

EVENT PARTNER

PREISLISTE NR. 17
GÜLTIG AB 1. JANUAR 2012
anzeigen@event-partner.de



2. PROFIL
3. INHALT/AUFLAGENZAHLEN
4. GESAMTDARSTELLUNG
5. PREISE
6. FORMATE
7. BRANCHENGUIDE
8. BEILAGEN / SONDERWERBEFORMEN
9. TERMINE
10. TECHNISCHE DATEN
11. BRANCHENGUIDE
12. AGB
14. KONTAKTE

EVENT PARTNER – Benchmark für Professionalität

Seit 1995 ist EVENT PARTNER aus Branchensicht das führende deutschsprachige Fachmagazin für Event-Marketing. Es erscheint sechs Mal im Jahr, ergänzt durch Sonderpublikationen zu Messen und Special-Interest-Themen aus dem Event-Business.

Anerkannte, praxiserprobte Fachautor(innen) mit langjähriger professioneller Erfahrung in der Agentur-, Marketing- und Hochschul-Szene berichten in EVENT PARTNER kompetent über Facts und Trends, Basics und Aktuelles aus dem gesamten Spektrum der Marketing- und Live-Kommunikation. Sie und die gesamte Redaktion stehen im ständigen Dialog mit den Geschäftsführern und Marketingleitern der relevanten Branchen-Unternehmen.

EVENT PARTNER ist damit das unverzichtbare Informationsmedium der Branche, aktuelle Lektüre und Nachschlagetool für Agenturen, Dienstleistungsunternehmen, Veranstalter und Marketing-Entscheider von Konzernen und Unternehmen. Die zielgruppengenaue Ansprache bietet gleichzeitig eine optimale Marketingplattform für alle Dienstleistungs-Anbieter im Bereich der Live-Kommunikation.

Als Fachpublikation für Lehre und Forschung, in Fortbildungskursen oder Studiengängen wie Marketing und Kommunikation an allen bekannten Aus- und Weiterbildungsstätten hat EVENT PARTNER höchsten Stellenwert. On the Top engagiert sich das Magazin verstärkt für die Belange der Aus- und Weiterbildung als wesentliche Grundlage für eine langfristig positive Entwicklung der Branche.

Mit den ständigen Rubriken Magazin, Report, Business, Technik, Tools, Portrait, Location, Messe, Kolumne und Forum deckt EVENT PARTNER die komplette Thematik des Event-Marktes ab. Ein umfangreicher Serviceteil bietet Platz für Firmeneinträge, Stellenanzeigen, Image-Kampagnen und die Darstellung von Geschäftsfeldern.

EVENT PARTNER ist somit das etablierte und unverzichtbare Kommunikationstool für die Branche. Das Magazin erreicht alle entscheidenden Segmente des Event-Business. Hervorragende Kontakte zu den Heads und Entscheidern gewährleisten zeitnahe und fundierte Informationen für beide Seiten, die Auftraggeber von Events wie ihre Kunden.

Redaktion

Chefredakteur: Dr. Walter Wehrhan
Stellv. Chefredakteur: Lothar Biedermann
Chef vom Dienst: Udo Klinkhammer
Grafik: Marc Honeck
Satz: Frank Loevenich, Ulrich Knipping

EVENT PARTNER

Jahrgang: 17. Jahrgang
Web-Adresse: www.event-partner.de; www.promedianews.de
www.musikmedia.de

Verlag:

E-Mail:
Bezugspreis:

Erscheinungsweise:
Sonderausgabe:

MM-Musik-Media-Verlag GmbH & Co. KG
Emil-Hoffmann-Strasse 13
D – 50996 Köln
redaktion@event-partner.de
Jahresabonnement
Inland 52,15 Euro / Jahr inkl. Porto
Ausland EU 61,35 Euro / Jahr
6 Ausgaben / Jahr
Katalog der Best Of Events 2012



eventmagazin

- Branchen-News
- Events & Promotions
- Event-Technik
- Messen & Termine
- Personen & Adressen

eventreport

- Awards
- Interviews
- Produktionen
- Reportagen

eventbusiness

- Architektur
- Catering
- Design
- Logistik

eventtechnik

- Bühne, Licht & Ton
- Event-Equipment
- Hardware-Praxistests
- Technik-Dienstleister

eventlocation

- Hotels & Resorts
- Industrie-Locations
- Open-Air-Locations
- Stadt- & Kongresshallen

eventmesse

- Branchen-Messen
- Marken & Produkte
- Kommunikationsziele & Strategien
- Konzepte & Realisierung

eventportrait

- Agenturen
- Dienstleister
- Heads
- Institutionen

eventforum

- Aus- und Weiterbildung
- Buchrezensionen
- Umfragen
- Verbände

eventkolumne

- Recht & Versicherung
- Statements

eventessay

- Denkanstöße
- Geschichte
- Philosophie

eventservice

- Inserenten
- Branchenguide
- Stellenmarkt

Zielgruppe

- Event-Agenturen
- Marketing-Entscheider
- Aus- & Weiterbildungsinstitute
- Fachverbände & Hochschulen
- Sponsoring-Agenturen
- Technikfirmen & Dienstleister
- Werbe- & PR-Agenturen

Auflagenzahlen

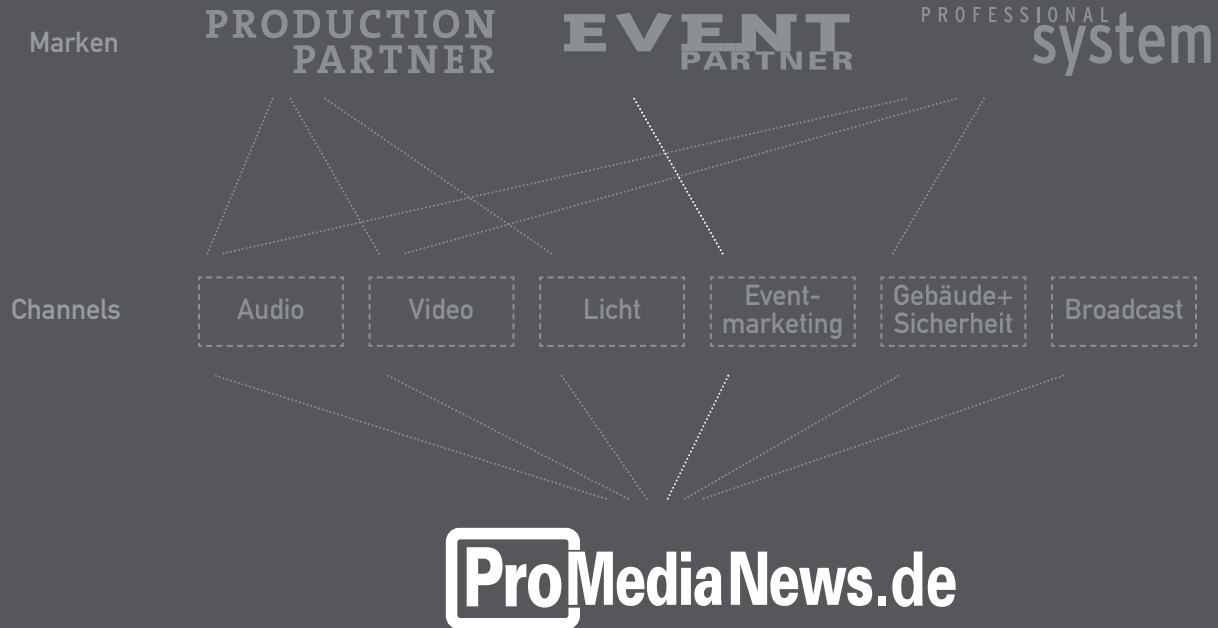


IVW Meldung 3/2011

Druck	15.470 Exemplare
Abo	1.620 Exemplare
Verkauf	1.622 Exemplare
Freistücke	12.325 Exemplare
Verbreitung	13.947 Exemplare
Verbreitung Ausland	610 Exemplare

Nielsengebiete Deutschland - in Prozent

I	HH, HB, Schleswig-Holstein, Niedersachsen	16,7
II	NRW	24,8
IIIa	Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland	17,0
IIIb	Baden-Württemberg	13,6
IV	Bayern	17,2
V+VI	Berlin, Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt	7,9
VII	Thüringen, Sachsen	2,8
	Summe:	100



Formatanzeigen

Format	4-c (EURO)
2/1	8.137,00
1/1	4.233,00
2/3	3.321,00
1/2	2.678,00
1/3	1.895,00
1/4	1.421,00
1/6	960,00
1/8	735,00
1/12	485,00

Umschlagseiten

	EURO
4. Umschlagseite:	4.480,00
3. Umschlagseite:	4.300,00
2. Umschlagseite:	4.305,00

Zuschläge

- Chiffregebühr: 6,- Euro inkl. Porto für Offerten-Zusendung (Inland)
- Platzierungen: Festplatzierung 5% Zuschlag
- Anschnitt: kostenlos
- Messeinklinker: 15,-Euro pauschal

Sonderdrucke

(Anfragen für Print & PDF):
+49 (0)2236/96 217-38 Paul Mistic
oder sonderdrucke@event-partner.de

Rabatte

Nachlässe bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres

Nachlässe	Mengenstaffel	Malstaffel	
1 Seiten	3%	3 Anzeigen	3%
3 Seiten	5%	6 Anzeigen	5%
6 Seiten	10%	12 Anzeigen	10%
12 Seiten	15%	18 Anzeigen	12%
18 Seiten	17%	24 Anzeigen	15%
24 Seiten	20%		

Stellenanzeigen-Rabatt: 35% (keine weitere Agenturvergütung)

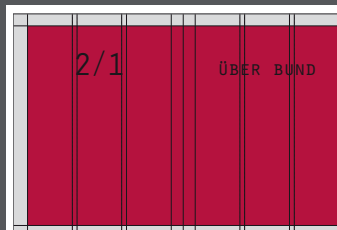
KOMBI-Rabatt: siehe KOMBI-Blatt

Agenturvergütung: 15%

Zahlungsbedingungen

Deutschland: 5 % Skonto bei Abbuchung, 3 % bei Vorauszahlung bis zum EVT, 2 % Skonto innerhalb 8 Tagen, es sei denn, es bestehen noch ältere Verlagsforderungen. Netto Kasse innerhalb 30 Tagen. Verzugszinsen lt. Ziffer 14 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen werden in Höhe der banküblichen Zinsen für Dispositions-Kredite berechnet. Alle übrigen Länder: Vorauszahlung (Scheck oder ILC) bis zum Anzeigenschlusstermin. Vergessen Sie nicht uns Ihre Umsatz-Identifikationsnummer mitzuteilen. Abbuchung per Kreditkarte ist möglich (VISA, MASTERCARD, AMEX). Abbuchung erfolgt nur in Euro. Bankverbindungen siehe KONTAKTE auf der letzten Seite.

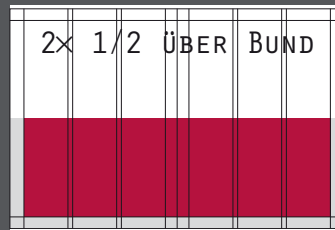
Formate in mm· Breite × Höhe · Anschnitt: plus 5 mm Beschnittzugabe rundherum bei angeschnittenen Anzeigen.



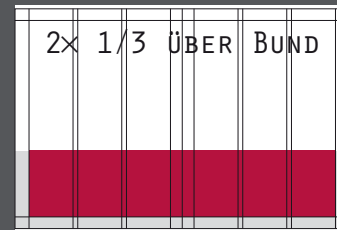
Satzspiegel: 390 × 254
Anschnitt: 426 × 280



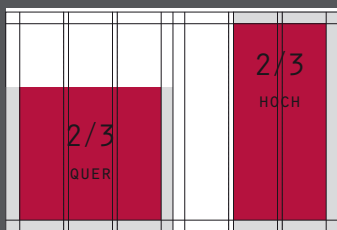
185 × 254 213 × 280



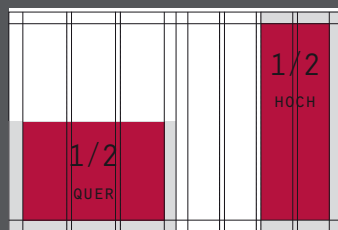
390 × 127
426 × 142



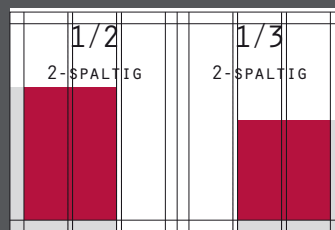
390 × 84
426 × 99



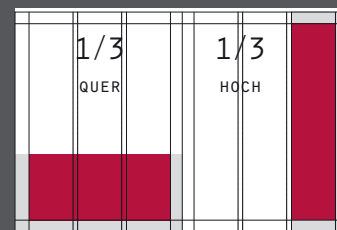
185 × 169 122 × 254
213 × 184 137 × 280



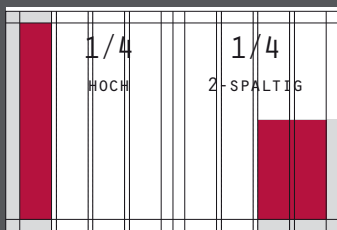
185 × 127 90 × 254
213 × 142 105 × 280



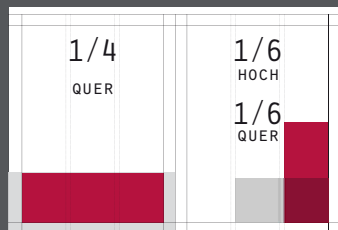
122 × 169 122 × 127
137 × 184 137 × 139



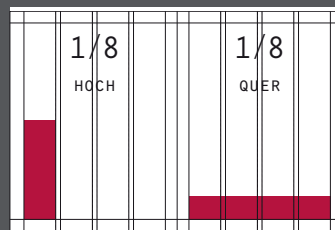
185 × 84 59 × 254
213 × 99 74 × 280



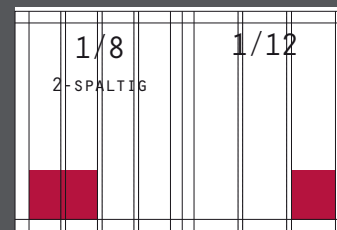
43 × 254 90 × 127
58 × 280 105 × 139



185 × 63 59 × 127
213 × 78 122 × 63



43 × 127 185 × 30

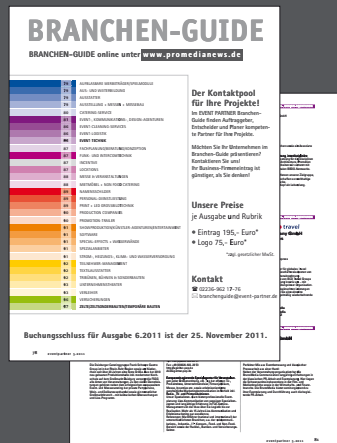


90 × 63 59 × 63

Branchenguide

- in den Fachmagazinen
- Event Partner
- Professional System und auf
- www.promedianews.de

Im Branchenguide finden Auftraggeber, Entscheider und Planer kompetente Partner für Projekte im Bereich der Event- und Medientechnik. Der Branchenguide Eintrag erscheint in den jeweiligen Printausgaben Event Partner, Professional System, als auch in der jeweiligen iPad Version und im Online Branchenguide der Promedianews.de. Alle Informationen im Branchenguide Online Eintrag werden bei der Volltextsuche berücksichtigt. Das Logo kann optional zusätzlich in der Logorotation auf der Startseite der Promedianews.de gebucht werden.



Kosten / Eintrag (EURO)

Brancheneintrag	
Text	195,00 / Eintrag in der Print Ausgabe + Online 97,50 / Monat 1.170,00 / Jahr
Text + Logo	270,00 / Eintrag in der Print Ausgabe + Online 135,00 / Monat 1.620,00 / Jahr

Advertorial

Text + Logo	950,00 (incl. Satz + Layout) / Ausgabe + Online 475,00 / Monat 5.700,00 / Jahr
Text + Logo + Bild	1.025,00 (incl. Satz + Layout) / Ausgabe + Online 512,50 / Monat 6.150,00 / Jahr

Technische Daten:

Eintrag Branchenguide	
Textformat	Max. 500 Zeichen incl. Leerzeichen / Word doc.
Logo	Min. 300 dpi
Advertorial	
Format	59 mm x 254 mm
Texte	Max. 100 Zeichen incl. Leerzeichen / Word doc.
Bild	Min. 300 dpi

Beilagen

Beilagen sind der Zeitschrift lose beigefügte Blätter, Karten oder Prospekte.

Preis bis 25 g Einzelgewicht 350,00 Euro pro 1.000

Exemplare

über 25 g Einzelgewicht auf Anfrage

Teilbelegungen bis 25g Einzelgewicht 400,00 Euro pro 1.000

Exemplare

Höchstformat 200 x 270 mm

Beihefter

Beihefter sind Drucksachen, die fest mit dem Heft verbunden sind. Es kann nur die Gesamtauflage belegt werden. Die Drucksachen müssen verarbeitungsfertig vom Auftraggeber zur Verfügung gestellt werden.

Preise 2-seitig 320,00 Euro pro 1.000 Exemplare

4-seitig 360,00 Euro pro 1.000 Exemplare

6-seitig 400,00 Euro pro 1.000 Exemplare

8-seitig 450,00 Euro pro 1.000 Exemplare

Höchstformat 200 x 270 mm

Beikleber

Postkarten, Warenproben, CDs etc.

Werden auf einer Trägeranzeige (mindestens 1/1 Seite) so aufgeklebt, dass sie mühelos abgelöst werden können. Sie müssen zum Bund hin geschlossen sein, um verarbeitet werden zu können. Beikleber sind nur am Bogenanfang möglich.

Preis: 90,00 Euro pro 1.000 Exemplare zzgl. Postgebühr

Bevor ein Auftrag bestätigt werden kann, müssen Musterexemplare der Beilagen, Beihefter und Beikleber vom Verlag geprüft worden sein.

Bitte senden Sie uns bis zum Anzeigenschluss 5 Musterexemplare.

Zuschuss für die Verarbeitung: 300 Exemplare

Sonderwerbformen

- Banderole
- Postkarten auf 1. Seite eines Bogens aufspenden (Unterscheidung zwischen Klebebindung und Rückstichheftung)
- CD auf 1. Seite eines Bogens aufspenden
- CD in Vogeltasche einhängen (zwischen 2 Bögen möglich)
- Post-It aufspenden (Post-It geliefert)
- Lenticularfolie aufspenden auf Titel (geliefert)
- Booklets auf Titelseite aufspenden
- Heft im Heft (A5 bis A4) als Supplement zum Heraustrennen vor der U3/U4
- Mega-Insert (2-3 cm höher als das Heft)

Umschlag

- 6-seitigen Gate-Folder
- 6-seitigen Back-Folder
- Verkürzte Titel-Flappe mit 2. Titel möglich
- Lesezeichen anhängend an U3/U4 zum Einklappen (Größe richtet sich nach der Heftstärke)

Inhalt

- 6-seitiger Aufklapper (links wie rechts)
- 8-seitiger Altarfalz (nur bei Klebebindung zwischen 2 Bogenteilen)
- Poster in Heftmitte zum Heraustrennen
- Veredelung auf dem Titel (Preis richtet sich nach Größe und Farbwahl):
- Blindprägung; Kaltfolie; Strukturlack; Metall-Farbe; Leucht-Farbe
- Stanzung; UV-Irotdinlackierung

Ausgabe	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss	Messetermine
EP 1	24.02.12	27.01.12	03.02.12	Best of Events, Dortmund 18. – 19.1.2012
EP 2	27.04.12	30.03.12	05.04.12	Kulturbörse, Freiburg 23.1. – 26.1.2012
EP 3	29.06.12	01.06.12	08.06.12	CeBIT, Hannover 06.03.-10.03.2012
EP 4	31.08.12	03.08.12	10.08.12	Autosalon, Genf 09.03.-18.03.2012
EP 5	26.10.12	28.09.12	05.10.12	IMEX, Frankfurt 22.05.-24.05.2012
EP 6	14.12.12	16.11.12	23.11.12	IAA Nutzfahrzeuge, Hannover 18.09.-27.09.2012
Special Best of Events Dortmund 2013	04.01.13	23.11.12	30.11.12	Buchmesse, Frankfurt 10.10.-14.10.2012
				Hanseboot, Hamburg 27.10.-4.11.2012

Informationen zum Druck

Heftformat:	213 x 280
Druckform:	digital
Druckverfahren:	Offset

Information zu Mehrfarbanzeigen

Der eventuelle Verzicht auf die Grundfarbe Schwarz bei der Anlage von Mehrfarbanzeigen ist ohne Einfluss auf die Berechnung der Anzeigen. Werden bei Formaten mit Bunddurchdruck die Zusatzfarben auf beiden Heftseiten unterschiedlich genutzt, so erfolgt die Berechnung für jede Heftseite getrennt zu den für die Teilformate geltenden Tarifpreisen. Sonderfarben der Farbtöne, die durch den Zusammendruck von Farben der verwendeten Euroskala nicht erreicht werden können, bedürfen besonderer Vereinbarung. Einzelheiten auf Anfrage. Geringe Tonwertabweichungen sind im Toleranzbereich des Offset Verfahrens begründet.

Anzeigenplatzierungen

Zugesagte Platzierungswünsche verlieren dann ihre Gültigkeit, wenn die erforderlichen Druckunterlagen nicht zum Druckunterlagenschluss im Verlag eintreffen.

Checkliste Dateitransfer

Die Checkliste Dateitransfer muss zwingend vor jeder digitalen Übertragung oder auch mit einer CD-ROM verschickt werden. Normalerweise bekommen Sie eine Checkliste mit Ihrer Auftragsbestätigung. Sie können aber auch telefonisch +49 (0)2236/96217-48 eine Checkliste anfordern oder sie direkt vom Netz unter www.musikmedia.de unter dem Stichpunkt „Druckunterlagen/Checkliste“ als PDF herunterladen.

Gewährleistungsansprüche

Für die einwandfreie Bearbeitung und Veröffentlichung von digital übermittelten Anzeigenvorlagen übernehmen wir nur dann die Verantwortung, wenn unsere genannten Richtlinien eingehalten werden. Daten, die nicht den Richtlinien entsprechen, kann der Verlag ablehnen.

Unerwünschte Druckresultate, die sich auf eine Abweichung des Kunden von den Richtlinien zurückführen lassen, führen zu keinem Preisminderungsanspruch. Übermittelte Daten werden nach einer Frist von 3 Monaten nach Erscheinen der Anzeige gelöscht. Bei Übermittlung von Daten, die von oben genannten technischen Angaben abweichen und zu Zusatzarbeiten führen, kann der Verlag diese mit einem Stundensatz von Euro 100.– weiterberechnen. Gewährleistungsansprüche wegen offensichtlicher Mängel einer Anzeige sind ausgeschlossen, wenn sie vom Anzeigenkunden nicht innerhalb von vier Wochen ab dem Erstverkaufstag der Veröffentlichung schriftlich gegenüber dem MM-Musik-Media-Verlag GmbH & Co. KG angezeigt werden.

Richtlinien zur digitalen Übermittlung von Druckunterlagen

Alle Musik-Media Magazine: Keyboards, Gitarre & Bass, Sound & Recording, Sticks (MI), Production Partner, Event Partner und Professional System (PRO) werden ausschließlich digital produziert. Aus diesem Grund können nur digitale Druckunterlagen verwendet werden.

Bitte beachten Sie folgende Richtlinien, damit eine fehlerfreie Datenübertragung und somit ein optimales Druckergebnis gewährleistet werden kann.

Betriebssysteme

- Macintosh, PC

Programme

- Quark Xpress
- Adobe InDesign
- Adobe Photoshop
- Adobe Illustrator
- Die von uns eingesetzte Version des jeweiligen Programms erfragen Sie bitte unter der Telefonnummer +49 (0) 2236/96217-20

Datenformate/Bilddaten/Komprimierung

- Bilddaten: TIFF, EPS, JPEG, PDF (hoch aufgelöst, druckfähig)
- Farben: cyan, magenta, yellow, schwarz (EUROSKALA)
- Für eine einwandfreie Druckqualität sollten Ihre Halbtonbilder mit mind. 300 dpi gescannt werden.
- Für Strich-Abbildungen sind 1200 dpi (mind. 600 dpi) ideal.
- Alle verwendeten Bildelemente dürfen nicht komprimiert (JPEG-/LZW-Komprimierung) werden.
- Die Gesamtdatei (bzw. die gesammelten Elemente) kann jedoch als SEA, SIT, ZIP oder EXE (SEA)-Datei gepackt werden.

Schriften

Fügen Sie alle Zeichensätze, auch Logo- und Zeichen-Fonts, bei.

Zusammengehörige Dateien (Layout-, Bild-, Schrift-Dateien) müssen sich immer innerhalb eines Verzeichnisses/Ordners befinden. Eine Überprüfung eingehender Daten wird von uns binnen eines Arbeitstages gewährleistet. Bei nicht korrekten Daten/Dateien werden Sie bzw. der uns genannte

Ansprechpartner umgehend unter der uns übermittelten Telefonnummer benachrichtigt.

Vor der Übertragung

- AUFTRAG:** Stellen Sie sicher, dass dem Verlag ein entsprechender Anzeigenauftrag vorliegt!
- FAX:** Schicken Sie uns unbedingt die CHECKLISTE DATEITRANSFER und einen verbindlichen Ausdruck.
Für die Objekte Keyboards, Gitarre & Bass, Sound & Recording und Sticks an +49 (0)2236/96217-70.
Für die Magazine Production Partner, Event Partner und Professional System an +49 (0)2236/9 62 17-88.
- PROOF:** Bei Farbanzeigen bitte zusätzlich einen farbverbindlichen Proof/Andruck an:
MM-Musik-Media-Verlag GmbH & Co. KG
z. Hd. Marion Bondar (PRO) oder
z. Hd. Vivien Hauser (MI)
Emil-Hoffmann-Str. 13
D-50996 Köln
- CD-ROM:** CD-ROMS bitte auch direkt an oben genannte Adresse zum Druckunterlagenschluss an den Verlag schicken.
- E-MAIL:** anzeigen@musikmedia.de (maximal 20 MB)
- INTERNET:** Dateitransfer via Browser: Unter der Adresse <http://anzeigen.musikmedia.de> haben Sie die Möglichkeit, Ihre Anzeigen auf unserem Server zu positionieren.
Bitte folgen Sie der Anleitung unseres Anzeigen-Systems und haben Sie Geduld! Greifen Sie während der Übertragung nicht auf den Browser zu, sonst kommt es zum Abbruch. Warten Sie bis sich das Browserfenster wieder neu aufgebaut hat und die Übertragung komplett ist.

Weitere Möglichkeiten der Übermittlung (FTP-Upload) sowie Rückfragen oder detaillierte technische Auskünfte erhalten Sie unter der Telefonnummer +49 (0)2236/9 62 17-20.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbung-treibenden 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 Auftrag 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 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.

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 Modells 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. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

Der Verlag haftet im Rahmen dieses Vertrags dem Grunde nach für Schäden des Kunden, die (1) der Verlag oder seine gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen vorsätzlich oder grob fahrlässig herbeigeführt haben, die (2) durch die Verletzung einer Pflicht durch den Verlag, die für die Erreichung des Vertragszwecks von wesentlicher Bedeutung ist (Kardinalpflicht), entstanden sind, wenn (3) wenn diese Ansprüche aus dem Produkthaftungsgesetz resultieren, wenn (4) bei Kauf- oder Werkverträgen von dem Verlag eine Garantie für die Beschaffenheit der Sache übernommen wurde oder arglistig getäuscht wurde oder aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit, die auf einer Pflichtverletzung des Verlages oder eines seiner gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen beruhen.

Der Verlag haftet in voller Höhe bei Schäden, die vorsätzlich oder grob fahrlässig verursacht wurden oder bei der Verletzung des Körpers, des Lebens oder der Gesundheit. Im Übrigen wird der Schadensersatzanspruch auf den vorhersehbaren, vertragstypischen Schaden begrenzt, im Falle des Verzugs auf 5% des Auftragswerts. Die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt hierdurch unberührt.

In anderen als den in dieser Ziffer 10 genannten Fällen ist die Haftung des Verlages unabhängig vom Rechtsgrund ausgeschlossen.

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 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 14 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 offen stehender 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 Druckstöcke, Matrern und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

17. 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. „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 250 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.“

18. Matrern werden nur auf besonderer Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

19. 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. 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.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

- a) Der Auftraggeber verpflichtet sich, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs. Dies gilt nur für den Fall, dass der Verlag verpflichtet ist, die Gegendarstellung abzudrucken.
- b) Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrags gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag überprüft Aufträge und Anzeigen lediglich im Hinblick auf offenkundige Rechtsverstöße, nicht aber daraufhin, ob durch sie sonst Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Der Auftraggeber hält den Verlag auch von allen Ansprüchen aus Verstößen gegen das Urheberrecht frei.
- c) Abbestellungen müssen schriftlich erfolgen. Bei Abbestellung einer Anzeige kann der Verlag die entstandenen Satzkosten berechnen.
- d) Bei fernmündlich erteilten Anzeigenaufträgen, Termin- und Ausgabeänderungen, Textkorrekturen und Abbestellungen übernimmt der Verlag für Übermittlungsfehler keine Haftung.
- e) Ansprüche bei fehlerhaften Wiederholungsanzeigen sind dann ausgeschlossen, wenn der Auftraggeber die Möglichkeit hatte, vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinzuweisen. Der Vergütungsanspruch des Verlages bleibt unberührt.
- f) Hat der Auftraggeber innerhalb Jahresfrist weniger Anzeigen abgerufen als ihm nach seiner Vorauszahlung zustünden, so hat er Anspruch auf eine Reduzierung des Entgeltes in dem Maße, der dem Wert der nicht abgerufenen Anzeigen entspricht, wenn dies zuvor vereinbart war. Der Anspruch auf Reduzierung des Entgeltes erlischt, wenn er nicht innerhalb eines Monats nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.
- g) Ein Kollegenrabatt von zehn Prozent auf den Grundpreis wird nur bei Direkt-Anzeigenaufträgen gewährt.
- h) Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen in Verlagsbeilagen, Sonderveröffentlichungen und Specials/Sonderheften Sonderpreise festzulegen.
- i) Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit dem Auftraggeber an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

Stand: März 2006

Verlag

Postanschrift MM-Musik-Media-Verlag GmbH & Co. KG
Emil-Hoffmann-Str. 13
D-50996 Köln
+49 (0)2236/96 217-0
Telefon
Telefax +49 (0)2236/96 217-5

Redaktion

Chefredakteur Dr. Walter Wehrhan
Stellv. Chefredakteur Lothar Biedermann
Telefon + 49 (0)2236/96 217-45
Telefax + 49 (0)2236/96 217-945
E-Mail redaktion@event-partner.de

Media-Beratung

Leitung Media-Sales Angelika Müller
Telefon +49 (0)2236/96 217-71
E-Mail a.mueller@musikmedia.de

Media-Sales André Harrs
Telefon + 49 (0)2236/96 217-76
E-Mail a.harrs@event-partner.de

Produktion/Koordination Marion Bondar
Telefon +49 (0)2236/96 217-48
E-Mail m.bondar@musikmedia.de

Anzeigenfax +49 (0)2236/96 217-88

Internet

Webmaster Georg Schröder
Telefon +49 (0)2236/96 217-65
Telefax +49 (0)2236/96 217-5
E-Mail g.schroeder@musikmedia.de

Marketing

Telefon Sebastian Class
Telefax +49 (0)2236/96 217-87
E-Mail +49 (0)2236/96 217-987
s.class@musikmedia.de

Vertrieb

Telefon Rainer Herbrecht
E-Mail +49 (0)731/1520-122
herbrecht@ebnerverlag.de

Druckerei

Postanschrift ADV
Aindlinger Str. 17 – 19
D-86167 Augsburg
Kontakt Albert Reichart
Telefon + 49 (0)821/79 04-216
Telefax + 49 (0)821/79 04-243

Buchhaltung

Postanschrift MM-Musik-Media Verlag GmbH & Co. KG
Karlstr. 41
D-89073 Ulm
Kontakt Renate Schleifer
Telefon +49 (0)731/15 20-140
Telefax +49 (0)731/15 20-179

Bankverbindung

Ulmer Volksbank Konto-Nr. 888 300 9
BLZ 630 901 00
IBAN: DE 30630901000008883009
BIC: ULMVDE 66XXX