MEDIA DATEN 2018

Fachmagazin für Event-Marketing

www.event-partner.de

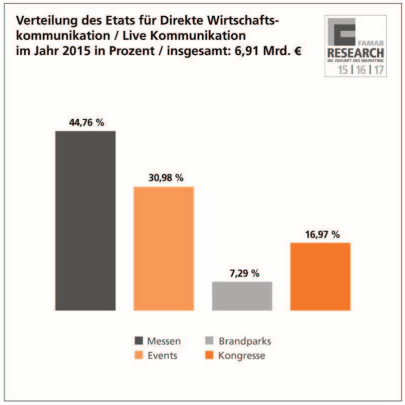
Anzeigenpreisliste Nr. 22, gültig ab 01.01.2018

Der Veranstaltungsmarkt in Deutschland

Aktuell umfasst der gesamte Veranstaltungsmarkt in Deutschland rund 3,04 Mio. Veranstaltungen, Tendenz steigend. Insgesamt 393 Mio. Teilnehmer zählten die Veranstaltungsstätten 2015, das sind **2,6 %** mehr als im Vorjahr. Neben Veranstaltungen in Form von Messen, Ausstellungen, Tagungen und Kongressen sind Festivals und Musikevents eine bedeutende Veranstaltungsform. Insgesamt konnte so in 2015 ein Umsatz von 3.822 Mio. Euro auf dem deutschen Veranstaltungsmarkt erzielt werden.

Besonders im Ausland wächst die Bedeutung von Veranstaltungen in Deutschland: Die Zahl der **internationalen Besucher** stieg im Jahr 2015 überproportional um 8,3 % auf 27,7 Mio. In den letzten zehn Jahren hat sich die Zahl ausländischer Veranstaltungsteilnehmer damit fast verdoppelt (2006: 14,3 Mio.).

Die Veranstaltungsbranche ist dabei auch ein begehrter **Berufszweig**, der stetig neue Marktteilnehmer produziert: Laut Prüfungsstatistik der Industrie- und Handelskammer haben im Winter 2015/2016 bundesweit 752 Teilnehmer die Abschlussprüfung zum/zur Veranstaltungskaufmann/Veranstaltungskauffrau bestanden; ein Jahr davor waren es noch 706 Absolventen. Immer neue Studiengänge und Weiterbildungsangebote im Eventsektor, von staatlichen wie auch vermehrt privaten Anbietern, zeugen ebenfalls von dessen Attraktivität.



Veranstaltungsetats in den Unternehmen

Die Digitalisierung macht auch vor der Eventbranche nicht halt: Kommunikation entwickelt sich in deutschen Unternehmen noch stärker zur **Cross-Media-Kommunikation**. Insbesondere Maßnahmen der Live-Kommunikation und der Online-Kommunikation werden zukünftig intensiver vernetzt. **85,8 %** der Unternehmen prophezeien einen Aufwärtstrend in der **Online-Kommunikation. 27,2 %** der Entscheider erwarten ein Wachstum der **Live-Kommunikation** – nur 13,5 % gehen von einer rückläufigen Bedeutung aus. Zudem ist von einem deutlichen Wachstumstrend von 38,2 % im Bereich Public Relations auszugehen.

28,44 Mrd. Euro gaben alle deutschen Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeitern dabei in 2015 für **Kommunikationsmaßnahmen** aus. Sowohl die **Klassische Werbung** als auch die **Live-Kommunikation** stellen dabei die **bedeutendsten Kommunikationsinstrumente** mit **15,32 Mrd. Euro** und damit mehr als der Hälfte (53,9 %) des Gesamtetats dar. Die Kommunikationsetats werden **2017** voraussichtlich auf ein Gesamtvolumen in Höhe von **29,62 Mrd. Euro anwachsen.**

Mit einem Anteil von **44,8 %** am bereichsspezifischen Etat bleiben Messen das bedeutendste Kommunikationsinstrument der Live-Kommunikation. Der Etatanteil für **Events** beträgt **31,0 %**. Wichtigster Adressat der Events ist die Zielgruppe „Business-to-Business“: Jubiläen, Einweihungen, Festakte, Galas und Tage der offenen Tür sind die

bedeutendsten Eventtypen. Infotainment, Interaktion mit Kunden und Entertainment sind die häufigsten Eventinhalte und -ziele.

83,4 % nutzen die Live-Kommunikation zur Ergänzung und **Unterstützung** anderer Kommunikationsinstrumente. Zur **Durchführung sowie zur Vor- und Nachbereitung** von Veranstaltungen nehmen 34,6 % der Unternehmen die Unterstützung von Live-Kommunikationsagenturen in Anspruch.
(Quellen: FAMAB Research 2016, IHK, Meeting- & EventBarometer 2016, Statista)

EVENT PARTNER, die Pflichtlektüre für die Eventbranche

EVENT PARTNER setzt genau hier an: Als B2B-Magazin und Pflichtlektüre für alle Marktteilnehmer im Eventsektor schreiben wir über und für unsere Kunden. Eventagenturen wie auch Dienstleister aus der Veranstaltungstechnik, dem (Non-Food-)Catering, dem Gästemanagement, Weiterbildungsinstitute uvm. lesen uns regelmäßig, Eventverantwortliche in den Marketingabteilungen aller deutschen Unternehmen haben unser Magazin stets griffbereit.

Jede Ausgabe von EVENT PARTNER setzt mit einem klaren Themenschwerpunkt gleichzeitig auch einen Impuls in der Branche. Vergangene Schwerpunkte etwa waren Inszenierung, Human Resources, Content meets Technik, Marke oder Gamification. Viele regelmäßig stattfindende Artikelreihen decken das weite Feld der möglichen Eventthematiken ab, von der für Laien verständlichen Auseinandersetzung mit Rechts- & Versicherungsfragen, über die Sicherheitsplanung für Veranstaltungen, den Arbeitsschutz, App- und Software-Tests, der Vorstellung von Berufsbildern, Eventreports, Location-Portraits, dem Aufzeigen von Work-Life-Balance-Beispielen in der Eventbranche, Catering-Ideen, Non-Profit-Projekten oder dem Blick über den Tellerrand auf den Veranstaltungs- und Messemarkt im Ausland.

Unser Portfolio

Wir erreichen unsere Kunden wie Leser hierbei nicht nur mehr über unser physisches Magazin, das sechs Mal pro Jahr erscheint, sondern auch via unseren diversen digitalen Kanäle. Unser Hauptaugenmerk gilt dahingehend unserer Webpräsenz www.event-partner.de, die Grundlagenartikel wie aktuelle Themen und News vereint. Ergänzt um einen Branchenguide finden Auftraggeber hier auch immer die richtigen Ansprechpartner für alle Eventbelange.

Wer die Website nicht direkt ansteuert oder über unsere hohe Trefferquote bezüglich Eventthemen bei Google zu uns geleitet wird, dem senden wir als Service gerne auch täglich die neuesten Meldungen per Newsletter oder auch einmal wöchentlich die Auswahl der top geklickten Artikel. Für eine Information „nebenbei“ im eigenen Social-Media-Umfeld streuen wir auch täglich die spannendsten Meldungen über Facebook, Twitter und Xing News.

Der EVENT PARTNER Shop versorgt Interessierte mit den besten, thematisch sortierten Buchtiteln für die weitere Lektüre, kostenlosen wie -pflichtigen eDossiers zu Themenschwerpunkten sowie natürlich unserem Magazin als Einzelheft wie im Abonnement – selbstverständlich bei kostenlosem Versand.

Werden Sie noch heute Leser wie Kunde von EVENT PARTNER und werden Sie ein Teil der großen Eventcommunity!

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

Zielgruppe
- Eventagenturen, Media-, Werbe-, PR-, Sponsoring-Agenturen
- Marketing-Entscheider
- Eventplaner in den Marketing-Abteilungen
- Auftraggeber der Agenturen
- Hochschulen, Aus- und Weiterbildungsinstitute
- Fach- und Branchenverbände
- Technische Dienstleister und Technikfirmen

Eckdaten*

1.874 **Facebook Fans**

631 **Twitter Follower**

12.330 **Unique Users**

15.076 **Online Visits**

10.800 **Printauflage (TvA)**
4. Quartal 2017

Newsletter
980 **Daily**
1.150 **Weekly**

* Quelle: Master Report Reach Dezember 2017

Online

(responsive Design)

event-partner.de

promedianews.de

Newsletter

Event Partner
Täglicher und wöchentlicher Community Newsletter

promedianews.de
Wöchentlicher Newsletter

360°

Print

Specials

eDossiers

musik-media-shop.de/event-partner/downloads

Das können wir für Sie tun !

Media Formate und Kooperizing Optionen

Sponsored Content & Redaktionelle Projekte
Mit unseren vielbeachteten Beiträge, Dokumentationen, Tech-Beiträgen, Specials,
Infografiken, Videos, Making-Offs, Marktübersichten etc. setzen wir das Benchmark.
Binden Sie unsere Redaktion über Sponsoring und Content-Marketing in Ihrer Kommunikation ein

High-Impact Werbung
Wir erstellen aufmerksamkeitsstarke Kampagnen – Online oder Print

Events & Experiential
Wir stellen den direkten Kontakt zum Kunden her und sind auch
darüber hinaus offen für Ideen und neue Konzepte – the sky is the limit

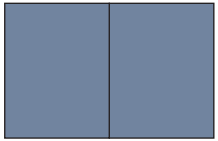
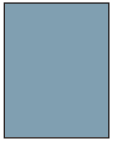
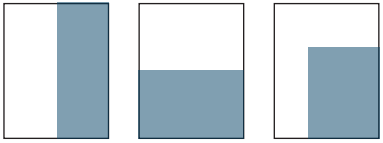
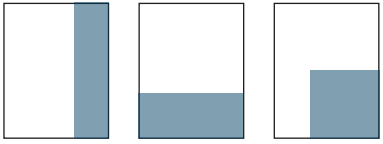
Verbreitung & Reichweitenmaximierung
Über unsere Multichannel Strategie – Print, Online, Newsletter, Social erreichen wir
die relevanten Communities, zum gesuchten Thema, am richtigen Ort,
zur richtigen Zeit und über das bevorzugte Medium

Influencer Engagement
Wir bringen Ihre Informationen und Botschaften in die relevanten Netzwerke und befeuern die Verbreitung
in der Community

Real-Time Analytics
Mit einer Vielzahl von Analyse Tools stellen wir den Erfolg Ihrer Kampagne sicher

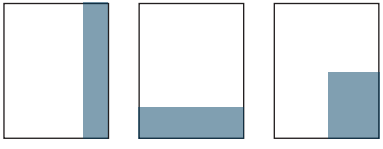
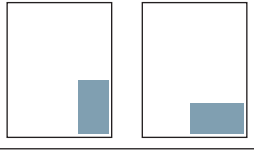
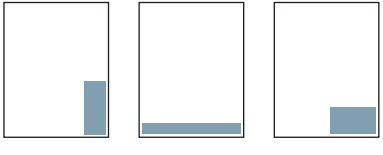
Anschnitt: plus 5 mm Beschnittzugabe rundherum bei angeschnittenen Anzeigen.

Formatanzeigen

	Anschnittformate (Breite x Höhe)	Satzspiegelformat (Breite x Höhe)	Anzeigenpreise 4C
	**2/1** 426 x 280	 390 x 254	**9.500 €**
	**1/1** 213 x 280 Umschlagseiten	 185 x 254 4. Umschlagseite 3. Umschlagseite 2. Umschlagseite	**4.750 €** **4.950 €** **4.780 €** **4.800 €**
	**1/2 hoch** 105 x 280 **1/2 quer** 213 x 142 **1/2 2-spaltig** 137 x 184	 90 x 254 185 x 127 122 x 169	**2.995 €**
	**1/3 hoch** 74 x 280 **1/3 quer** 213 x 99 **1/3 2-spaltig** 137 x 139	 59 x 254 185 x 84 122 x 127	**2.130 €**

Anschnitt: plus 5 mm Beschnittzugabe rundherum bei angeschnittenen Anzeigen.

Formatanzeigen

	Anschnittformate (Breite x Höhe)	Satzspiegelformat (Breite x Höhe)	Anzeigenpreise 4C
	**1/4 hoch** 58 x 280 **1/4 quer** 213 x 78 **1/4 2-spaltig** 105 x 139	 43 x 254 185 x 63 90 x 127	**1.590 €**
	**1/6 hoch** **1/6 quer**	59 x 127 122 x 63	**1.045 €**
	**1/8 hoch** **1/8 quer** **1/8 2-spaltig**	43 x 127 185 x 30 90 x 63	**830 €**

Branchen-Guide

Im Branchen-Guide finden Auftraggeber, Entscheider und Planer kompetente Partner für die anstehenden Projekte.
Der Eintrag im Branchen-Guide wird auch online veröffentlicht.

Kosten / Eintrag (EURO)
Brancheneintrag

Text	195,00 € / Eintrag in der Print Ausgabe + Online 1.170,00 € / Jahr
Text + Logo	270,00 € / Eintrag in der Print Ausgabe + Online 1.620,00 € / Jahr

Technische Daten:
Eintrag Branchen-Guide

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

Rabatte **Nachlässe bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres**

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

Nachlässe	Malstaffel
3 Anzeigen	3 %
6 Anzeigen	5 %
12 Anzeigen	10 %
18 Anzeigen	12 %
24 Anzeigen	15 %

Stellenanzeigen-Rabatt: 35 % (keine weitere Agenturvergütung)
Agenturvergütung: 15 %

Zuschläge

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

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.

Beilagen

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

Preis	bis 25 g Einzelgewicht	400,00 Euro pro 1.000 Exemplare
	über 25 g Einzelgewicht	auf Anfrage
Teilbelegungen	bis 25g Einzelgewicht	450,00 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

Sonderwerbeformen

- 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-Irodinlackierung

3. Verleiher und Hersteller EKTA Vision & Black Box Music:

Kooperation von EKTA Vision & Black Box Music Berlin // ADVERTORIAL

BVB-Public Viewing XXL by Black Box Music Berlin & EKTA Vision

1. Event-Agentur Schlüsselerlebnisse:

ADVERTORIAL //

Zwei Profis über ihren Neustart

Ein Event als Schlüsselerlebnis

2. Technischer Dienstleister CT-Germany:

ADVERTORIAL //

Großartige Ideen zum Leben erwecken

Global reach, local touch

4. Radisson Blue / Rezidor

// ADVERTORIAL

ZUKUNFTSWEISENDE MICE-TOOLS

5. Event-Location Gebläsehalle:

ADVERTORIAL //

Gebläsehalle: Events mit Industrie-geschichte

8. Messe Offenburg:

// ADVERTORIAL

Service ist unsere Stärke!

Leistungen

Ihr Advertorial erscheint in EVENT PARTNER, der führenden Fachpublikation für Live Kommunikation in D/A/CH
Alle Beiträge sind SEO optimiert, optimieren die Sichtbarkeit Ihrer Marke in den digitalen Medien und erhöhen die Reichweite in die Zielgruppe. Das Advertorial kann zugleich gegen einen Aufpreis als Sponsored Article / Native Ad auf event-partner.de online gestellt werden.

Kosten

1/2 Seite Advertorial – ca. 1.000 Zeichen Text und 1 Bild
Preis: 1.850 EUR zzgl. MwSt.

1/1 Seite Advertorial – ca. 2.500 Zeichen Text und 1–4 Bilder
Preis: 2.950 EUR zzgl. MwSt.

Media-Kontakt

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

Ausgabe	Erscheinungs-termin	Anzeigen-schluss	Druck-unterlagen
1	16.02.18	19.01.18	26.01.18
2	13.04.18	16.03.18	23.03.18
3	22.06.18	25.05.18	01.06.18
4	31.08.18	03.08.18	10.08.18
5	19.10.18	21.09.18	28.09.18
6	14.12.18	16.11.18	23.11.18
BOE-Katalog 2019	14.12.18	23.11.18	30.11.18

Messen in 2017	Zeitraum	Ort
BOE	10. – 11.01.2018	Dortmund
30. Internationale Kulturbörse Freiburg	21. – 24.01.2018	Freiburg
Prolight + Sound	10. – 13.04.2018	Frankfurt a.M.
IMEX	15. – 17.05.2018	Frankfurt a.M.
CEBIT	11. – 15.06.2018	Hannover
IFA	31.08. – 05.09.2018	Berlin
IAA-Nutzfahzeuge	20. – 27.09.2018	Frankfurt a.M.

Themen und Termine für EVENT PARTNER 2018

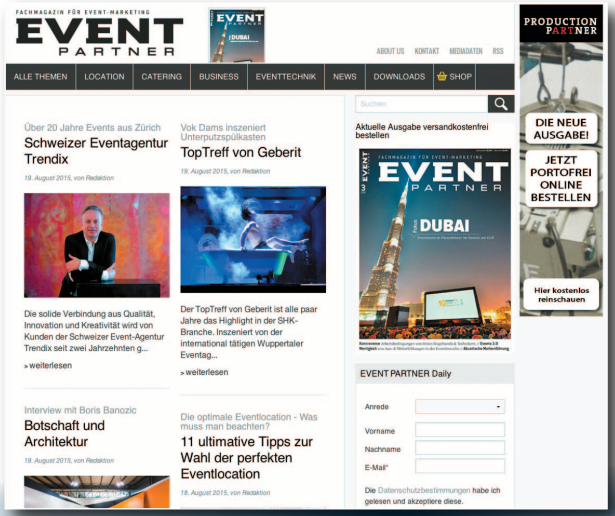
Folgende Schwerpunktthemen sind geplant:

EP 1.18 Eventbauten / Temporäre Bauten
EP 2.18 Eventtechnik
EP 3.18 Aus- & Weiterbildung
EP 4.18 Interaktion
EP 5.18 Veranstaltungssicherheit
EP 6.18 Personal 4.0

Media Newsletter

Bei der Vielzahl von Themen, Produktneuheiten und interessanten Referenz-Projekten, von denen wir häufig erst kurzfristig erfahren und auch um Trends vorausschauend aufgreifen zu können, möchten wir uns eine gewisse Flexibilität bei der Festlegung von Themen bewahren.
Um Ihnen aber die Möglichkeit zu geben Ihre Kampagne auf den redaktionellen Kontext abzustimmen, infomieren wir Sie rechtzeitig und regelmäßig vor den folgenden Redaktions- und Buchungsschlussterminen über die jeweiligen Themen, Events, Messen und Online Specials der kommenden Ausgabe und Monate.

Event-Partner.de ist die digitale Plattform für die Live Kommunikation



Eckdaten*

- 1.874 **Facebook Fans**
- 761 **Twitter Follower**
- 11.802 **Unique Users**
- 14.409 **Online Visits**
- 10.800 **Printauflage (TvA)**
  4. Quartal 2017
- **Newsletter**
  980 **Daily**
  1.150 **Weekly**

* Quelle: Master Report Reach Dezember 2017

Auslieferung

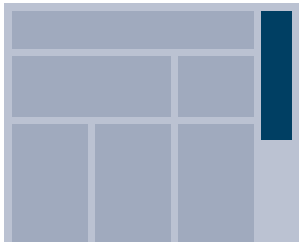
Alle Werbemittel werden in Rotation ausgeliefert. Auf Wunsch auch exklusiv möglich.

Datenanlieferung, Werbemittel

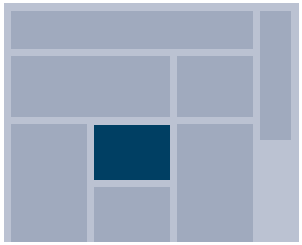
- Alle Bannerformate bis max. 100 KB
- Datenformate: JPEG, GIF, HTML 5, Flash (bei Flash bitte Ausfall-GIF mitliefern)
- Anlieferung bis spätestens 5 Tage vor Ersteinschaltung der Kampagne

Kombipreise für die gesamte Community (Run of Network) auf Anfrage.

promedianews.de / production-partner.de / professional-system.de / event-partner.de

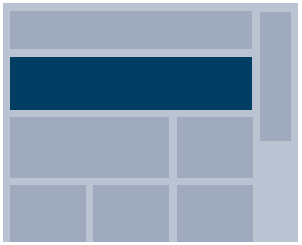


Wide-, Skyscraper
Desktop 160 x 600 Pixel oder
300 x 600 Pixel
Mobile 320 x 100 Pixel
TKP *: 99 € pro Portal



Content Ad
(Medium Rectangle)
300 x 250 Pixel

TKP *: 89 € pro Portal



Billboard
Desktop 980 x 250 Pixel
Mobile 320 x 100 Pixel

TKP *: 119 € pro Portal

* **Tausender-Kontakt-Preis (TKP) für 1.000 Auslieferungen (Ad Impressions)**

Die **Community** Newsletter Abonnenten erhalten 5 tägliche und 1 wöchentlichen Newsletter.
Die Community Newsletter der einzelnen Medienmarken stellen der Branche redaktionelle Beiträge, eDossiers, Testberichte und relevante Informationen zum kostenlosen Download für die tägliche Praxis bereit.

Daily Newsletter – jeweils Montag, Mittwoch, Donnerstag, Freitag und Samstag
Weekly Newsletter – jeweils Dienstag

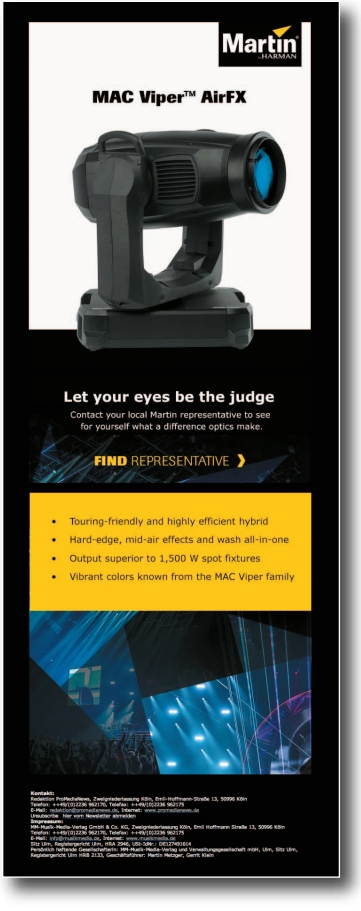
Werbeformate	**Formate**
Billboard	580 x 250 Pixel für Desktop
Sponsored Post	150 Zeichen, Foto, Link
Preise pro Woche*	(6 Newsletter Aussendungen) Billboard
1. Position	250 Euro / Woche
2. Position	230 Euro / Woche
3. Position	200 Euro / Woche
Sponsored Post	180 Euro pro Aussendung
Dateiformat	JPEG oder GIF-Banner (keine animierten GIF-Dateien)
Dateigröße	max. 100 KB

Stand Alone Newsletter (Business Information)

Einen Stand Alone Newsletter im „look and feel“ des redaktionellen Newsletters exklusiv mit Ihren Inhalten und Verlinkungen.

Der Stand Alone Newsletter adressiert alle registrierten promedianews.de bzw. Community Newsletter User und wird im Namen unserer Website versendet.
Der Stand Alone Newsletter enthält ausschließlich Kundeninformationen (Texte, Fotos, Video, Displaywerbung), kann auf weiterführende Informationen der Kunden Website verlinken oder auch auf eine Kundeninformation innerhalb unserer Websites.
Auf Anfrage können wir Ihnen redaktionelle Inhalte, grafische Leistungen sowie unser SEO Team für die Optimierung des Newsletters zur Verfügung stellen.
Der Stand Alone Newsletter erreicht über 15.000 Promedianews.de Abonnenten und wird max. 1 x pro Woche verschickt

Preise auf Anfrage.



Landing Page

Die Stand Alone Landing Page ist eine sehr zielgerichtete und kompakte Website, die auf unserer Domain promedianews.de oder den Community Websites betrieben wird.
Diese wird bevorzugt für den gezielten Verkauf von Produkten oder Dienstleistungen für eine klar definierte Zielgruppe eingesetzt.
Die Landingpage konzentriert sich auf die Präsentation eines einzigen Angebots.

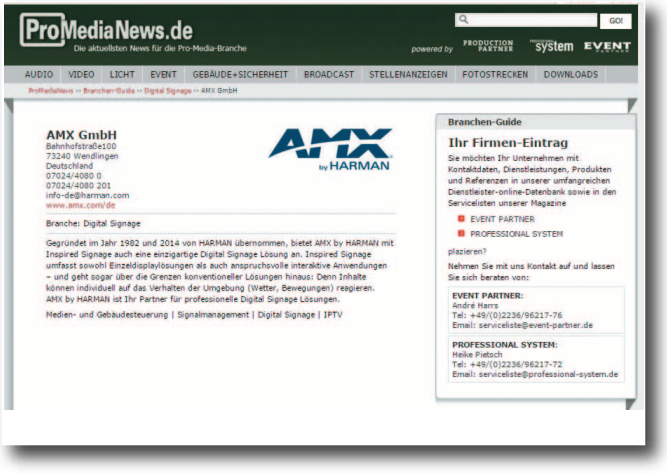
Preise auf Anfrage

Stellenmarkt

Über den ProMediaNews.de-Stellenmarkt erreichen Sie die passenden Bewerber für jedes Anforderungsprofil. Zielsicher und schnell vom Einsteiger bis hin zum Spezialisten.
Profitieren Sie von der enormen Reichweite die der ProMediaNews.de-Stellenmarkt über unsere Printmagazine, Messen, Events und Partnerschaft mit Universitäten, Ausbildungsstätten und Verbänden erreicht.

Preise

Stellenmarkt	Datengrösse	Kosten / Monat / Seite	Einblendung
Stellenangebote	PDF max. 1 MB	450,00 Euro	Stellenmarkt



Branchen-Guide

Der Branchen-Guide ist die Präsentationsplattform für Hersteller, Vertriebe, Händler, Dienstleister, Kreative und Serviceanbieter der Branchen.
Durch das stets aktuelle und dynamische Angebot ist dieses Portal ein zeitsparendes und wertvolles Planungs- und Informationstool für alle ProMediaNews Nutzer.

Preise

Datengröße*	Eintrag**	Kosten / Monat
Basispreis		97,50 Euro
	+ Logo	+ 37,50 Euro
	+ max. 4 Bilder***	+ 29,00 Euro/Bild

*Standardeintrag max. 500 Zeichen incl. Leerzeichen; ** Mindestlaufzeit 2 Monate; *** mindestens 72 dpi
Mit Eintrag im Online-Branchen-Guide sind Sie automatisch ohne weitere Kosten auch im Branchen-Guide in einem der Fachmagazine EVENT PARTNER oder PROFESSIONAL SYSTEM vertreten.

Native Advertising

Wer heute die Aufmerksamkeit seines Kunden gewinnen möchte, braucht einen Mix aus redaktionellem Content und Werbe- oder Markenbotschaft, kurz: Native Advertising!

Wie funktioniert Native Advertising?
Native Advertising ist Storytelling. Ihre Werbe-/Markenbotschaft wird mithilfe einer redaktionellen Handlung (Story) im redaktionellen Umfeld unserer Plattformen veröffentlicht. Oder Ihr Unternehmen (Angebot) ist integrierter Teil eines redaktionellen Themas, ohne direkte Produktwerbung zu betreiben, denn Native Advertising unterstützt Sie nachhaltig dabei, die Deutungshoheit Ihres Unternehmens und Ihrer Angebote in der für Sie relevanten Zielgruppe auf- und auszubauen.

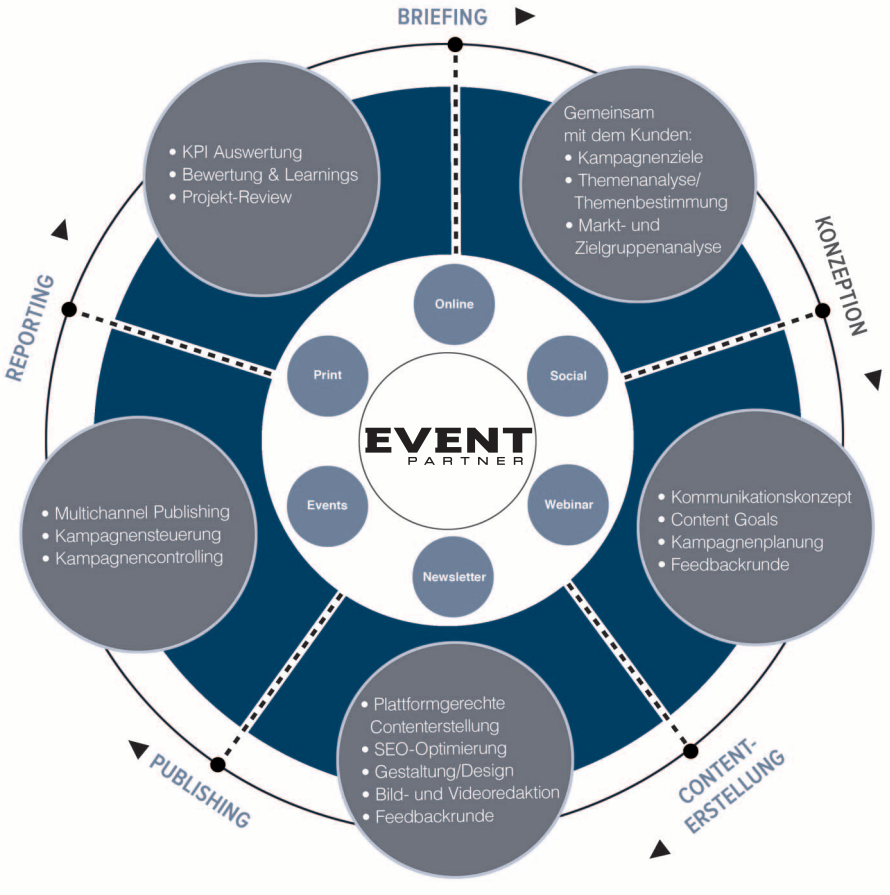
Was leistet Native Advertising bei EVENT PARTNER?
- Hohe Aufmerksamkeit und Engagement unserer Community auf Ihren Content durch die hohe Glaubwürdigkeit und Reichweite unserer Medienmarke
- Veröffentlichung Ihres Contents im Look&Feel unseres redaktionellen Umfeldes. Gerne übernehmen wir für Sie die Contenterstellung
- Führt zu längerer Verweildauer und höherem Involvement mit Ihrer Marke sowie Ihrer Botschaft und erzielt langfristige Effekte
- Ist der einzige Weg, Ihre Zielgruppe über alle relevanten Kommunikationskanäle (Print, Online, Social Media) hinweg zu erreichen und dabei Ad Blocker zu umgehen
- Hilft, die weiße Zielgruppe Ihres Unternehmens und Ihrer Produkte zu erschließen, indem mehr Menschen für Ihr Thema gewonnen werden
- Ermöglicht maßgeschneiderte Kommunikation in die für Sie relevante Zielgruppe durch klare Persona-Definition und Positionierung von EVENT PARTNER
- Unterstützt Ihr Unternehmen, sich als Meinungsbildner in den zielgruppenrelevanten Themen zu etablieren
- Verbessert die Sichtbarkeit Ihrer Marke in den Suchmaschinen und Social Media-Kanälen durch SEO-optimiertes multimediales Storytelling (Text, Bild, Grafik, Video)

Content ist King und wir sind die Themenchampions
Wir sind Content-Spezialisten für unsere Zielgruppen und wissen genau, welche Themen unsere Community interessiert. Überlassen Sie einfach uns das Storytelling Ihrer Botschaft. Wir sorgen dafür, dass Ihre Themen unsere Community wirksam erreichen.

Wir übernehmen für Sie die Kampagnenkonzeption, die Contenterstellung, das Multichannel-Publishing, die Kampagnensteuerung und das Reporting. Full Service aus einer Hand – von den Content-Spezialisten Ihrer Zielgruppe.

Wir unterstützen Sie dabei Ihre Kommunikation auf die Community abzustimmen, die Inhalte in den relevanten Kontext zu bringen, Ihre Kampagne über alle geeigneten Kanäle auszuspielen und damit entsprechend Ihrer Kommunikationsziele und KPIs die bestmögliche Performance zu erreichen. Dafür steht Ihnen das Team aus der Media Vermarktung, Content Marketing, Social Media und SEO als auch die Redaktion zur Verfügung.

Let's talk
Team Media
Sales & Services
Angelika Müller



Lead Generation Kampagne

Leistungen: u. a. Erstellung eines eDossier, begleitende Werbekampagne über alle relevanten Medien, Newsletter, SEO, Hosting, Lieferung der Leads. Gerne erläutern wir Ihnen diese Kampagne im Detail.

Erstellung eines eDossiers über
Ein Produkt, Technologie
oder ein besonderes Projekt

Kommunikationskanäle:
Production Partner
production-partner.de
Professional System
professional-system.de
Event Partner
event-partner.de
promedianews.de

Zielgruppe:
potenzielle
Kunden

Registrierung
Filterung
über unser CRM

Lead

Beispiel

Redaktion

Publisher/Chefredakteur: Dr. Walter Wehrhan
Telefon +49 (0)2236/96 217-35
E-Mail w.wehrhan@musikmedia.de

Redaktion: Martina Gawenda
Telefon +49 (0)2236/96 217-68
E-Mail m.gawenda@musikmedia.de

Redaktion: Sylvia Koch
Telefon +49 (0)2236/96 217-38
E-Mail s.koch@musikmedia.de

MEDIA-SALES & SERVICES

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**

Media Sales **Bo Lagiewka**
Telefon **+49 (0)2236/96 217-78**
E-Mail **b.lagiewka@musikmedia.de**

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

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

Satz: Frank Loevenich, Tim Kokje

ständige redaktionelle Mitarbeiter: Andreas Schäfer, Jörg Küster, Sabine Funk, Richard Meusers, Jessica Hartmann, Andreas Horbelt, Harald Heckendorf, Falco Zanini, Ebi Kothe

Jahrgang: 22. Jahrgang

Web-Adresse: **www.event-partner.de**
www.promedianews.de
www.musikmedia.de

Verlag: MM-Musik-Media-Verlag GmbH & Co. KG
Emil-Hoffmann-Straße 13
D-50996 Köln

E-Mail: redaktion@event-partner.de

Bezugspreis: Einzelheft: € 11,20
Jahresabonnement Inland: € 57,01 / Jahr inkl. Porto
Ausland € 66,87 / Jahr inkl. Porto
Digitalabo jeweils zzgl. € 8,95
Miniabo (2 Ausgaben) Inland 12,35€,
Ausland 14,50€

Erscheinungsweise: 6 Ausgaben / Jahr

Verlag

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

Redaktion

Publisher/Chefredakteur	Dr. Walter Wehrhan
Redaktion	Martina Gawenda
Telefon	+49 (0)2236/96 217-0
Telefax	+49 (0)2236/96 217-5
E-Mail	redaktion@event-partner.de

Media Sales + Services

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@musikmedia.de
Media Sales	Bo Lagiewka
Telefon	+49 (0)2236/96 217-78
E-Mail	b.lagiewka@musikmedia.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

Vertrieb

	Sema Torun
Telefon	+49 (0)731/1520-186
E-Mail	torun@ebnerverlag.de

Druckerei

Postanschrift	ADV Aindlinger Str. 17 D-86167 Augsburg

Buchhaltung

Postanschrift	MM-Musik-Media Verlag GmbH & Co. KG Karlstr. 3 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

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 Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluß abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der 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 Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. 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 Verlags 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 Verlags 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, Matern 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. Matern 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 den 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