

PTA *woman*

PREISLISTE 2023

BAUER ADVANCE

NR 3 | GÜLTIG AB 01.01.2023



INHALT

- 01** REDAKTIONELLES KONZEPT
- 02** VERLAGS- UND ALLGEMEINE ANGABEN
- 03** TECHNISCHE ANGABEN
- 04** FORMATE UND PREISE
- 05** SONDERWERBEFORMEN
- 06** RABATTE
- 07** ANZEIGENTERMINE
- 08** AD SPECIALS
- 09** KONTAKTE
- 10** AGB



REDAKTIONELLES KONZEPT

PTA WOMAN

PTA WOMAN ist ein monatlich erscheinendes Fachmagazin mit Gesundheits- und Psychologieschwerpunkt für die über 66.000 weiblichen PTAs, die in den deutschen Apotheken arbeiten.

Das Magazin holt die Leserin in ihrer Lebenswelt ab, schafft eine Wohlfühl-Atmosphäre und schenkt ihr die Aufmerksamkeit, die sie als PTA verdient.

PTA WOMAN widmet sich aber auch ihren Sorgen und Ängsten, schenkt ihr Selbstvertrauen – und zeigt ihr zugleich, wie wichtig ihr Beruf ist, und welche Leistung sie tagtäglich erbringt. Aber nicht nur die Arbeit der PTA steht hierbei im Fokus – auch private Herausforderungen sowie einzigartige Erlebnisse sind Teil des Magazins.

Darüber hinaus werden in jeder Ausgabe in einem 20-seitigen Heft im Heft (PTA WOMAN pro) medizinische und gesundheitsrelevante Themen speziell für die PTAs aufbereitet. Dieser Teil – erstellt vom Redaktionsteam der Wort & Bild-Verlagsgruppe – liefert fundiertes Wissen für die tägliche Arbeit und unterstützt die wertvolle und anspruchsvolle Beratung in der Apotheke.

PTA WOMAN vereint ein positives Lebensgefühl – im Privaten wie im Beruflichen!

Der Vertrieb erfolgt über den Wort & Bild-Verlag.

ZIELGRUPPE

Über 66.000 weiblichen PTAs, die in den deutschen Apotheken arbeiten



VERLAGS- UND ALLGEMEINE ANGABEN

VERLAG

Heinrich Bauer Verlag KG

VERMARKTER

Bauer Advance KG

ANSCHRIFT DER ANZEIGENABTEILUNG

PTA Woman | Burchardstraße 11 | 20095 Hamburg

Tel.: +49 40 30 19 30 48 Head of Marketing | Healthcare
+49 40 30 19 31 02 Ad Management | Ad Specials

Fax: +49 40 30 19 31 24 Ad Management | Ad Specials

E-Mail: Head of Marketing
Healthcare
michael.linke@baueradvance.com
Ad Management | Ad Specials
anzeigen@baueradvance.com

PZN 512640

ERSCHEINUNGSWEISE monatlich

DRUCKAUFLAGE 55.000 Expl.

BANKVERBINDUNG

HypoVereinsbank München, IBAN: DE72 7002 0270 0665 8974 43, BIC: HYVEDEMMXXX

UST.-ID-NR. DE 118 90 81 49

ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

Die Rechnungsstellung erfolgt zum Erstverkaufstag. Zahlung innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum ohne Abzug. Bei Zahlungseingang bis zum Erstverkaufstag 2 % Skonto, wenn keine älteren Rechnungen unbezahlt sind. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe der banküblichen Zinsen für Dispositionskredite berechnet.

GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Für die Abwicklung von Anzeigen-Aufträgen gelten im Übrigen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen und andere Werbemittel in Zeitschriften – siehe separates Tarifblatt bzw. im Internet unter:

<https://baueradvance.com/de/agb.html>

Die Buchung einer Anzeige in der Printversion einer Zeitschrift beinhaltet, sofern vorhanden, automatisch auch deren digitale Versionen (Online-Magazin).



Informationsgemeinschaft zur Feststellung
der Verbreitung von Werbeträgern e.V.

TECHNISCHE ANGABEN

Die aktuellen und verbindlichen technischen Angaben (auch zum Download als PDF) finden Sie unter:
www.duon-portal.de

ANLIEFERUNG DRUCKUNTERLAGEN

Alle Druckunterlagen sind elektronisch über das Druckunterlagenportal www.duon-portal.de anzuliefern.



SUPPORT

Support erhalten Sie unter:
support@duonportal.de

oder direkt unter:

Tel. +49 40 37 41 17 50

ANZEIGENBUCHUNGEN ONLINE

Anzeigenbuchungen können auch über das Online-Buchungssystem (OBS) übermittelt werden:
www.obs-portal.de



FORMATE UND PREISE

FORMATE AUF EINZELSEITEN

Größe in Seitenteilen	Satzspiegel (mm) Breite x Höhe	mit Anschnitt ¹ (mm) Breite x Höhe	Preise für alle Farben
1/1	196 x 261	210 x 280	8.280,-
3/4 3-spaltig	146 x 261	153 x 280	6.470,-
2/3 2-spaltig	129 x 261	136 x 280	6.260,-
1/2 hoch	96 x 261	103 x 280	4.810,-
1/2 quer	196 x 129	210 x 139	
1/3 hoch	63 x 261	70 x 280	3.380,-
1/3 quer	196 x 84	210 x 94	
1/4 1-spaltig	46 x 261	53 x 280	2.580,-
1/4 quer	196 x 63	210 x 73	

Vorzugsplatzierungen

4. Umschlagseite	9.280,-
2. Umschlagseite	9.280,-

FORMATE AUF DOPPELSEITEN

2/1	406 x 261	420 x 280	14.910,-
-----	-----------	-----------	----------

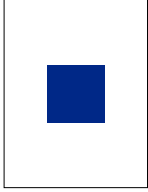
¹ Zu diesen Maßen ist Beschnittzugabe zuzurechnen: oben und unten 4 mm, außen 5 mm

Preise in €
zzgl. gesetzl. MwSt.

WEITERE INFORMATIONEN

- » Weitere Formate auf Anfrage
- » Heffformat: 210 x 280 mm
- » Anzeigenstrecken: Ermäßigte Grundpreise für Anzeigenstrecken auf Anfrage

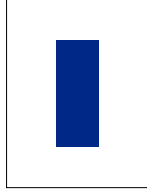
SONDERWERBEFORMEN



Inselanzeige quadratisch

Satzspiegel: 85 x 85 mm

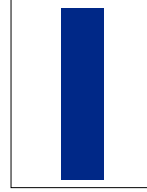
Preis: 2.970,-



Inselanzeige hoch

Satzspiegel: 54 x 132 mm

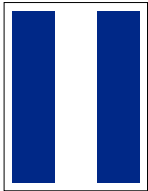
Preis: 3.080,-



Mittelsäule 1/3 Seite

Satzspiegel: 54 x 239 mm

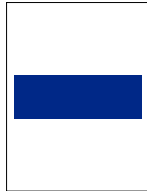
Preis: 4.230,-



Randsäulen 2 x 1/3 Seite hoch

Satzspiegel: 2 x 54 x 239 mm

Preis: 8.790,-



Mittelbalken 1/4 Seite quer

Satzspiegel: 170 x 56 mm

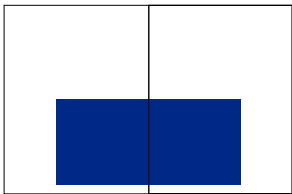
Preis: 3.620,-



Mittelbalken 1/3 Seite quer

Satzspiegel: 170 x 77 mm

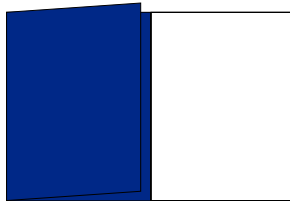
Preis: 5.070,-



Tunnelanzeige über Bund

Satzspiegel: 282 x 117 mm

Preis: 8.790,-

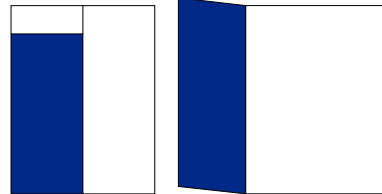


2. US ausklappbar ³

Formatinfos teilen wir Ihnen gerne auf Anfrage mit

Preis: 22.030,-

Technische Kosten: 2.000,- ¹



Titel-Umhefter Seiten 1 + 2 ³

Satzspiegel: 105 x 232,4 mm

Preis: 20.200,-

Technische Kosten: 2.000,- ¹

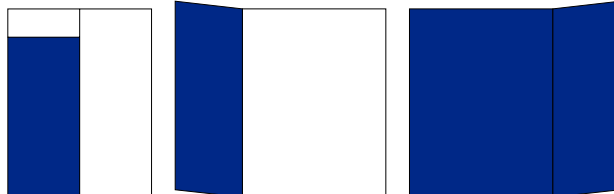


Banderole (inkl. Druck)

Format: 560 x 70 mm, fixiert mit Klebepunkt

Preis: 9.800,- ²

Technische Kosten: 9.400,- ¹



Titel-Umhefter Seiten 1 - 4 plus 4. US ³

Formatinfos teilen wir Ihnen gerne auf Anfrage mit

Preis: 28.520,-

Technische Kosten: 2.000,- ¹

Preise in € zzgl. gesetzl. MwSt.

¹ Weder rabatt- noch AE-fähig

² Nicht rabatt- jedoch AE-fähig

³ AS bereits 4 Wochen vor offiziellem AS

RABATTE

MALSTAFFEL

3 Anzeigen	3%
6 Anzeigen	5%
12 Anzeigen	10%
18 Anzeigen	15%
26 Anzeigen	20%
38 Anzeigen	25%
52 Anzeigen	30%

Einhefter, Beilagen, Beikleber, Stellenanzeigen werden nicht rabatiert.
 AE-Provision 15% auf klassische Anzeigenformate, Einhefter, Beilagen, Beikleber und Stellenanzeigen

MENGENSTAFFEL

1 Seite	3%
3 Seiten	5%
6 Seiten	10%
12 Seiten	15%
18 Seiten	20%
24 Seiten	25%
30 Seiten	30%
36 Seiten	35%

Einhefter, Beilagen, Beikleber, Stellenanzeigen werden nicht rabatiert.
 AE-Provision 15% auf klassische Anzeigenformate, Einhefter, Beilagen, Beikleber und Stellenanzeigen

ANZEIGENTERMINE 2023

PTA WOMAN

Heft	Erstverkaufstag*	KW	Anzeigen- schluss	Druckunterlagen- schluss	Anlieferung Ad Specials
02	31.01.2023	05	05.12.2022	15.12.2022	23.12.2022
03	28.02.2023	09	02.01.2023	13.01.2023	23.01.2023
04	31.03.2023	13	06.02.2023	16.02.2023	24.02.2023
05	28.04.2023	17	02.03.2023	14.03.2023	22.03.2023
06	31.05.2023	22	29.03.2023	12.04.2023	20.04.2023
07	30.06.2023	26	02.05.2023	15.05.2023	24.05.2023
08	31.07.2023	31	01.06.2023	14.06.2023	22.06.2023
09	31.08.2023	35	04.07.2023	18.07.2023	26.07.2023
10	29.09.2023	39	07.08.2023	17.08.2023	25.08.2023
11	30.10.2023	44	01.09.2023	13.09.2023	21.09.2023
12	30.11.2023	48	04.10.2023	16.10.2023	24.10.2023
01	29.12.2023	52	30.10.2023	13.11.2023	22.11.2023

WEITERE INFORMATIONEN

- » Letzter Rücktrittstermin: bis zum jeweiligen Schlusstermin
- » Änderungen aus redaktionellen Gründen vorbehalten
- » Wir bitten um Ihr Verständnis, dass der Verlag für die Erfüllung von Reservierungen keine Garantie übernehmen kann. Schadensersatzansprüche können nicht geltend gemacht werden. Bei bestehender Reservierung hat der Reservierende 48 Stunden Entscheidungsvorrecht.

* Zahlungstermin bei Inanspruchnahme des Skontos lt. Preisliste

AD SPECIALS

BEILAGEN

	Gesamtauflage
bis 20 g	170,-

Preise in € per Tausend Exemplare
zzgl. gesetzl. MwSt.

WEITERE INFORMATIONEN

- » Beilagen mit höheren Gewichten auf Anfrage.
- » Mindestauflage: Gesamtauflage

BEIKLEBER

	Gesamtauflage
Postkarten/Coupons*	110,-
Warenproben bis 20 g	112,-

Preise in € per Tausend Exemplare
zzgl. gesetzl. MwSt.

WEITERE INFORMATIONEN

- » Mindestauflage: Gesamtauflage

BEIHEFTER

	Gesamtauflage
4 Seiten	265,-
8 Seiten	370,-

Preise in € per Tausend Exemplare
zzgl. gesetzl. MwSt.

WEITERE INFORMATIONEN

- » Mindestauflage: Gesamtauflage

AD SPECIALS

PREISANGABEN

Die Preise für Ad Specials können sich erhöhen, falls durch sie z. B. die Verarbeitung erschwert wird. Verbund-Ad Specials sind nach besonderer Vereinbarung möglich. Gewichtsabhängige Postgebühren, die für die Belegung der Aboauflage anfallen, sind in diesen Preisen enthalten. Bei Warenproben und Gegenständen ab 2,4 mm Dicke fallen zusätzliche Portentgelte an.

Weitere Infos auf:

www.bauer-extras.de

Oder auf Anfrage:

adspecials@baueradvance.com

TECHNIK UND ANLIEFERUNG

Anlieferadresse und Termin entnehmen Sie bitte der jeweiligen Auftragsbestätigung. Eine Wareneingangskontrolle findet in den Druckereien nicht statt. Jede Anlieferung ist rechtzeitig vor Lieferung per E-Mail zu avisieren. Verbindliche technische Angaben, Informationen zu Terminen, Mustern, sowie zur Anlieferung abrufbar mit Downloadfunktion unter:

www.adspecial-portal.de



Ad Special-Portal

DRUCKSERVICE

Auf Wunsch übernimmt der Verlag auch die Produktion des Ad Specials. Preis auf Anfrage. Besuchen Sie unsere Homepage, um sich über unser weiteres Leistungsangebot zu informieren:

www.baueradvance.com/de/solutions.html

KONTAKTE

SALES REGIONS (Bauer Advance KG)

HAMBURG | BERLIN

Kati Biesing

Head of Sales
Burchardstraße 11
20095 Hamburg
T +49 40 30 19 34 00
hamburg@
baueradvance.com

DÜSSELDORF

Benjamin Schulze

Head of Sales
Kaistraße 11
40221 Düsseldorf
T +49 211 31 06 08 0
duesseldorf@
baueradvance.com

FRANKFURT

Sebastian Himmer

Head of Sales
Lyoner Straße 44-48
(Arabella-Center)
60528 Frankfurt
T +49 69 66 42 63 50
frankfurt@baueradvance.com

MÜNCHEN | STUTTGART

Reinhard Baum

Head of Sales
Osterwaldstraße 10
80805 München
T +49 89 67 86 72 70
muenchen@
baueradvance.com

HEALTHCARE SALES

Sandra Cölln

Head of Sales
Burchardstraße 11
20095 Hamburg
T +49 40 30 19 30 27
sandra.coelln@
baueradvance.com

DIGITAL SALES

Vanessa Palten-Rossi

Head of Digital Sales
T +49 40 30 19 31 59
vanessa.palten-rossi@
baueradvance.com

SALES (Wort & Bild Verlag Konradshöhe GmbH & Co. KG)

LEITUNG

AGENTURMANAGEMENT

Daniela Weiß

M +49 151 53 85 00 39
d.weiss@wubv.de

AGENTURMANAGER

Thomas Jusinski

M +49 151 64 94 12 97
t.jusinski@wubv.de

AGENTURMANAGERIN

Daniela Daubenberger

M +49 151 53 85 00 35
d.daubenberger@wubv.de

LEITUNG

KUNDENMANAGEMENT

Karin Adam

T +49 89 744 33-359
M +49 171 767 37 77
k.adam@wubv.de

KEY ACCOUNT

MANAGER NIELSEN 1/5/6

Matthias Marcinowski

M +49 151 53 85 00 16
m.marcinowski@wubv.de

KEY ACCOUNT

MANAGER NIELSEN 2

Claudia Tomasini

M +49 151 53 85 00 32
c.tomasini@wubv.de

KEY ACCOUNT

MANAGER HESSEN

Heike Bothe

M +49 172 697 84 51
h.bothe@wubv.de

KEY ACCOUNT

MANAGER NIELSEN 3

(AUSSER HESSEN)

Kai-Simon Hofer

M +49 172 167 48 59
k.hofer@wubv.de

KEY ACCOUNT

MANAGER NIELSEN 4/7

Julia Swoboda

T +49 89 744 33-118
M +49 151 53 85 00 26
j.swoboda@wubv.de

SENIOR SALES MANAGER

NIELSEN 1/2/5/6

Petra Gohlisch

T +49 511 856 45 41
M +49 172 858 26 75
p.gohlisch@wubv.de

SENIOR SALES MANAGER

NIELSEN 3/4/7

Peter Arlt

M +49 151 53 85 01 39
p.arlt@wubv.de

ZENTRALBEREICHE

INNOVATION

Heike Gorski

Head of Marketing
T +49 40 30 19 31 90
heike.gorski@
baueradvance.com

EXECUTION

Annika Quisbrock

Head of Marketing
T +49 40 30 19 30 33
annika.quisbrock@
baueradvance.com

AD MANAGEMENT | AD SPECIALS

Viola Schwarz

Head of Operations
T +49 40 30 19 31 05
viola.schwarz@
baueradvance.com

AD SPECIALS

Ines Wetzel

Team Lead Ad Specials
T +49 40 30 19 31 72
ines.wetzel@
baueradvance.com

INTELLIGENCE & COMMUNICATIONS

Philipp Petersen

Head of Operations
T +49 40 30 19 30 10
philipp.petersen@
baueradvance.com

INTERNATIONAL SALES

INTERNATIONAL

Sabrina Bonilla Vazquez

Account Manager
International Sales
Osterwaldstraße 10
80805 München
T +49 89 67 87 78 87
sabrina.bonillavazquez@
baueradvance.com

ÖSTERREICH

Renate Dolleisch GmbH

Erik Gertscher

International Sales
Bahndallee 26
2120 Wolkersdorf
T +43 2245 8 20 32 11
M +43 664 166 72 34
gertscher@dolleisch.at

SCHWEIZ

Phoenix Media SA

Philippe Girardot

International Sales
Avenue Henri-Dunant 2
c/o Association Comptabilis
1205 Genève
T +41 76 524 70 34
philippe@phoenix-media.ch

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 einer Zeitung oder Zeitschrift zum Zweck der Verbreitung. Der Anzeigenauftrag kommt zustande durch die Buchung der Anzeige durch den Auftraggeber (Angebot) und Bestätigung der Buchung durch den Verlag in Textform (Annahme). Buchung und Bestätigung können auch über das OBS-Online-Buchungssystem erfolgen (Infos zu OBS finden Sie unter www.obs-portal.de).

2. Auftraggeber kann die schaltende Agentur sein, die mit der Schaltung von Werbung im eigenen Namen und für eigene Rechnung befasst ist und damit Vertragspartner des Verlages ist. In diesem Fall ist der Werbungtreibende nicht selbst Vertragspartner des Verlages, sondern es besteht ein zweistufiges Vertragsverhältnis Verlag-Agentur/Agentur-Werbungtreibender, und die Preisgestaltung gegenüber dem Werbungtreibenden (nachfolgend als „Agenturkunde“ bezeichnet) obliegt der Agentur.

Der Werbungtreibende ist selbst Auftraggeber, wenn er Anzeigen entweder selbst beim Verlag einbucht oder sich bei der Buchung durch eine von ihm beauftragte, in seinem Namen und auf seine Rechnung handelnde Agentur (Treuhanderin, die sich verpflichtet den Verlag auf diese Funktion hinzuweisen) vertreten lässt (nachfolgend als „Direktkunde“ bezeichnet). In diesem Fall wird der Direktkunde selbst Vertragspartner des Verlages.

Der Verlag behält sich vor, einer auftraggebenden Agentur Rabatte oder Nachlässe einzuräumen, auch solche, die unabhängig von dem einzelnen Anzeigenauftrag bzw. Werbungtreibenden am Gesamtbuchungsvolumen einer Agentur bemessen sind.

Soweit nicht ausdrücklich anders ausgewiesen, beziehen sich die Rabattstaffeln in den Preislisten auf die Schaltungen für einen Werbungtreibenden je Insertionsjahr.

3. Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. 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 eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird.

4. 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.

5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

6. Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Ver-

lag 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 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.

8. 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
- Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten
- Anzeigen, die den wirtschaftlichen Interessen der niedergelassenen Apotheken nach ihrem Inhalt oder den beworbenen Waren oder Dienstleistungen zuwiderlaufen.

Stellt sich nach Erscheinen einer Anzeige heraus, dass auch weitere vom Kunden gebuchte Anzeigen aus vorgeanntem Grund abgelehnt werden müssen, so hat der Verlag auch nachträglich das Recht von der Abwicklung des Auftrags sofort zurückzutreten. Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Musters 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.

9. Druckunterlagen sind ausschließlich in digitaler Form anzuliefern. 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 vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die übliche Beschaffenheit der Druckunterlagen für Anzeigen oder andere Werbemittel nach Maßgabe der verbindlichen technischen Angaben im DUON-Portal (www.duon-portal.de) für den belegten Titel entsprechend der Preisliste und der Auftragsbestätigung. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.

10. 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.

11. 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.

12. Auf Wunsch werden digitale Proofs zur Verfügung gestellt. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

13. Betr. Berechnung nach Abdruckhöhe. Unzutreffend.

14. 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.

15. 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 berechtigt, 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 Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

16a. Aus einer Auflagenminderung kann – vorbehaltlich der Regelung der Ziffer 16b – nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantieuflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie

bei einer Garantieuflage bis zu 50 000 Exemplaren mindestens 20 v.H.,

bei einer Garantieuflage bis zu 100 000 Exemplaren mindestens 15 v.H.,

bei einer Garantieuflage bis zu 500 000 Exemplaren mindestens 10 v.H.,

bei einer Garantieuflage über 500 000 Exemplaren mindestens 5 v.H. beträgt.

Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 22 bleibt unberücksichtigt. Als Garantieuflage gilt die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder, wenn eine Auflage nicht genannt ist, die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vorausgegangenen Kalenderjahres. Darüber hinaus sind bei 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.

16b. (Sondervorschrift bei Auflagenminderungen für Titel, die heftbezogene Auflagenzahlen veröffentlichen) Abweichend von Nummer 16a berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagenzahlen veröffentlichen, nur dann zu einer Preisminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (Garantieuflage) von bis zu 500 000 Exemplaren 10 v.H. und bei einer Auflage (Garantieuflage) von über 500 000 Exemplaren 5 v.H. überschreitet (Schwankungsbreite). Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt.

Die der Garantie zugrunde liegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IVW. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr aus dem Auflagendurchschnitt der vier Quartale vor dem Insertionsjahr, soweit nicht vom Verlag eine absolute Auflagenzahl als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisminderung ist ein rabattfähiger Abschluss.

Grundlage für die Berechnung der Preisminderung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde. Die mögliche Auflagenminderung errechnet sich als Saldo der Auflagenüber- und Auflagenunterschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Insertionsjahres abzüglich der genannten zulässigen Schwankungsbreite. Ein Anspruch auf

Rückvergütung ist innerhalb eines halben Jahres nach Ablauf des Insertionsjahres geltend zu machen. Die Rückvergütung erfolgt auf Basis des Kunden-Nettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalgutschrift oder wenn dies nicht mehr möglich ist als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2.500 Euro beträgt.

17. Betr. Ziffernanzeigen. Unzutreffend.

18. 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.

19. Preisänderungen für erteilte Auftragsaufträge 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.

20. Bezüglich etwaig vereinbarter Rabatte, Commitments und Agenturprovisionen wird allein auf die reinen Anzeigen- und Mediapreise abgestellt. Insbesondere Produktions- und Gestaltungs-kosten sind nicht rabattfähig und -bildend, nicht commitmentfähig und -bildend sowie nicht agenturprovisionsrelevant. Rabatte werden nicht gewährt für Werbungtreibende, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Auftragsaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen, oder für Werbungtreibende, die für andere Werbungtreibende ebenfalls Auftragsaufträge erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung bean-sprucht, 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 spätestens bis zum Abschluss des Insertionsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rück-wirkend 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 Konzern-rabattierung. Rabatte, die Agenturen empfangen haben, werden sie ihren Kunden gegenüber offen legen und gegebenenfalls an diese weiterreichen, wenn und soweit sie hierzu gegenüber ihren

werbungtreibenden Kunden vertraglich oder gesetzlich verpflichtet sind.

21. 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 zugelieferten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Auftragsauftrags 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.

22. 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.

23. Bei Kunden/Werbeagenturen, die zum ersten Mal mit dem Verlag in Geschäftsverbindung treten, kann Vorauskasse zum Anzeigenschlusstermin verlangt werden. Rabatte werden gemäß Rabattstaffeln nach Erscheinen der Anzeigen beim Erreichen der einzelnen Rabattstufen gewährt.

24. Zusatzbedingung

Datengenerierung zur Abonnementswerbung: Hiermit verpflichtet sich der Auftraggeber gegenüber der Bauer Advertising KG, die auf der Grundlage des eingesetzten Werbemittels ggf. generierten personenbezogenen Daten (z.B. Adressen) nicht zur Gewinnung von Abonnenten von Druckerzeugnissen zu verwenden und/oder verwenden zu lassen. Für jeden Fall der Zuwiderhandlung gegen Absatz 1 verpflichtet sich der Auftraggeber gegenüber der Bauer Advertising KG unter Ausschluss der Einrede des Fortsetzungszusammenhangs zur Zahlung einer Vertragsstrafe in Höhe von 50.000,- EUR.

Stand: 1. Januar 2022 (Fassung für PTA-WOMAN)