

www.holzzeitschrift.de

# HOLZ

64 Jahre

Technik und Service für Holzbetriebe

Sonderteil: Sägewerkstechnik • Massivholzbearbeitung

**CROMAPROTECT**  
DIE NEUEN BESCHICHTUNGSSYSTEME  
FÜR HOLZSCHUTZ UND -VEREDELUNG  
IM AUßENBEREICH

CROMA LACKE  
FORST UND WOOD CARE  
www.cromalacke.com

ISSN 0945-1994 · B 21070

3/2011 Juli

## Fachzeitschrift

Technik und Service für Holzbetriebe

# 65 Jahre

Fachzeitschrift Holz

### HW-Verlag – Anzeigenverkauf

Sonnenblumenring 35 · D-86415 Mering

Postfach 60 · D-86407 Mering

Telefon 08233 32761

Fax 08233 32762

info@holzzeitschrift.de

www.holzzeitschrift.de

## Redaktionsprogramm Holz 2012

| Ausgabe / Erscheinen  | Messen  | Themen |
|---|---|--------|
| <b>1</b><br>Redaktionsschluss 05.01.<br>Anzeigenschluss 13.01.<br>Erscheinen 27.01. | ZOW – Bad Salzuflen 06.02. – 09.02.2012<br>DACH + HOLZ – Stuttgart 31.01. – 03.02.2012  |        |
| <b>2</b><br>Redaktionsschluss 10.02.<br>Anzeigenschluss 24.02.<br>Erscheinen 09.03. | IHM – München 14.03. – 20.03.2012<br>Forst & Holz – Dresden 16.03. – 18.03.2012<br>HOLZ-HANDWERK – Nürnberg 21.03. – 24.03.2012<br>fensterbau frontale – Nürnberg 21.03. – 24.03.2012<br>küchentrends – München 27.03. – 28.03.2012 |        |
| <b>3</b><br>Redaktionsschluss 13.04.<br>Anzeigenschluss 27.04.<br>Erscheinen 11.05. |   |        |
| <b>4</b><br>Redaktionsschluss 29.06.<br>Anzeigenschluss 13.07.<br>Erscheinen 27.07. | Holzmesse, Klagenfurt 30.08. – 02.09.2012   |        |
| <b>5</b><br>Redaktionsschluss 31.08.<br>Anzeigenschluss 14.09.<br>Erscheinen 28.09. |   |        |
| <b>6</b><br>Redaktionsschluss 16.11.<br>Anzeigenschluss 30.11.<br>Erscheinen 14.12. | BAU – München 14.01. – 19.01.2013<br>imm cologne – Köln 14.01. – 20.01.2013<br>LivingKitchen – Köln 14.01. – 20.01.2013   |        |

Der genaue Themenplan kann bei der Redaktion angefordert werden!

# Empfängeranalyse Holz 2012

| <b>I Verbreitung</b>               | Inland               | Ausland              | insgesamt           |
|------------------------------------|----------------------|----------------------|---------------------|
| a) Reguläre Bezieher               | 39,1% (2.893)        | 23,8% (1.762)        | 62,9% (4.655)       |
| b) Freiversand                     | 28,0% (2.073)        | 5,3% (392)           | 33,3% (2.465)       |
| c) Werbe-, Beleg-, Archivexemplare |                      |                      | 3,8% (280)          |
|                                    | <b>67,1% (4.966)</b> | <b>29,1% (2.154)</b> | <b>100% (7.400)</b> |

## II a) Inlandverbreitung aus 39,1% (2893)

|            |   |             |                |
|------------|---|-------------|----------------|
| Nielsen 1  | (Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen)          | 15,7%       | (454)          |
| Nielsen 2  | (Nordrhein-Westfalen)                                 | 14,9%       | (431)          |
| Nielsen 3a | (Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland)                   | 11,8%       | (341)          |
| Nielsen 3b | (Baden-Württemberg)                                   | 22,5%       | (651)          |
| Nielsen 4  | (Bayern)  | 22,8%       | (660)          |
| Nielsen 5  | (Berlin)  | 0,5%        | (15)           |
| Nielsen 6  | (Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt) | 2,8%        | (81)           |
| Nielsen 7  | (Thüringen, Sachsen)                                  | 9,0%        | (260)          |
|            |   | <b>100%</b> | <b>(2.893)</b> |

Zu besonderen Anlässen, über die wir rechtzeitig informieren, wird der Sonderteil „Sägewerkstechnik – Massivholzbearbeitung“ bei allen von uns erfassbaren Adressen der Säge- und Hobelwerksindustrie im deutschen Sprachraum verbreitet.

## II b) Auslandsverbreitung aus 23,8% (1762)

|                |             |                |
|----------------|-------------|----------------|
| Österreich     | 39,4%       | (694)          |
| Übrige EU      | 18,6%       | (328)          |
| Schweiz        | 14,0%       | (247)          |
| Übriges Europa | 6,8%        | (120)          |
| Übersee        | 21,2%       | (373)          |
|                | <b>100%</b> | <b>(1.762)</b> |

## III fachliche Schichtung aus a) Inland 39,1% (2.893) b) Ausland 23,8% (1.762)

|  | Inland              | Ausland             |
|--|---------------------|---------------------|
| a) Säge- und Hobelwerke                          | 15,1% (437)         | 13,1% (231)         |
| b) Holzwerkstoffherstellung                      | 1,9% (55)           | 2,1% (37)           |
| c) Möbel- u. Gehäuseherstellung, Objektfertigung | 49,8% (1.441)       | 57,4% (1.011)       |
| d) Laden- und Innenausbau                        | 18,0% (521)         | 6,4% (113)          |
| e) Holzwarenherstellung                          | 10,2% (295)         | 7,4% (130)          |
| f) Spezialgebiete                                | 4,9% (141)          | 1,1% (19)           |
| g) Buchhandel                                    | 0,1% (3)            | 12,5% (221)         |
|  | <b>100% (2.893)</b> | <b>100% (1.762)</b> |

# Technische Daten

## Verlag, Redaktion, Anzeigenverkauf

HW-Verlag  
Sonnenblumenring 35 · D-86415 Mering  
Postfach 60, D-86407 Mering  
Telefon 08233 32761 · Fax 08233 32762  
info@holzzeitschrift.de · www.holzzeitschrift.de

## Satz & Gestaltung

Schindler Medienagentur  
Zeuggasse 7-9 · 86150 Augsburg  
Telefon 0821 4209920 · Fax 0821 4209922  
info@schindler-medienagentur.de  
www.schindler-medienagentur.de

## Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen

Schroff Druck und Verlag GmbH Augsburg  
Postfach 11 20 49 · 86045 Augsburg  
Telefon 0821 24096-0 · Telefax 0821 24096-20  
E-Mail: info@schroff-druck.de · www.schroff-druck.de

## Termine

Erscheinungsweise zweimonatlich, sechs Ausgaben im Jahr. Erscheinungs- und Anzeigenschlusstermine siehe Erscheinungsplan.

## Zahlungsbedingungen

Zahlung innerhalb von 8 Tagen mit 2 % Skonto

## Bankverbindung

Sparkasse Augsburg, Kto-Nr. 51771, BLZ 720 500 00  
Postscheckkonto München, Kto-Nr. 324219800, BLZ 700 100 80

## Mittlerprovision

15 % auf den Grundpreis. Ausnahmen siehe Preisliste.

## Möglichkeiten der Datenübermittlung

|             |  |
|-------------|--|
| E-Mail      | info@holzzeitschrift.de<br>(max. 15 MB Dateimenge)     |
| Datenträger | Speichermedien für Bild u. Text<br>1. CD-ROM<br>2. DVD |

## Datenformat

|  |   |
|--|---|
| Idealform  | Acrobat-PDF (hochauflösend)<br>(Portable Document Format) |
| Alternative  | EPS- oder PostScript-Datei                                |
| Alle anderen Daten werden, soweit sie lesbar sind, nach Aufwand berechnet.           |   |
| Schriften in Zeichenwege umwandeln, im Dokument einbinden oder Schriften mitliefern. |   |
| Bitte immer Erstellprogramm angeben!   |   |

## Bilddateiformat

|               |   |
|---------------|---|
| Idealform     | EPS (Encapsulated PostScript)   |
| Alternativen  | Tiff (Tagged Image File Format)<br>JPEG (Joint Photographic Experts Group)                      |
| Bildauflösung | Farbbilder 300 dpi (Farben in CMYK anlegen)<br>Graustufenbilder 300 dpi<br>Strichbilder 800 dpi |

## Komprimierung

Standardkomprimierungsprogramme wie Stuffit Expander, ZIP oder WinRAR

## Seit 65 Jahren – Spiegelbild des technischen Fortschritts in den Holzbetrieben

Seit 1947 hat sich auch in der Fertigungswelt der Holzwirtschaft vieles grundlegend verändert. Heute findet zwar eine Rückbesinnung auf den Werkstoff Holz statt, aber seine Produkte werden aus einer Vielzahl auch anderer Werkstoffe und Werkstoffkombinationen gefertigt. Die darauf basierende Technik entwickelt sich ständig weiter. Dabei hat man auch in der Holzbranche gelernt, über den Tellerrand hinauszuschauen.

**Die Fachzeitschrift HOLZ sieht es als ihre Aufgabe an, die technischen Entwicklungen zu verfolgen und für die Praxis umsetzbar darzustellen.**

## Forum für Innovationen

Laser, Nano, Transponder, Barcode, Rapid Prototyping, Simulation, Losgröße 1, Nesting, Leichtbau... sind Schlagworte für Entwicklungen und Verfahren geworden, die in unseren Fertigungen Eingang gefunden haben. Die Zusammenarbeit der Redaktion mit der einschlägigen Forschung und mit den Entwicklungs- und Konstruktionsabteilungen der Investitionsgüter- und Zulieferbetriebe vermittelt unseren Unternehmen das Rüstzeug, um die Zukunft ihrer Betriebe zu sichern.

## Ein Markt für Sägeindustrie und Massivholzbearbeitung

Dieser Sonderteil der Fachzeitschrift HOLZ hat bei den einschlägigen Werken vor allem im deutschen Sprachraum Eingang

gefunden. In erster Linie Anwenderberichte, Informationen über Markttrends, Diskussionen über Rohstofffragen oder technische Entwicklungen finden insbesondere wegen ihrer Offenheit und Praxisnähe ungewöhnliche Aufmerksamkeit.

## Die richtige Zielrichtung

Die Veröffentlichungen in HOLZ stehen unter dem Motto „Technik und Service für Holzbetriebe“ und wenden sich an Fachleute in leitender Funktion, speziell an technische Führungskräfte in der Möbel-, Gehäuse- und Objektfertigung, in der Holzwarenindustrie, im Laden- und Innenausbau, in der Holzwerkstoffherstellung, in Säge- und Hobelwerken, aber auch in mittleren und größeren Tischler-/Schreinerbetrieben vor allem im Ausbaugewerbe.

## Information ist alles

Wer sich ein stets aktuelles Bild vor allem von der jeweiligen technischen Situation und von den Serviceentwicklungen in unserer Branche machen muss, kommt um den regelmäßigen Bezug von HOLZ nicht herum. Ein Jahresabonnement kostet im Inland einschließlich Porto und Versandkosten € 64.20.

**Ein kostenloses Probeabonnement erlaubt das risikolose Kennenlernen.**

# Anzeigenpreisliste Nr. 31

# gültig ab 01.01.2011

## Anzeigenformate und -preise

Den Preisen ist die jeweils gültige Mehrwertsteuer hinzuzurechnen

| Format                          | Höhe x Breite<br>in mm           | Preis in Euro |          |          |          |
|---------------------------------|----------------------------------|---------------|----------|----------|----------|
|                                 |                                  | 1-farbig      | 2-farbig | 3-farbig | 4-farbig |
| 1/1 Seite                       | 276 x 185                        | 2.880,-       | 3.030,-  | 3.180,-  | 3.330,-  |
| 1/2 Seite                       | 276 x 92<br>138 x 185            |               |          |          |          |
| Juniorpage                      | 185 x 138                        | 1.440,-       | 1.565,-  | 1.690,-  | 1.815,-  |
| 1/3 Seite                       | 69 x 185<br>276 x 60             | 960,-         | 1.085,-  | 1.210,-  | 1.335,-  |
| 1/4 Seite                       | 276 x 46<br>138 x 92<br>58 x 185 | 720,-         | 820,-    | 920,-    | 1.020,-  |
| 1/8 Seite                       | 138 x 46<br>69 x 92<br>34 x 185  | 360,-         | 460,-    | 560,-    | 660,-    |
| 1/16 Seite                      | 69 x 46<br>34 x 92               | 180,-         | 255,-    | 330,-    | 405,-    |
| 1/32 Seite                      | 17 x 92<br>34 x 46               | 90,-          | 165,-    | 240,-    | 315,-    |
| 1/64 Seite                      | 17 x 46                          | 45,-          | 95,-     | 145,-    | 195,-    |
| Spalten-mm = € 2,88             |                                  |               |          |          |          |
| € 1,44 bei Gelegenheitsanzeigen |                                  |               |          |          |          |

## Nachlässe – bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres

| Malstaffel | Mengenstaffel  |
|------------|----------------|
| 2 x = 6%   | 1 Seite = 8%   |
| 3 x = 9%   | 2 Seiten = 10% |
| 4 x = 12%  | 3 Seiten = 12% |
| 5 x = 15%  | 4 Seiten = 15% |
| 6 x = 20%  | 5 Seiten = 18% |
|            | 6 Seiten = 20% |

## Zuschläge für Anzeigen im Sonderformat

Anzeigen ü. Bund o. ü. Satzspiegel/angeschnitten 10%

## Farbzuschläge je Farbe nach Euro-Skala

|  |         |
|--|---------|
| 1/1 Seite und kleiner                  | 150,- € |
| 1/4 Seite und kleiner                  | 100,- € |
| 1/16 Seite und kleiner                 | 25,- €  |
| <b>Sonderfarben:</b> Zuschlag je Farbe | 25,- €  |

## Druckunterlagenformate für angeschnittene Anzeigen

|                |              |                        |
|----------------|--------------|------------------------|
| 1/1 Seite      | 216 x 303 mm |                        |
| 1/2 Seite quer | 216 x 146 mm |                        |
| 1/2 Seite hoch | 103 x 303 mm | Vorzugsplatzierung 10% |

## Preise für Vorzugsplätze

|  |  |
|--|--|
| <b>Anzeige auf Titelseite</b>  | auf Anfrage  |
| <b>Anzeige auf 2./3./4. Umschlagseite</b>                                    | s/w 2.800,- € pro Farbe + 100,- €                                    |
| <b>Werbefeld:</b> 50 x 60 mm s/w je Ausgabe                                  | 125,- €  |
| + je Farbe bei sechsmal in Folge   | 25,- €   |
| <b>Adresseneintrag/Internet-Adresseintrag bei Laufzeit sechsmal in Folge</b> | s/w je Ausgabe € 16,- Farbe je Ausgabe € 20,- Logo je Eintrag 25 €,- |

## Bellagen

Lose eingelegt, Größe 205 x 290 mm, bis 25 g Gewicht pro Tausend 100,- €  
zuzüglich aktuelle Postgebühren auf Anfrage

## Einhefter

Nur im Format DIN A4, unbeschnitten, in 216 mm Breite und 303 mm Höhe (vier- und mehrseitig gefalzt) anzuliefern. Weichen Einhefter an zwei Schnittkanten vom Heftformat ab, erhöht sich der Preis um je 75,- € pro Tausend.  
**Kosten:** zweiseitig je Tausend 200,- €, vierseitig je Tausend 225,- €

**Einkleber** Postkarten/CD-ROM pro Tausend 100,- €

**Mittlerprovision** 15%

## Allgemeine Geschäftsbedingungen

### § 1 Geltung, Ausschließlichkeit

Für die Annahme und die Veröffentlichung von Anzeigen gelten ausschließlich die nachfolgenden Bedingungen: Zwischen dem Verlag und dem Auftraggeber wird beim ersten Vertragsabschluss vereinbart, dass diese Bedingungen auch sämtlichen Folgegeschäften, auch solche, die mündlich oder telefonisch abgeschlossen wurden, zu Grunde gelegt werden.

Allgemeine Geschäftsbedingungen des Auftraggebers, die unseren Bedingungen widersprechen, von ihnen abweichen oder ergänzende Regelungen enthalten, werden nicht Vertragsbestandteil. Das gilt auch dann, wenn wir in Kenntnis entgegenstehender oder von unseren Geschäftsbedingungen abweichender Bedingungen des Bestellers den Auftragsauftrag des Auftraggebers vorbehaltlos ausführen.

### § 2 Angebot, Vertragsabschluss

1. 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.
2. Unsere Angaben sind frei bleibend. Ein Vertrag kommt erst mit unserer Auftragsbestätigung zustande.

3. Der Verlag ist berechtigt, Auftragsaufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtabschlusses, nach pflichtgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder vom deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder Beilagen 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.

### § 3 Preise, Zahlungsbedingungen, Preisminderung

1. Der Preis für die Veröffentlichung einer Anzeige richtet sich nach unserer zur Zeit gültigen Preisliste. Bei Änderung der Anzeigenpreisliste gelten die neuen Bedingungen auch für laufende Verträge.
2. Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahres erscheinenden Anzeigen gewährt (Anzeigensjahr). Wiederholungsrabatte gelten nur innerhalb eines Anzeigensjahres. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige, wenn nicht anders vereinbart.
3. Bei Erweiterung des Auftrages entsteht ein Anspruch auf rückwirkenden Rabatt, sofern der Grundauftrag rabattfähig war. Der Anspruch erlischt, wenn er nicht spätestens einen Monat nach Ablauf des Anzeigensjahres geltend gemacht wird. Erreicht ein Auftrag nicht das vorhergesehene Auftragsvolumen, so wird der zu viel gewährte Preisnachlass nachträglich in Rechnung gestellt.

4. Der Rechnungsbetrag ist netto (ohne Abzug) innerhalb von 8 Tagen ab Abrechnungsdatum zur Zahlung fällig. Bei Vorauskasse gewährt der Verlag dem Auftraggeber ein Skonto in Höhe von 2 Prozent des Rechnungsbetrages. Für die Einräumung einer Einzugsvollmacht erhöht sich der Skontosatz auf 3 Prozent des Rechnungsbetrages.

5. Zahlungen müssen kosten- und spesenfrei auf die in der Rechnung angegebenen Bankkonten des Verlages geleistet werden.
6. Zahlungen werden auch bei anders lautender Bestimmung des Auftraggebers ausschließlich nach § 366 BGB verrechnet.
7. Sämtliche Preise verstehen sich zuzüglich Umsatzsteuer in gesetzlicher Höhe am Tag der Rechnungsstellung.
8. Aus einer Auftragsminderung 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 des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn eine zugesicherte Auflage um mindestens 20 Prozent unterschritten wird.

### § 4 Vertragsabwicklung, weitere Kosten

1. Auftragsaufträge sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln, beginnend mit dem Erscheinen der ersten Anzeige.
2. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckvorlagen (Daten) ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckvorlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Druckvorlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet sechs Monate nach Ablauf des Auftrages.
3. Kosten für erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen und Lieferungen bestellter Druckvorlagen, Filme oder Zeichnungen hat der Auftraggeber zu tragen.
4. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit des zurückgesandten Abzugs. Wird der Abzug nicht fristgemäß an den Verlag zurückgeschickt, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
5. Komplette Belegexemplare liefert der Verlag auf Anfrage nur ab viertelseitigen Anzeigen.
6. Textanzeigen, die aufgrund der Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als Werbung deutlich kenntlich gemacht.
7. Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Aufbewahrung und rechtzeitige Weiterleitung der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe werden auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Eingeschriebene Sendungen werden nur dann eingeschrieben weitergeleitet, wenn der Portobetrag mitgeschickt wird. Eine Gewähr für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Offerten übernimmt der Verlag jedoch nicht.
8. Die in der Preisliste ausgewiesenen Anzeigenschlüsse und Erscheinungstermine sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, Erscheinungstermine und Erscheinungstermine kurzfristig dem Produktionsablauf entsprechend anzupassen.

9. 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.

10. Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige verantwortlich. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen wegen der Veröffentlichung der Anzeige frei. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Auftragsauftrag die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird der Verlag durch gerichtliche Verfügung z. B. zum Abdruck einer Gegendarstellung aufgrund der geschalteten Anzeige verpflichtet, hat der Auftraggeber dieser Anzeige die Kosten des Abdrucks nach der gültigen Anzeigenpreisliste zu tragen.

11. Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber dem Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages 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 Werbeagentur erteilt wird, ihr die Beschaffung der fertigen und druckreifen Druckerunterlagen 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. Auftragsaufträge durch Werbeagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt.

### § 5 Mängel, Gewährleistung

1. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern oder Ausgaben oder an bestimmten Plätzen wird keine Gewähr geleistet.
2. Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe der Anzeigen entsprechend Ausdruck auf Auftragspapier. Voraussetzung ist die Zusendung geeigneter Druckvorlagen (vgl. Angaben in Preisliste).
3. Farbanzeigen. Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist gleichzeitig ein Farb-Proof vom Kunden mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Kunden wegen etwaiger Farbabweichungen.
4. Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang der Rechnung 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 Druckvorlagen 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, 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 innerhalb 12 Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige oder Beilage.
5. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden diese erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Kunde bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.

6. Beachtet der Kunde die Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu.

7. Der Kunde haftet dafür, dass die übermittelten Daten 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.

8. Für vom Auftraggeber bereitgestelltes Material (Einhefter, Beilagen usw.) übernimmt der Verlag keine Gewähr für die Richtigkeit der als geliefert bezeichneten Mengen oder Qualitäten.

### § 6 Haftung

1. Schadenersatzansprüche 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 Schadenersatzansprüche resultieren aus einer Beschaffenheitsgarantie. Soweit der Verlag dem Grunde nach haftet, wird der Schadenersatzanspruch auf den vorhersehbaren Schaden begrenzt. Diese Haftungsbegrenzung gilt nicht bei Vorsatz oder wenn das schadenauslösende Ereignis durch den Verlag, seine Vertreter oder Erfüllungsgehilfen grob fahrlässig verursacht wurde. Alle Schadenersatzansprüche 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 und vorsätzlicher Handlung. Resultieren die Schadenersatzansprüche aus dem Produkthaftungsgesetz, findet vorstehende Haftungsbegrenzung keine Anwendung. Gleiches gilt bei der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit. Soweit die Haftung des Verlages ausgeschlossen ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen.

2. Der Verlag wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Verlag unverschuldeten Arbeitskämpfmaßnahmen von der Verpflichtung zur Auftragserteilung frei; Schadenersatzansprüche bestehen deswegen nicht (siehe § 7).

### § 7 Speicherung von Kundendaten

Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die Kundendaten mithilfe der elektronischen Datenverarbeitung nach den gesetzlichen Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes.

### § 8 Erfüllungsort, Gerichtsstand

1. Änderungen und Ergänzungen der in diesen Bedingungen enthaltenen Bestimmungen bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform und der Vereinbarung im Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber.
2. Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland. Erfüllungsort für sämtliche Ansprüche aus dem zwischen dem Auftraggeber und dem Verlag geschlossenen Vertrag ist Augsburg. Ausschließlicher Gerichtsstand für Klagen gegen Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist Augsburg.