,0	Seiten
Special	57,0	Seiten
<b>Trends gesamt</b>	<b>95,5</b>	<b>Seiten</b>

### MARKETING + UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Portrait	19,7	Seiten
EYE-View	2,8	Seiten
EYE-Conomy	15,6	Seiten
EYE-Deal	6,0	Seiten

**Unternehmen gesamt 44,1 Seiten**

### SACH- + FACHLICHES

Extra	49,9	Seiten
Recht + Wettbewerb	5,5	Seiten
Kontaktlinse	10,0	Seiten

**Sach + Fach gesamt 65,4 Seiten**

### IN EIGENER SACHE

Verlagseigene Anzeigen	3,0	Seiten
------------------------	-----	--------

**REDAKTION GESAMT 301**

## AUFLAGENANALYSE

### INLANDSVERBREITUNG NACH POSTLEITZONEN:

	Exemplare	%
Postleitzone 0	723	7,03
Postleitzone 1	831	8,08
Postleitzone 2	1.019	9,90
Postleitzone 3	1.059	10,29
Postleitzone 4	1.276	12,40
Postleitzone 5	1.067	10,37
Postleitzone 6	1.152	11,19
Postleitzone 7	1.196	11,62
Postleitzone 8	1.113	10,82
Postleitzone 9	855	8,31
<b>Gesamt</b>	<b>10.291</b>	<b>100,00</b>
<b>Inland</b>	<b>85,67</b>	

### AUSLANDSVERBREITUNG:

	Exemplare	%
Österreich	907	52,70
Schweiz	574	33,35
Luxemburg	82	4,76
sonstiges Ausland	158	9,18
<b>Gesamt</b>	<b>1.721</b>	<b>100,00</b>
<b>Ausland</b>	<b>14,33</b>	

# EYEBizz

OPTICS · MANAGEMENT · DESIGN · COMMUNICATION



IVW II/2011

Druck: 12.252

Verkauf: 198

Verbreitung: 12.012

Auflagenkontrolle: IVW

## ALLGEMEINE ANGABEN

### Zeitschriftenformat:

210 mm breit, 297 mm hoch

### Satzspiegel:

178 mm breit, 272 mm hoch

### Spaltenzahl:

3 Spalten = Spaltenbreite 50,6 mm

### Druck- und Bindeverfahren,

#### Druckunterlagen:

Bogenoffset, Klebebindung,  
Computer to Plate (CtP)  
Frequenzmodulation

Um eine optimale Qualität Ihrer Anzeigen zu gewährleisten, benötigen wir von Ihnen möglichst einfach zu bearbeitende Daten. Bitte senden Sie uns Ihre Druckunterlagen gemäß folgender Checkliste:

## CHECKLISTE DATENANLIEFERUNG

### Senden Sie uns bitte:

- nur die zu verwendende Anzeige
- alle verwendeten Schriften (PostScript)
- alle im Dokument verwendeten Dateien (Bilder, Logos usw.) als tiff- oder eps-Format.
- Die Anzeige sollte in einem Ordner liegen, der eine eindeutige Objekt-Zuordnung erlaubt. (Ausgabe 1/2012 Anzeigenkunde), z.B. EYEBizz\_1\_2012\_Kunde.
- Datenträger sollten Sie eindeutig beschriften.
- Wenn Sie Ihre Anzeige auf Datenträger anliefern, legen Sie bitte einen Ausdruck bei, bei farbigen Anzeigen ein verbindliches Farbproof.
- Email Empfangsadresse für Anzeigenmaterial: [anzeigen@eyebizz.de](mailto:anzeigen@eyebizz.de)

### Datenübertragung:

- Ftp-Upload:  
Host: 194.77.111.19  
Login: [eyebizzanzeigen](mailto:eyebizzanzeigen@eyebizz.de)  
PW: eyedata

Bitte informieren Sie uns über Ihren Upload: [anzeigen@eyebizz.de](mailto:anzeigen@eyebizz.de)

### Dateiformate der Anzeigen:

- Dokumente QuarkXPress
- InDesign
- Photoshop Bilder: Tiff, EPS
- Illustrator
- Adobe Druck-PDF:  
Bitte nach PDF X3 Standard ausgegebene Dateien liefern.  
ICC Profil: Iso Coated V2  
Schriften in Pfade wandeln und Acrobat 1.3 abspeichern.  
Optimale Bildauflösung: 356 dpi

Bitte beachten: Farben dürfen nur in CMYK angelegt sein (kein RGB!).

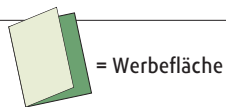
- Weitere Informationen für Druckunterlagen können unter [06236-425218](tel:06236-425218) angefordert werden.

### Versandanschrift für Beilagen/ Einhefter und Druckunterlagen:

F & W Mediencenter GmbH  
Holzhauser Feld 2  
D - 83361 Kienberg  
Email: [info@fw-medien.de](mailto:info@fw-medien.de)

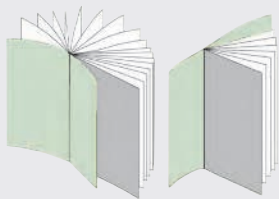
### Anliefertermin:

10 Tage vor Erscheinen der jeweiligen Ausgabe. Die exakte Liefermenge nennen wir Ihnen bei der Auftragserteilung.  
Wichtig: bitte vermerken Sie die Liefermenge auf dem Lieferschein

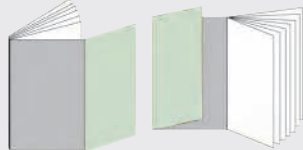


= Werbebläche

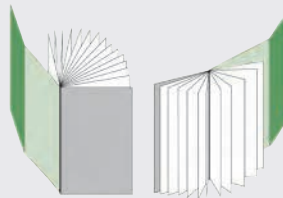
Halber Umschlag inkl. Backcover



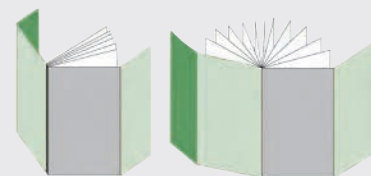
Gatefolder



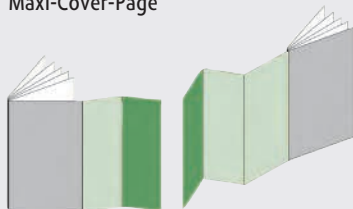
Backfolder



Gatefolder und Backfolder



Maxi-Cover-Page



Umschlagseiten als Versandmappe



Versandhülle



Banderole



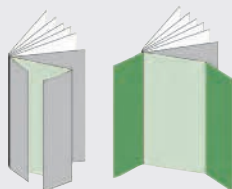
Banderole mit Doppelseite



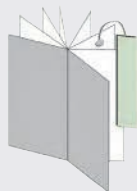
Haftnotizen



Altartitelseite



Lesezeichen A



Lesezeichen B



Kreative Sonderwerbeformen benötigen eine langfristige Planung und eine individuelle Abstimmung aller technischen Gegebenheiten. Eine verbindliche Reservierung muss frühzeitig festgelegt werden.

Wir beraten Sie gerne: 06236-425218  
Preise auf Anfrage.

**PRINT:  
VERBREITUNGSGEBIET  
VON EYEBIZZ**



## GEZIELT ONLINE WERBEN

Gerne entwickeln wir mit Ihnen individuelle Konzepte konkret abgestimmt auf Ihre Kommunikationsziele. Ob Banner, die Inszenierung Ihrer Produkte oder integrierte und crossmediale Kommunikationslösungen – wir liefern Ihnen die redaktionelle Kompetenz, beste Kontakte und die homogenste Zielgruppe! \*



## BANNERFORMATE

### 1. SUPERBANNER (LEADERBOARD)

728 x 90 px € 250 / Monat

### 2. SKYSCRAPER

120 x 600 oder 160 x 600 px € 250 / Monat

### 3. HOCKEYSTICK

(Kombination Superbanner und Skyscraper) € 400 / Monat

### 4. FEATURE BOX

300 x 150 oder (250) px € 250 / Monat

### 5. CONTENT AD

300 x 150 px € 250 / Monat

### 6. PREMIUM SLIDER

590 x 310 px € 150 / Monat

**Allgemein:** Alle Bannerformate bis max 100 kB.

Media: JPG, GIF, PNG, SWF, Java-Script  
Werbemittellanlieferung spätestens 10 Tage vor Schaltung des Werbemittels, bitte bei flash Formaten Ausfall- .gif mitliefern.

## ONLINE-STELLENANZEIGEN UND BUY&SELL

kostenlos für Anzeigenkunden von EYEBizz

\* Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Online-Werbung des Ebner Verlages.

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Abruf innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
4. Wird ein Auftrag 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. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen rechtzeitig beim Verlag eingehen, sodass 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.
7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche

- Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
  10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. 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 Auftrages. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungserverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt.
  11. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigentgeltens beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
  12. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert.

- Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt Änderungen, die ihm 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. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber vierzehn Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
  14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen 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 und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
  15. Der Verlag liefert mit der Rechnung 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, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
  16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
  17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannte ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten

- wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie
- bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20%
  - bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren 15%
  - bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren 10%
  - bei einer Auflage über 500.000 Exemplaren 5%
- beträgt.
- Darüber hinaus sind bei den Abschlüssen Preisminderungsansprüche 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.
18. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe 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.
  - Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.
  19. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
  20. Platzierungsbestätigungen gelten nur unter Vorbehalt und können aus technischen oder redaktionellen Gründen geändert werden. In solchen Fällen kann der Verlag nicht haftbar gemacht werden.
  21. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.
- Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen 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 oder gewöhnlichen Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt. Hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

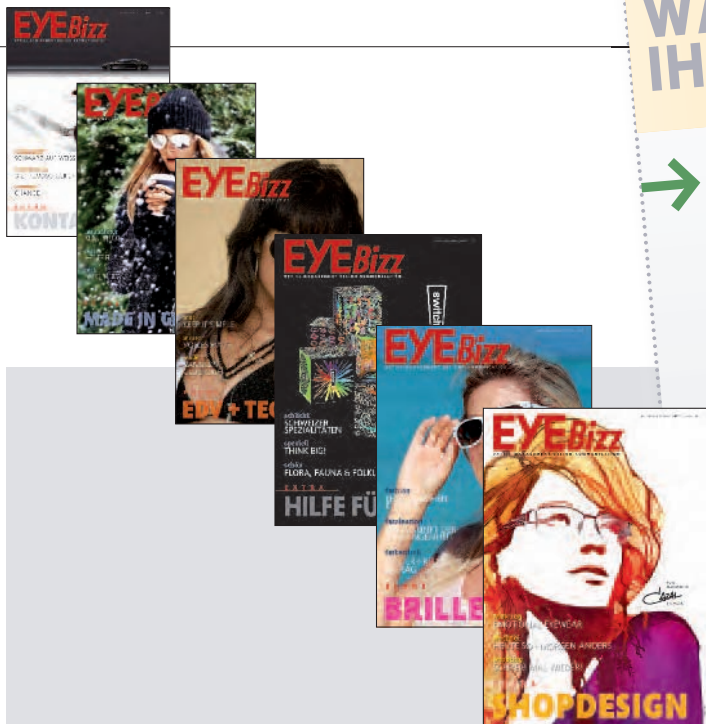
# EYEBizz

OPTICS · MANAGEMENT · DESIGN · COMMUNICATION

## WARUM IST EYEBIZZ FÜR IHRE WERBUNG WICHTIG?



1. SIE NUTZEN DIE GRÖSSTE DIREKTE VERBREITUNG DER BRANCHE OHNE STREUVERLUSTE
2. EYEBIZZ WIRD EXKLUSIV ÜBER TRANSMED ZUGESTELLT
3. MIT EYEBIZZ ERREICHEN SIE DIE ENTSCHEIDER DER BRANCHE
4. STARKE THEMEN, STARKES DESIGN
5. EYEBIZZ IM NETZ, MIT STELLENANGEBOTEN UND BUY&SELL
6. NEU: JETZT AUCH IN SOCIAL MEDIA AKTIV
7. NEU IN 2012: EMAIL-NEWSLETTER FÜR AUGENOPTIKER



[www.eyebizz.de](http://www.eyebizz.de)