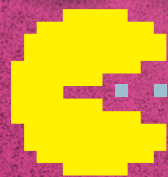


retro GAMER



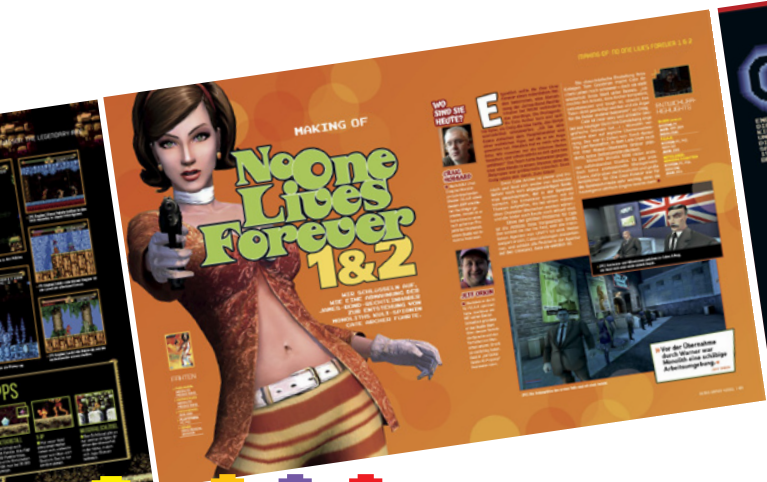
MEDIADATEN 2022

Preisliste 2022 · Nr. 10 · gültig ab 01. Januar 2022



retro GAMER

Der Guide für klassische Spiele



KURZPROFIL VERLAGSDATEN TERMINE

Bei **retro GAMER** ist nichts brandheiß, sondern alles uralt – und das mit Absicht!
Das neue Spielmagazin zielt direkt auf die Herzen jener 30- bis 50jährigen, die mit Arcade-Automaten sowie 8- und 16-Bit-Spielkonsolen groß geworden sind.

Die Leser von **retro GAMER** denken bei dem Kürzel „C64“ nicht an einen Sprengstoff und bei dem Wort „Amiga“ nicht an eine Staatsaffäre, sondern an ehemals erfolgreiche Homecomputer aus den 80er Jahren. In **retro GAMER** geht es um Spiele-Klassiker, die noch heute mit ihrem Spielprinzip glänzen, und um die Geräte und Konsolen, für die sie einst geschaffen wurden. Auch die Spieledesigner von damals kommen ausführlich zu Wort. Die meisten von ihnen bekleiden heute noch anspruchsvolle Posten in der Games-Branche.

Von Super Mario und Mega Man bis hin zu Tomb Raider – **retro GAMER** holt die Spieleklassiker von damals zurück ins Rampenlicht und stellt die beliebtesten historischen Plattformen und Spielautomaten vor. Ein großes Special erinnert an legendäre MS-DOS-Spiele, die bei altgedienten PC-Spielern genau dieselben Retro-Gefühle hervorrufen, wie Uralt-Videospiele bei Konsolenspielern.

Lesexemplare bitte anfordern unter: marketing@emedia.de

TERMINE

Ausgabe	2/22	3/22	Sonderheft	4/22	01/23	Sonderheft Jahrbuch
Erstverkaufstag	10.02.22	12.05.22	23.06.22	11.08.22	10.11.22	08.12.22
Anzeigenschluss- & Rücktrittstermine	11.01.22	12.04.22	20.05.22	12.07.22	10.10.22	08.11.22
Druckunterlagen-Abgabe	18.01.22	19.04.22	27.05.22	19.07.22	17.10.22	15.11.22
Anlieferung für Beilagen	26.01.22	27.04.22	07.06.22	28.07.22	26.10.22	23.11.22



VERLAGSDATEN

Geschäftsführer:

Jörg Mühle

Verlag:

eMedia GmbH, Hans-Pinsel-Str. 10b,
85540 München.

www.emedia.de

Telefon: +49 (0) 89 427 186-15

Chefredaktion: Wolfgang Koser

Telefon: +49 (0) 89 427 186-26

Anzeigen

Anzeigenverkauf: Jörg Langer

Telefon: + 49 (0) 89 20 33 21-10

Fax: +49 (0) 89 20 33 21-23

Mail: joerglanger@gamersglobal.de

Anzeigenleitung: Jörg Mühle

(verantwortlich für den Anzeigenteil)

Anzeigendisposition: Kirsten Jahrand

Telefon: +49 (0)511 53 52-633

Fax: +49 (0)511 53 52-837

Mail: kirsten.jahrand@heise.de

Erscheinungsweise: 4 mal im Jahr

Druckauflage: 25.000 Exemplare

Bezugspreis:

Jahresabonnement Inland 43,80 €

Einzelverkaufspreis 12,90 €

Sitz der Gesellschaft: Hannover

Bankverbindung: Postbank Hannover

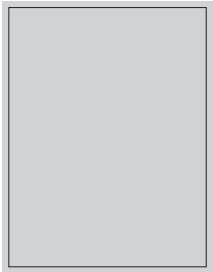
IBAN: DE82 2501 0030 0995 7493 08

BIC: PBNKDEFFXXX

USt-ID: DE 8112 43662



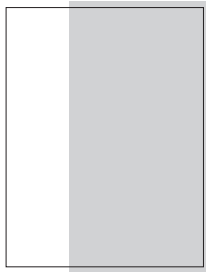
ANZEIGENFORMATE



1/1 Seite

S: 210 x 277 mm

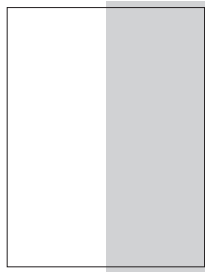
A: 230 x 297 mm



2/3 Seite hoch

S: 136 x 277 mm

A: 150 x 297 mm



1/2 Seite hoch

S: 102,5 x 277 mm

A: 112,5 x 297 mm



1/2 Seite quer

S: 210 x 136 mm

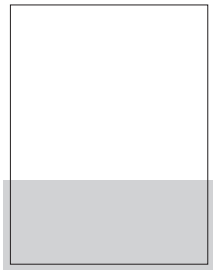
A: 230 x 146 mm



1/3 Seite hoch

S: 68 x 277 mm

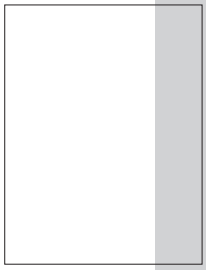
A: 75 x 297 mm



1/3 Seite quer

S: 210 x 90 mm

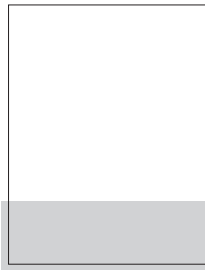
A: 230 x 97 mm



1/4 Seite hoch

S: 51 x 277 mm

A: 56 x 297 mm



1/4 Seite quer

S: 210 x 68 mm

A: 230 x 73 mm



1/4 Seite Eckfeld

S: 102,5 x 136 mm

A: 112,5 x 146 mm



2/1 Seite

S: 440 x 277 mm

A: 460 x 297 mm



PREISE



Formate Preise

FORMATE AUF EINZELSEITEN

1/1 Seite	2.950,- Euro
2/3 Seite	2.210,- Euro
1/2 Seite	1.275,- Euro
1/3 Seite	980,- Euro
1/4 Seite	735,- Euro

FORMATE AUF DOPPELSEITEN

2/1 Seite	4.600,- Euro
2/1 Seite Advertorial	5.500,- Euro plus Erstellung
1/1 Seite Advertorial	4.000,- Euro plus Erstellung

Andere Formate und Sonderfarben auf Anfrage.

Alle Preise zzgl. Mehrwertsteuer.

Preisliste gültig ab 01. Januar 2022.

Platzierungen: Bis auf Umschlagseiten gibt es keine Platzierungsgarantie.

Zahlungsbedingungen: Die Rechnungsbeträge sind innerhalb

von 10 Tagen ab Rechnungsdatum ohne jeden Abzug zahlbar.

Bei Abbuchungserlaubnis oder Vorauszahlung 2 % Skonto.

Agenturprovision: 15 %

Mal- und Mengestaffel auf Anfrage.



HABEN SIE FRAGEN?

Unser Mediateam steht Ihnen gerne zur Verfügung

Anzeigenleitung: Jörg Mühle

Telefon: +49 (0)89 427 186-12

Fax: +49 (0)89 427 186-10

jmu@emedia.de





retro* GAMER

- * Alles uralt
- * Kultkonsolen und Klassikerspiele
- * Historien-Artikel
- * Erscheint alle 3 Monate
- * Weckt alte Gefühle



BEILAGEN, BEIHEFTER & CO.



BEILAGEN

der Zeitschrift lose beigefügte Drucksachen, die der Gesamtauflage, Aboauflage oder der Einzelverkaufsmege nach Nielsen- oder PLZ-Gebieten beigelegt werden können. Beide Varianten innerhalb einer Ausgabe sind jedoch nicht möglich. Beilagen müssen zum Bund des Trägerproduktes hin geschlossen sein. Die Fremdbeilage kann im Trägerobjekt maschinell nur unplatziert eingesteckt werden. Dünne Beilage sollte möglichst mit Falzleimung hergestellt sein. **Mindestmenge:** 10.000 Stück.

Format

Min. DIN A6 105 mm x 148 mm (B x H), max. 210 mm x 277 mm

Einzelblätter

DIN A6 bis Format 210 mm x 277 mm: Mindestflächengewicht von 115 g/m²

Format DIN A6: Mindestflächengewicht 150 g/m²

Mehrseitige Beilagen

4 oder 6 Seiten: Mindestflächengewicht von 80 g/m² **8 Seiten:** Mindestflächengewicht 60 g/m² **ab 8 Seiten:** Mindestflächengewicht 50 g/m²

Gewicht

Maximal 50 g/Expl.

Falzarten

Mehrseitige Beilagen: nur Kreuz-, Wickel- oder Mittenfalz.

Zickzackfalz lässt sich nicht maschinell verarbeiten.

6-Seiten-Fensterfalz: nur überlappend zu verarbeiten.

Beschnitt

Die Beilagen müssen auf Endformat beschnitten sein, rechteckig geschnitten und möglichst ohne Formatschwankungen. Eine problemlose Vereinzelung muss vorausgesetzt sein. Die Beilagen dürfen nicht durch Schnitte mit stumpfen Messern, Feuchtigkeit oder Elektrostatik aneinander haften.

Beilagen mit Beikleber

sind grundsätzlich innen in der Beilage anzukleben, bzw. bedürfen anderenfalls der Absprache. Der Leimstreifen muss nach dem Einstecken parallel zum Bund des Trägerproduktes liegen; keine Punkt-, sondern eine Strichleimung verwenden. Ein Probelauf mit ausreichend Mustern mit Originalbeilagen ist auf jeden Fall erforderlich.

Preise

101,- Euro pro Tausend bis 25 g. Gewichtsvarianten auf Anfrage.

Teilbelegungszuschlag: 10 %. Bei Beilagen, Warenproben etc. ab 2,5 mm Stärke erhebt die Post zusätzliche gesonderte Gebühren, die separat weiterberechnet werden. Wir behalten uns vor, technisch zu aufwendige Splittings abzulehnen.

Bitte fragen Sie Rabatte, Preise, technische Daten für weitere Beilagenvarianten, z. B. CD-ROM/Booklet, direkt im Verlag an.

BEIHEFTER

mit der Zeitschrift fest verbundene Drucksachen. Teilbelegung eines Beihefters nach Nielsen- oder PLZ-Gebieten ist möglich. Bei klebegebundenen Objekten ist die Belegung mit Beiheftern/Beiklebern nur zwischen zwei Bogenteilen möglich. Die Anzahl hängt von der Bogenstruktur ab und sollte im Zweifelsfall mit uns abgesprochen werden.

Mindestmenge: 10.000 Stück.

Format

230 mm x 297 mm, kleinere Formate in Absprache.

Mehrseitige Beihefter

4 oder 6 Seiten Umfang: Mindestflächengewicht 100 g/m²

8 bis 10 Seiten Umfang: Mindestflächengewicht 70 g/m²

12 und mehr Seiten Umfang: Mindestflächengewicht 50 g/m²

Falzarten

Fremdbeihefter müssen im Kreuz-, Wickel- oder Mittenfalz gefalzt sein.

Bei Sammelhefter müssen die Falzbogen an Kopf geschlossen sein.

Für die Greiferöffnung ist ein Greiffalz von 8–10 mm am hinteren Bogenteil notwendig (Kopfanlage/bei Produktion in Fußanlage bitte erfragen).

Beschnitt

Der Beschnitt des Beihefters ist abhängig vom unbeschnittenen Format des Hauptproduktes. Die Beschnitte und der Nach- bzw. Vorfalz müssen abgesprochen werden. Bei A4-Produkten üblich: 4 mm Kopfbeschnitt, mind. 3–4 mm Seitenbeschnitt und 8–10 mm Greiffalz (Greiffalz nur bei Sammelheftung). Bei klebegebundenen Objekten wird zusätzlich ein Fräsrand von 3 mm benötigt. Eingeschlagene Seiten (Innenblätter) müssen von Beiheftern mind. 8 mm Abstand zum Fräsrand haben. Bei mehrseitigen Beiheftern für eine Sammelheftung ist eine Bundverringering zu berücksichtigen.

Beihefter mit Beikleber

Abstand des Beiklebers vom Bund: mindestens 30 mm Abstand; Beikleber zur Beschnittkante: mindestens 20 mm. Der Beikleber muss fest mit einem durchgängigen Klebestreifen mit dem Beihefter verbunden sein. Bei Fremdbeiheftern mit außergewöhnlichen Beiklebern ist eine Rücksprache unbedingt nötig. Ein Probelauf mit ausreichend Mustern mit Originalbeiheftern ist auf jeden Fall erforderlich.

Preise

4-seitig: 95,- Euro pro Tausend, **8-seitig:** 101,- Euro pro Tausend bis 25g.

Andere Seitenvarianten auf Anfrage.

Teilbelegungszuschlag: 10 %

Bitte fragen Sie Rabatte, Preise, technische Daten für weitere Beiheftervarianten, z. B. CD-ROM/Booklet/Heft im Heft/Doppelpostkarten, direkt im Verlag an.



FORTSETZUNG BEILAGEN, BEIHEFTER & CO.



BEIKLEBER

z.B. Postkarten. Nur in Verbindung mit einer Basisanzeige (Gesamtauflage) im Mindestformat einer 1/1 Seite. Teilbelegung des Beiklebers nach EV- oder Aboauflage ist möglich. Eine maschinelle Verarbeitung (bei Kopfanlage) ist nur auf der ersten Seite eines Druckbogens möglich. Beikleber bzw. Warenproben können bei Kopfanlage nur im vorderen Teil und auf einer rechten Seite bzw. bei Fußanlage in einem hinteren Teil auf einer linken Seite angebracht werden. Rückfragen sind erforderlich. Beikleber, die von quadratischen oder rechteckigen Formen abweichen, gefüllte Kuverts und alle Arten von Warenproben bedürfen grundsätzlich eines Probelaufs, um Aussagen über Verarbeitbarkeit, Leistungsminderung, Fehlerquote und Verpackungsart der Beilagen machen zu können.

Format

Min. 90 mm x 70 mm, max. 195 mm x 195 mm

Werbepostkarten: Einfachpostkarte 105 mm x 148 mm

Einzelblätter

Werbepostkarten: Mindestflächengewicht 150 g/m²

Alle übrigen Einzelblätter: Mindestflächengewicht 135 g/m²

Mehrseitig

Doppelpostkarten, mehrseitige Prospekte, Bund-zu-Bund-Heftchen u. a.: Mindestflächengewicht 52 g/m². Mehrseitige Beikleber müssen so beschaffen sein, dass die Seite, die zum Bund des Trägerproduktes zu liegen kommt, geschlossen ist.

Gewichte

Das Gewicht des Beiklebers oder der Warenprobe sollte 25 g je Einzel exemplar nicht überschreiten. Das Einzelgewicht des Beiklebers ist abhängig von der Beschaffenheit des Trägerproduktes.

Abstände

Abstand eines Beiklebers bzw. einer Warenprobe zum Bund des Trägerproduktes: mindestens 30 mm. An den Beschnitträndern: jeweils ein Abstand von 20 mm bis 30 mm. Bei Kopfanlage ist vom oberen Beschnittrand des Trägerproduktes zur Unterkante des Beiklebers bzw. der Warenprobe ein Abstand von mindestens 148 mm einzuhalten. Bei Fußanlage analog. Hinweise für das Layout: Hinweise für Klebetoleranzen von ± 10 mm und eine Parallelitätsabweichung von $\pm 5^\circ$ sind zu berücksichtigen.

Klebezonen

Klebebinder: Eine Leimspur ist im Bereich von 50 mm bis 80 mm zum Bund technisch möglich.

Preise

Post- oder Antwortkarten 43,- Euro pro Tausend (bis 10 g Gewicht).

Weitere Varianten auf Anfrage. Wir behalten uns vor, bei technisch aufwendigen Splittings den Mehraufwand gesondert zu berechnen bzw. sie abzulehnen. Bei Gegenständen ab 2,5 mm Stärke erhebt die Post zusätzliche gesonderte Gebühren, die separat weiterberechnet werden. Bitte fragen Sie Rabatte, Preise, technische Daten für weitere Beikleber varianten, z. B. CD-ROM/Booklet/Doppelpostkarten, direkt im Verlag an.

VERSANDANSCHRIFT

für alle Beilagen, Beikleber, Beihefter

Dierichs Druck+Media GmbH & Co. KG

Ansprechpartner: Herr Martin Franz

Frankfurter Straße 168

D - 34121 Kassel

Palettierung

Beilagen, Beihefter, Beikleber müssen für die maschinelle Verarbeitung geeignet sein und entsprechend einwandfrei verpackt – zu handlichen Paketen auf Paletten abgesetzt – angeliefert werden. Mindestens an zwei Seiten (Stirnseiten), ist eine Palettenfahne anzubringen.

Die Palettenfahne sollte folgende Angaben enthalten:

- zu belegendes Objekt
- Ausgabennummer
- Beilagen-, Beihefter- bzw. Beiklebertitel
- Anzahl der Exemplare auf der Palette
- Gesamtanzahl und Anzahl der Paletten
- Palettengewicht
- Absender und Empfänger
- Raum für Vermerke

Beleitpapiere sollten folgende Angaben beinhalten:

- Absender mit Telefonnummer und Empfänger
- Auftraggeber der Beilage/des Beihefters
- zu belegendes Objekt und zu belegende Ausgaben
- Titel der angelieferten Beilage, des Beihefters bzw. Beiklebers
- Codenummer bzw. Codierung falls vorhanden
- Gesamtmenge der Lieferung
- Anzahl und Gewicht der Paletten
- Stückzahl der Beilagen/Beihefter je Palette

Anlieferung

Die Anlieferung der Beilagen/Beiheftern/Beiklebern sollte frühestens 2 Wochen vorher oder spätestens mit der Datenanlieferung des Magazins erfolgen.



TECHNISCHE ANGABEN



DRUCKVERFAHREN

Innenteil: Rollenoffset (CMYK)

Umschlag: Bogenoffset (CMYK)

Format: Beschnittenes Format: 230 x 297 mm, 4 mm Kopfbeschnitt,
3 mm Fräsrand, 3 mm seitl. Beschnitt, 14 mm Fußbeschnitt.

Formate bitte vor jeder Produktion mit Dierichs Druck+Media GmbH & Co. KG (DDM) absprechen.

Druckvorlagen: Bitte nehmen Sie grundsätzlich telefonischen Kontakt mit DDM auf, bevor Sie Ihre Test- oder Produktionsdaten zusenden.

FTP – File-Transfer-Protokoll

Daten können via FTP zur Verfügung gestellt werden.

Die benötigten Zugriffsdaten erhalten Sie telefonisch oder per E-Mail von DDM.

Anlieferung von Dokumenten

Standproofs können per Fax geschickt werden. Freigegebene Farbausdrucke und farbverbindliche Proofs nach Fogra-Standard können mitgeliefert werden. Bitte kennzeichnen Sie alle Unterlagen mit dem Objektname. Elektronische Datensätze benennen Sie bitte mit Seitenzahl, Objektname, Kundenname und Ausgabenummer (beispielsweise „001_IhrAuftrag_01-2010.pdf“). Ferner fügen Sie bitte immer ein Info-Textdokument mit Ansprechpartner und Telefonnummer bei. Es werden High-End-PDFs als Einzelseiten oder auch offene Dokumente verarbeitet. Sowohl Adobe-Distiller-Einstellungen als auch Unterlagen des kompletten Apogee-CtP-Workflows können Sie von der Website www.ddm.de herunterladen.



PDF-Integrität

Bitte konvertieren Sie Ihre PostScript-Daten mit Adobe Distiller gemäß den Standards PDF 1.3 oder PDF-X. Distiller-Job-Options können Sie von der Website www.ddm.de herunterladen. Angaben zum PDF-Export aus Adobe InDesign erfragen Sie bitte telefonisch. Bilddaten sollten nicht geringer als 300 dpi aufgelöst sein. Die Daten müssen im CYMK-Farbraum angelegt und das Color-Management bereits vor der PDF-Erstellung abgeschlossen sein. Es dürfen weder RGB-, LAB- oder ICC-Farbräume, noch Transfer-Funktionen oder festgeschriebene Rastereinstellungen enthalten sein. Sämtliche Schriftdateien müssen eingebettet sein. Bei abweichender Datenbeschaffenheit wird jede Gewähr für die korrekte Druckwiedergabe ausgeschlossen.

Bitte beachten Sie bei der PS-/PDF-Erstellung:

Volltonfarben: Senden Sie bitte für zusätzliche Volltonfarben einen separaten Ausdruck.

Beschnitt: Sollen Bilder, Grafiken, oder Farbflächen angeschnitten werden, so berücksichtigen Sie bitte mindestens 3 mm umseitige Beschnittzugabe. Motiv-relevante Elemente sollten mindestens 5 mm Abstand zum Endformatrand halten.

Bundverringern bei Rückendrahtheftung: Bei rückendrahtgehefteten Produkten wächst der Seitenspiegel der inneren Seiten durch das Ineinanderstecken der Bogenteile nach außen und wird bei seitenstarken Objekten angeschnitten.

Hardware und Software: Layout-Programme: Adobe InDesign, Quark XPress

Retuscheprogramme: Adobe Photoshop

Grafikprogramme: Adobe Illustrator

Datenträger: ISO-formatierte CD- bzw. DVD-ROM

Kontaktdaten der DDM-Druckvorstufe

Ansprechpartner: Frau Schübler, Herr Schlewitz

Telefon: +49 (0)561 60280-280 oder Durchwahlen: -251, -252, -255

Telefax: +49 (0)561 60280-279

E-Mail: prepress@ddm.de

Website: www.ddm.de

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN FÜR ANZEIGEN



1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in der Zeitschrift **„retro GAMER“** zum Zweck der Verbreitung.
2. Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern keine gegenseitige Regelung vereinbart wird.
3. Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.
4. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
5. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
6. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen, wenn
 - deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
 - deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
 - deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist.Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Modells und dessen Billigung bindend. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
7. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig zum Druckunterlagenschluss anzuliefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen.
8. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Verbreitung der Anzeige.

9. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre. Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden. Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen, vorhersehbaren Schaden beschränkt. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.
10. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Druckunterlagenschluss oder innerhalb einer zwischen den Parteien vereinbarten Frist mitgeteilt werden.
11. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
12. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
13. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berech-



ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN FÜR ANZEIGEN Fortsetzung

tigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeiträge abhängig zu machen.

14. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

15. Erfüllungsort ist Hannover. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand Hannover. 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.

16. Die Werbungsmitteiler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten.

17. Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind gegenüber Unternehmern wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

18. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss vor Inanspruchnahme des Konzernrabattes erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung. Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.

19. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugeliferten Werbemittel.

Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt.

Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.

20. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht. Zusätzliche Geschäftsbedingungen für die digitale Übermittlung von Druckunterlagen für Anzeigen a) Digitale Druckvorlagen sind solche, welche per Datenträger (z. B. Disketten, Cartridges, CD-ROMs), direkt oder indirekt per Fernübertragung (z. B. ISDN) papierlos übermittelt werden. b) Unerwünschte Druckresultate (z. B. fehlende Schriften, falsche Rasterweite), die sich auf eine Abweichung des Kunden von den Empfehlungen des Verlages zur Erstellung von Druckunterlagen zurückführen lassen (siehe Blatt „Technische Angaben“), führen zu keinem Preisminderungsanspruch. c) Bei Übermittlung von mehreren zusammengehörenden Dateien hat der Kunde dafür Sorge zu tragen, dass diese Dateien innerhalb eines gemeinsamen Verzeichnisses (Ordner) gesendet bzw. gespeichert werden. d) Digital übermittelte Druckvorlagen für Farbanzeigen können nur mit einem auf Papier gelieferten Farb-Proof zuverlässig verarbeitet werden. Ohne Farb-Proof sind Farbabweichungen unvermeidbar, die keinen Preisminderungsanspruch auslösen können.

In jedem Fall ist ein Ausdruck per Fax an die Druckerei zu senden, um die sachliche Richtigkeit überprüfen zu können. Ein Korrekturfax muss vom Kunden ausdrücklich angefordert werden. Nur bei richtiger Farbpassung ist eine farblich richtige Umsetzung in üblichen Toleranzen gewährleistet. e) Werden digital übermittelte

Druckvorlagen per Datenträger an den Verlag übermittelt, werden diese nur auf besonderen Wunsch an den Kunden zurückgeschickt. f) Der Kunde hat vor einer digitalen Übermittlung von Druckvorlagen dafür Sorge zu tragen, dass die übermittelten Dateien frei von evtl. Computerviren sind. Entdeckt der Verlag auf einer ihm übermittelten Datei Computerviren, wird diese Datei sofort gelöscht, ohne dass der Kunde hieraus Ansprüche geltend machen kann. Der Verlag behält sich zudem vor, den Kunden auf Schadenersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Kunden infizierten Computerviren dem Verlag Schäden entstanden sind.





retro* GAMER

Fordern Sie jetzt Ihr kostenloses Leseexemplar an.
Kontakt: marketing@demedia.de

