Wirtschaftsmagazin

Mediadaten 2026

Preisliste Nr. 5a · gültig ab 1. Januar 2026

IHK Gießen-Friedberg
Die Unternehmer-Mitmachorganisation
www.giessen-friedberg.ihk.de

Inhalt/Verlagsangaben

Inhalt

Verlagsangaben 2
Titelporträt, Auflage und Verbreitungsgebiet 3
Reichweitenstudie: www.rem-studie.de 4
Erscheinungstermine, Marktplatz Sonderthemen/IHK-Themenplan 5
Formatanzeigen 6
Panoramaanzeigen 7
Umschlagseiten 8
Marktplatz Spezialisten Business to Business 9
Marktplatz Sonderthemen PR-Anzeigen 10
Beilagen 11
Technische Daten 12
Allgemeine Geschäftsbedingungen 13

Herausgeber:
Industrie- und Handelskammer
Gießen-Friedberg

Redaktion:
Tobias Bunk (verantwortlich)
Telefon 06031 609-1100
tobias.bunk@giessen-friedberg.ihk.de

Hausanschrift:
Industrie- und Handelskammer
Gießen-Friedberg
Lonystraße 7, 35390 Gießen

Postanschrift:
Postfach 11 12 20, 35357 Gießen

Verlag

Mittelhessische Druck- und Verlagshaus GmbH & Co. KG	Marburger Straße 20, 35390 Gießen Postfach 10 04 62, 35334 Gießen
Bankverbindung:	Sparkasse Gießen IBAN DE91 5135 0025 0227 0055 54, BIC SKGIDE5F Volksbank Mittelhessen eG IBAN DE78 5139 0000 0000 4243 07, BIC VBMHDE5F
Zahlungsbedingungen:	Zahlung sofort nach Rechnungserhalt ohne Abzug.
Preise:	Alle Preise in Euro zzgl. MwSt.
Anzeigenverkauf:	Karin Hilscher (Verkaufsleitung) Telefon 0641 30 03-1 01 E-Mail karin.hilscher@mdv-online.de
Anzeigenverantwortlich:	Jens Trabusch E-Mail anzeigenleitung@mdv-online.de
Erscheinungsweise:	monatlich, 11 mal im Jahr (eine Ausgabe Juli/August)
Anzeigenschluss und Rücktrittsrecht:	siehe Seite 5

Titelporträt, Auflage und Verbreitungsgebiet

Die IHK Gießen-Friedberg sieht sich als Unternehmer-Mitmachorganisation. Sie setzt sich zusammen aus rund 44.000 Unternehmen und lädt ein zum:

Mitmachen – Mitbewegen – Mitgewinnen.

Dabei bietet die IHK in verschiedenen Arbeitskreisen und Ausschüssen eine Reihe von interessanten Plattformen, auf denen Sie mitbewegen können. Nutzen Sie das Netzwerk der IHK Gießen-Friedberg, um die ihren zu erweitern. Zum Netzwerk zählt auch das Mitgliedermagazin der IHK Gießen-Friedberg.

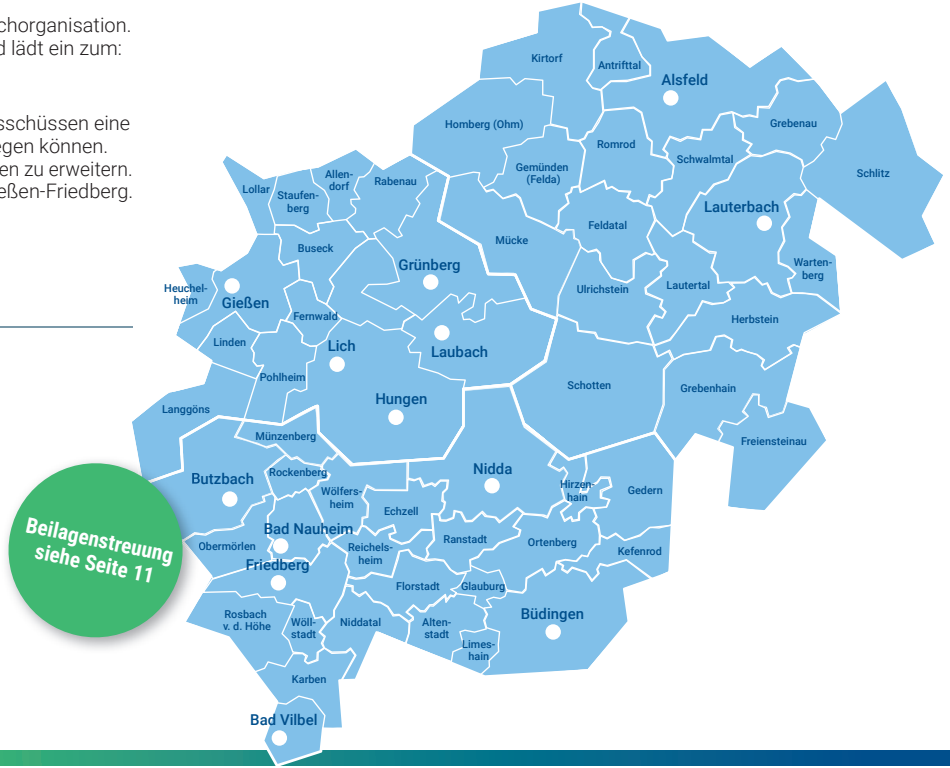
Wirtschaftsmagazin

Auflage: 15.200 Exemplare

Adressierte Zustellung (kein Streuverlust):
An alle IHK-Mitglieder im Verbreitungsgebiet; hochwertige Premium-zielgruppe im Bereich Business-to-Business.

Sie erreichen mit dem Wirtschaftsmagazin die Entscheider über Investitionen aus vielfältigen Branchen:
Industrie und Bau, Handel und Verkehr, Dienstleistungen, Gastronomie und Tourismus, Banken und Versicherungen sowie der Politik und Verwaltung.

IVW-geprüft
Druckauflage Quartal IV/2025 15.034 Exemplare

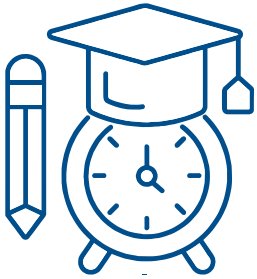


Leserbefragung 2025* (www.rem-studie.de)

Die Printausgabe der IHK-Magazine
fesselnd und gehaltvoll

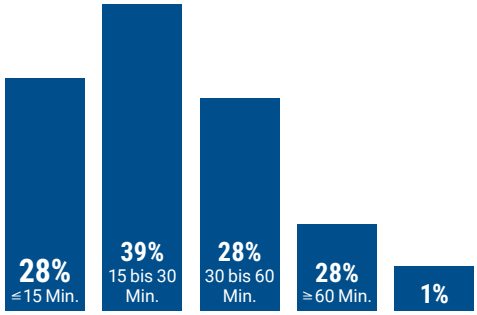
Die gedruckten Ausgaben der IHK-Magazine werden durchschnittlich von **71 Prozent** der Lesenden **über 15 Minuten** lang gelesen.

Die Lesenden finden die Inhalte zu **62 Prozent** nützlich oder sogar **sehr nützlich** und halten sie zu 63 Prozent für wichtig oder **sehr wichtig.**



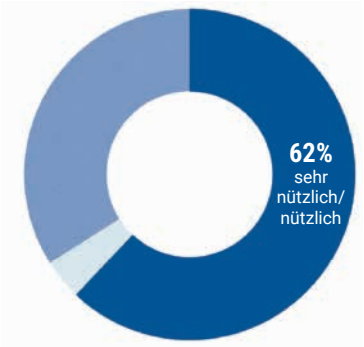
Lesedauer Print-Ausgabe
durchschnittliche Lesezeit …

Die gedruckten Ausgaben der IHK-Magazine werden durchschnittlich von 64 Prozent der Leser 15 bis 60 Minuten lang intensiv gelesen.



Nutzen für die eigene Arbeit
Informationen im Magazin …

Die Lesenden finden die Inhalte zu 62 Prozent nützlich oder sogar sehr nützlich und halten sie zu 63 Prozent für wichtig oder sehr wichtig.



* Institut: forsa./Befragungspersonen: Empfänger der beteiligten IHK-Magazine/
Zahl der Interviews: 1.530 Interviews Erhebungsmethode: Online-Befragung/Befragungszeitraum: Oktober 2024 bis Januar 2025

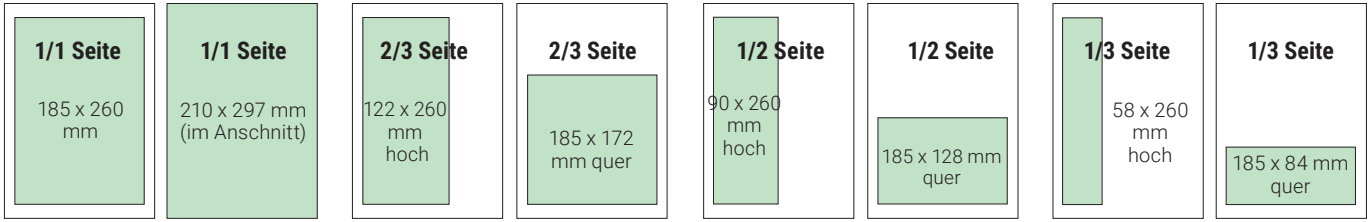
Erscheinungstermine 2026 (Änderungen der Themen bleiben vorbehalten)

Ausgabe	Erscheinungs-termin	Anzeigen-schluss	Marktplatz, Sonderthemen bzw. Branchenansprache (PR-Anzeigen-Formate Seite 10)	IHK-Themenplan
Januar	2. 1.	12. 12. 25	Steuerberater/Wirtschafts- und Anwaltskanzleien	Die wichtigsten Änderungen und Neuerungen 2026
Februar	2. 2.	12. 1.	W3+ FAIR Wetzlar 2026/Weiterbildung-Schulungen/Personaldienstleister/ Coaches/Personalmanagement/Berufsbekleidung, Arbeitsschutz	Aus- und Weiterbildung: Azubi-Portraits, Wege in die Ausbildung
März	2. 3.	10. 2.	Messebau/Kran-Hebetechnik/Gabelstapler/Anspruchsvolles Wohnen & Schlafen/ Effizientes Arbeiten (Home-Office)	IHK-Positionen zu den Hessischen Kommunalwahlen
April	1. 4.	10. 3.	Datensicherheit/Software für Mittelständler/Dokumentenmanagement/ Sicherheitstechnik/Einbruchschutz/Banken & Finanzen/Steuerberater	Erfolgreiche Unternehmensnachfolge
Mai	4. 5.	10. 4.	Entsorgung & Recycling/Containerdienste/Objektreinigung /Logistik-Transport/ Verpackung/Energie/Solar/Nachhaltigkeit/E-Bikes – E-Mobilität	Nachhaltige Unternehmen in der Region
Juni	1. 6.	11. 5.	Fenster- und Türensysteme /Industrie- und Gewerbebau/Metall- Hallen- und Stahlbau/Gabelstapler/Leasing- u. Geschäftsfahrzeuge/Transporter	Fachkräftemangel in der Gastronomie
Juli/August	10. 7.	12. 6.	Berufsbekleidung/Arbeitsschutz/Versicherungen für Betriebe und Mitarbeiter/ Industriereinigung- Werkzeuge /Kanal-Rohrservice	IHK-Netzwerkevent: Jahresempfang in Bad Nauheim und internationale IHK-Konferenz: „The World meets in Giessen“
September	1. 9.	10. 8.	Kran-Hebetechnik/Nutz- und Geschäftsfahrzeuge/Gewerbeflächen/ Objekteinrichtung moderne Arbeitswelt	Talent-Management: Fachkräfte binden
Oktober	2. 10.	11. 9.	Anspruchsvolle Büroeinrichtungen, grüne Oasen/Datensicherheit/ Software für Mittelständler/Sicherheitstechnik/Weihnachtsfeiern buchen – Gastronomie, Hotellerie, Lokation/Geschenke-Tipps für Kunden und Mitarbeiter/	Innovative Start-ups im IHK-Bezirk
November	2. 11.	12. 10.	Nutzfahrzeuge/Gewerbeflächen, Gewerbeimmobilien	IHK-Ausbildungsmesse Karriere-Kick
Dezember	1. 12.	10. 11.	Reisebüros/Wohnmobile/Einbruchschutz/Energie, Heizen, Wärme/E-Mobilität	Reisen im Winter: Reisebüros bieten Orientierung

Erscheinungstermin 2027: 4. 1., Anzeigenschluss: 11. 12. 2026

Formate und Preise

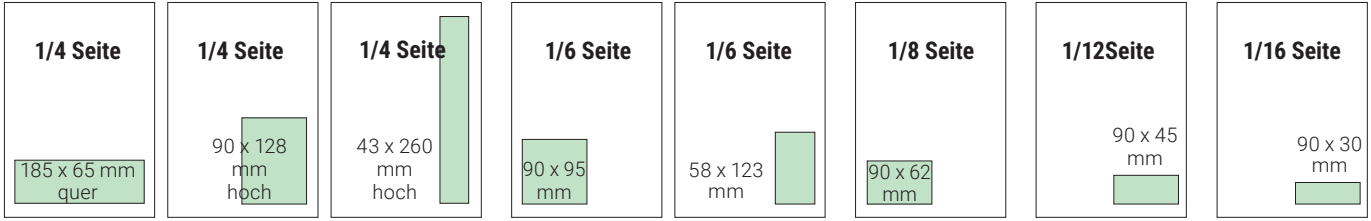
Format:



Grundpreis:	2.341,18	1.717,65	1.270,59	911,76
Ortspreis:	**1.990,00**	**1.460,00**	**1.080,00**	**775,00**

Anzeigenformate im Anschnitt: Formate 1/1 bis 1/3 Seite zzgl. 3 mm Beschnittzugabe an allen Seiten

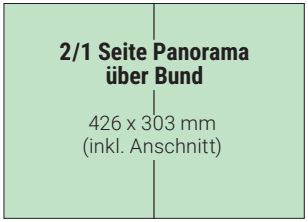
Format:



Grundpreis:	735,29	541,18	464,71	358,82	329,41
Ortspreis:	**625,00**	**460,00**	**395,00**	**305,00**	**280,00**

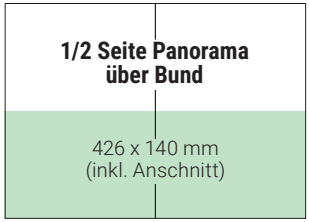
Formate und Preise Panoramaanzeigen

Format:



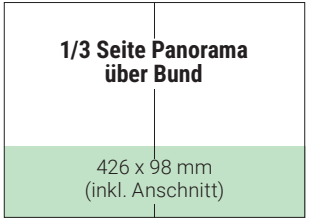
Grundpreis:	3.564,71
Ortspreis:	**3.030,00**

Format:



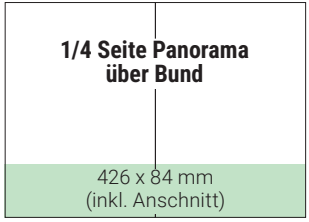
Grundpreis:	2.041,18
Ortspreis:	**1.735,00**

Format:



Grundpreis:	1.441,18
Ortspreis:	**1.225,00**

Format:



Grundpreis:	1.200,00
Ortspreis:	**1.020,00**

Formate und Preise Umschlagseiten

Format:

Grundpreis:	2.811,76	2.705,88
Ortspreis:	**2.390,00**	**2.300,00**

Malstaffel 12 Monate		Mengenstaffel 12 Monate	
3 Ausgaben	3 %	3 Seiten	5 %
6 Ausgaben	5 %	6 Seiten	10 %
11 Ausgaben	15 %	11 Seiten	20 %

Agenturprovision: 15 % (auf GP)

Marktplatz

Auf den Sonderseiten MARKTPLATZ Business to Business dauerhaft präsent sein zu einem günstigen Preis.

- **Langfristige Werbung:** Die Laufzeit Ihrer Anzeige umfasst mindestens 6 Ausgaben
- **Rubrikenkopf:** Ist kostenfrei und wird auf Wunsch neu angelegt
- **Format:**

1/3 Seite	1/6 Seite	1/8 Seite	1/12Seite	1/16 Seite
185 x 84 mm quer	90 x 95 mm	90 x 62 mm	90 x 45 mm	90 x 30 mm

- **11 Ausgaben*:**

	1/3 Seite	1/6 Seite	1/8 Seite	1/12Seite	1/16 Seite
Grundpreis:	383,53	237,65	217,65	176,47	167,06
Ortspreis:	**326,00**	**202,00**	**185,00**	**150,00**	**142,00**

- **6 Ausgaben*:**

	1/3 Seite	1/6 Seite	1/8 Seite	1/12Seite	1/16 Seite
Grundpreis:	429,41	265,88	244,71	197,65	188,24
Ortspreis:	**365,00**	**226,00**	**208,00**	**168,00**	**160,00**

*je Ausgabe

Marktplatz Sonderthemen PR-Anzeigen

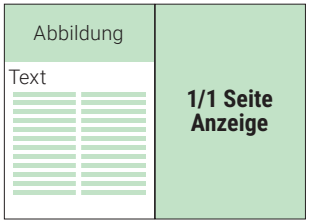
In jeder Ausgabe des Wirtschaftsmagazin werden MARKTPLATZ-Sonderthemen angeboten. Präsentieren Sie Ihre Dienstleistungen und Produkte mit einer Anzeige und einer PR-Fläche zu einem PR-Anzeigen-Format-Preis.

- **Die Voraussetzung:**
  Schalten Sie eine Anzeige zu einem Verlagsthema und Sie erhalten die gleiche Fläche für Ihren PR-Beitrag zur Verfügung. Dies zu einem PR-Anzeigen-Format-Preis.

- **Gestaltungsmuster:**

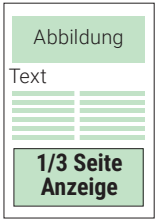
  - **2/1 Seite:**
    1/1 Seite Anzeige
    plus
    1/1 Seite Advertorial

    Grundpreis: 3.435,29
    Ortspreis: **2.920,00**



  - **1/1 Seite:**
    2/3 Seite Advertorial
    plus 1/3 Seite Anzeige

    Grundpreis: 1.747,06
    Ortspreis: **1.485,00**

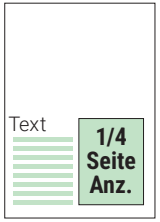


  - **1/1 Seite:**
    1/2 Seite Anzeige
    plus
    1/2 Seite Advertorial

    Grundpreis: 1.888,24
    Ortspreis: **1.605,00**

  - **1/2 Seite:**
    1/4 Seite Anzeige
    plus
    1/4 Seite Advertorial

    Grundpreis: 1.058,82
    Ortspreis: **900,00**



Beilagen

Papiermindestgewicht 100 g/qm (bei Einzelblatt)

Mindestformat 105 mm x 148 mm

Höchstformat 200 mm x 290 mm

Grundätzlich gilt, dass Beilagen an unbestimmter Stelle lose ins Heft eingelegt werden.

Beilagen können nur maschinell in das Heft eingefügt werden und müssen deshalb aus einem Teil bestehen oder durch Umschlag, Heftung oder Klebung so zusammengehalten werden, dass sie problemlos maschinell verarbeitet werden können. In der Beilage angeklebte Postkarten müssen parallel zum geschlossenen Bund der Beilage angeklebt sein. Beilagen werden mit der geschlossenen langen Seite parallel zum Rücken der Zeitschrift eingelegt.
Eine bestimmte Platzierung der Beilage kann nicht zugesagt werden. Zickzackgefalzte Beilagen können nicht verarbeitet werden.

Auftrags- und Rücktrittstermin Der jeweilige Anzeigenschluss gilt als Auftrags- und Rücktrittstermin.

Beilagen-Preise

Preis pro 1.000 Exemplare:

Gewicht pro Exemplar	Grundpreis	Ortspreis
bis 20 g	117,65	**100,00**
je weitere angefangene 5 g	4,94	**4,20**

Technische Daten für beigestellte Einhefter

Beihefter sind dem Heft beigeheftete Drucksachen. Diese werden verarbeitungsfertig vom Auftraggeber zur Verfügung gestellt.

Papiermindestgewicht 80 g/m² bei 4seitigen Einheftern

Rohbogenformat

vorderer Schenkel	215 mm x 315 mm
hinterer Schenkel	225 mm x 315 mm

inkl. 10 mm Greiffalz am hinteren Schenkel

Beschnittaufteilung

Kopfbeschnitt	5 mm (Höhe)
Nettoheftformat	297 mm
Fußbeschnitt 13 mm	
315 mm Höhe	

Anlage Am Kopf

Sonderformate auf Anfrage. Anlieferung erfolgt fertig gefalzt und unbeschnitten.

Technische Daten für Tip-On Produkte

Papiermindestgewicht	100 g/qm (bei Einzelblatt)
Mindestformat	80 mm x 105 mm (Breite x Höhe)
Höchstformat	148 mm x 210 mm (Breite x Höhe)
Stand	Abstand zum Seitenendformat mindestens 20 mm

Lieferanschrift für beigestellte Produkte

Dierichs Druck + Media
IHK Gießen Friedberg
Herr Blumenstein
Frankfurter Str. 168
34121 Kassel

Auf dem Lieferschein muss vermerkt sein:

Wirtschaftsmagazin IHK Gießen-Friedberg, Ausgabe-Nr. XX/Jahr
Gesamtzahl der Lieferung, Anzahl der Paletten, Absender mit Telefon-Nr.

Technische Daten

Heftformat
21,0 x 29,7 cm

Druckvorlagenerstellung
Benötigt werden Anzeigendruckvorlagen in digitaler Form, als .eps, .tif oder .pdf mit mindestens 300 dpi im CMYK- oder Graustufen-Modus. Die in den Anzeigen verwendeten Schriften/Bilder etc. müssen in Zeichenwege gewandelt oder in das Dokument eingebunden sein.
Bei Anzeigen mit Anschnitt je Außenseite 5 mm Beschnittzugabe anlegen. Bei Formaten über Bund müssen Daten für zwei Einzelseiten angeliefert werden. Werbewirksame Aussagen innerhalb von Anzeigen mindestens 5 mm Abstand zum Beschnitt.

Datenprofile

Umschlag	ISO - 39L	Profilname:	ISO Coated
Inhalt	ISO - 46L	Profilname:	PSO LWC Standard

Proofs
Um Fehler zu vermeiden, ist es bei der Übermittlung der digitalen Daten unbedingt erforderlich, dass folgende Unterlagen zur Kontrolle vorliegen: einen mit den digitalen Daten identischen farbverbindlichen Proof, erstellt mit Medienkeil (Simulation nach ISO-Profil; erhältlich unter www.eci.org).

Datenübertragung/-anlieferung
Druckreife Composite PDF-Dateien per
E-Mail: grafik@mdv-online.de

Papier

Umschlag	130 g/m² holzfrei weiß glänzend gestrichen Bilderdruck
Inhalt	65 g/m² aufgebessert LWC glänzend

Druck

Umschlag	4/4 Euroskala Bogenoffset
Inhalt	4/4-farbig Skala Rollenoffsetdruck mit Heatset-Trocknung

Druckreihenfolge
Schwarz, Cyan, Magenta, Yellow

Flächendeckung
max. 280 % Farbdeckung

Verarbeitung
Rückendrahtheftung

Allgemeine Geschäftsbedingungen (Blatt 1/5)

für Anzeigen und Prospektbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

1. »Anzeigenauftrag« im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen dem Auftraggeber und dem jeweiligen Verlag (siehe Ziffer 1 der Zusätzlichen Geschäftsbedingungen) 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 in gleicher Weise wie Anzeigen-Millimeter einbezogen.

6. Die Aufnahme von Anzeigen und Prospektbeilagen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift erfolgt dann, wenn der Auftraggeber erklärt hat, dass die Anzeige oder Prospektbeilage in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift erscheinen soll und dies vom Verlag schriftlich bestätigt worden 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. Der für die Kenntlichmachung erforderliche Raum ist Teil der Anzeige und geht in die zu bezahlende Abnahmemenge ein.

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, sachlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlags 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 dessen 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 Auftrags 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 Auftrags. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des

vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Alle Haftungsausschlüsse und Haftungsbeschränkungen bei Schadensersatzansprüchen gelten nicht bei Verletzung wesentlicher Vertragspflichten sowie im Falle von Vorsatz und grober Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgeltes beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb vier Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige schriftlich – bzw. soweit der Auftraggeber Verbraucher i.S.v. § 13 BGB ist, in Textform (§ 126b BGB) – geltend gemacht werden.

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. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und/oder 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 Betrags und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

14. Kosten für die Anfertigung bestellter Vorlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

15. Aus einer Auflagenminderung 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 oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis 50.000 Exemplaren 20 v. H 100.000 Exemplaren 15 v. H. 500.000 Exemplaren 10 v. H. bei einer Auflage über 500.000 Exemplaren 5 v. H. beträgt. 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.

16. Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Chiffreanzeigen 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 1000 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.

17. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrags.

18. Erfüllungsort ist Gießen. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand Gießen. Soweit Ansprüche des Verlags 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 Verlags vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

1. Werbeaufträge für die von den Firmen Mittelhessische Druck- und Verlagshaus GmbH & Co. KG, Taunus Verlag GmbH & Co. KG, Verlag Wetterau und Vogelsberg GmbH, Verlagsgesellschaft Vogelsberg GmbH & Co. KG, M D V Mönchhof Druck- und Verlagsgesellschaft mbH sowie GA Media GmbH & Co. KG herausgegebenen Produkte werden im Namen der Mittelhessische Druck- und Verlagshaus GmbH & Co. KG und für Rechnung des jeweiligen Verlags abgeschlossen. Werbeaufträge für die von den Firmen Verlags- und Werbestudio Busse GmbH, ZLP Zeitungsring Lokalpresse Bad Vilbel GmbH und Licher Wochenblatt GmbH herausgegebenen Produkte werden vom herausgebenden Verlag jeweils im eigenen Namen und für eigene Rechnung abgeschlossen, soweit nicht bei Abschluss des Vertrages erkennbar wird, dass entsprechende Verträge im Namen von Mittelhessische Druck- und Verlagshaus GmbH & Co. KG und für Rechnung des jeweils herausgebenden Verlags abgeschlossen werden. Abschlüsse, die Werbeaufträge sowohl in Tageszeitungen als auch in Anzeigenblättern der Mediengruppe zum Inhalt haben, werden jeweils im Namen der Mittelhessische Druck- und Verlagshaus GmbH & Co. KG und für Rechnung der die belegten Titel herausgebenden Verlage abgeschlossen.

2. Bei mündlich oder telefonisch aufgegebenen Anzeigen, Termin- und Ausgabenänderungen, Textkorrekturen und Abbestellungen sowie Druckvorlagenübertragung per digitalem Datentransfer übernimmt der Verlag für Übermittlungsfehler keine Haftung.

3. Sind in der Anzeigenpreisliste Titel oder sonstige Verlagsdruckschriften mit eigenen Preisen aufgeführt, so ist für jede Ausgabe oder Ausgabenkombination ein besonderer Anzeigenabschluss zu tätigen. Liegt ein Abschluss für die Gesamtausgabe vor, so wird bei Belegung von Bezirksausgaben der sich aus dem Gesamtausgabenabschluss ergebende Nachlass gewährt; die hierauf entfallenden Mengen zählen bei der Errechnung der Abnahmemenge (Gesamtausgabenabschluss) nicht mit. Beim Anzeigendoppel geht in die Berechnung der Jahres-mm-Summe nur die einfache mm-Anzahl der Anzeige ein, bzw. gilt ein Anzeigendoppel bei der Berechnung der Jahres- Anzeigenmenge als eine Anzeige. Die über die Score Media Group oder andere nationale Vermarkter geschalteten Anzeigen werden bei der Gewährung von Rabatten durch den Verlag nicht berücksichtigt. Das durch die Anzeigenstrecken erzielte Volumen wird nicht dem Abschlussvolumen für die Mengen- bzw. Malstaffel zugerechnet. Die errechneten Streckenpreise sind nicht weiter abschlussrabatt-, jedoch AE-provisionsfähig.

4. Der Werbungtreibende hat rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Auftrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Der Anspruch auf rückwirkenden Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb eines Monats nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.

5. 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. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrags verpflichtet sich der Inserent, 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.

Allgemeine Geschäftsbedingungen (Blatt 4/5)

für Anzeigen und Prospektbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

6. Ansprüche bei fehlerhaften Wiederholungsanzeigen sind dann ausgeschlossen, wenn der Werbungtreibende die Möglichkeit hatte, vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinzuweisen. Der Vergütungsanspruch des Verlags bleibt unberührt.

7. Aufträge für Empfehlungsanzeigen von Firmen des im jeweiligen Verbreitungsgebiet ansässigen Handels und Handwerks, worunter auch selbstständig werbende Filialbetriebe fallen, werden zum Lokalpreis berechnet. Verkaufsagenturen, Verkaufsstellen und Zweigniederlassungen von überregionalen Verkaufsorganisationen, deren Insertion zentral verwaltet wird, sind keine ortsansässigen Handelsfirmen im Sinne der Preisliste. Das Entscheidungsrecht darüber hat ausschließlich der Verlag. Auf den Lokalpreis kann keine Mittlervergütung gewährt werden.

8. Für Jahresabschlüsse ab 150.000 Millimeter und mehr sind Sondervereinbarungen möglich. Für Verlagsbeilagen, örtlich begrenzte Anzeigen und Sonderveröffentlichungen (Kollektive) können abweichende Preise vereinbart werden. Auch im Übrigen behält sich der Verlag die Gewährung von Rabatten vor.

9. Für die Belegung einer Kombination ist eine einheitliche Anzeigengröße Voraussetzung. Außerdem wird die Erscheinung in der gleichen Kalenderwoche zugrunde gelegt.

10. Bei blatthohen Anzeigen wird die volle Satzspiegelhöhe berechnet.

11. Etwaige Änderungen oder Stornierungen sind schriftlich – bzw. soweit der Auftraggeber Verbraucher i.S.v. § 13 BGB ist, in Textform (§ 126b BGB) – mit genauer Angabe des Textes oder der Ausgabe spätestens bis zum Anzeigenschluss, bei Beilagenaufträgen wenigstens sechs Tage vor dem Streutermin zu übermitteln. Bei Abbestellungen gehen gegebenenfalls bereits entstandene Herstellungs- oder Vorbereitungskosten zu Lasten des Auftraggebers.

12. Bei Insolvenzen und gerichtlichen Vergleichen entfällt jeglicher Nachlass. Im Falle einer Klage wird der auf die streitgegenständliche Forderung gewährte Nachlass wieder belastet.

13. Eine Provision wird nur an die vom Verlag anerkannten Werbemittler vergütet. Voraussetzung ist, dass der Auftrag unmittelbar vom Werbemittler erteilt wird und Texte bzw. Druckunterlagen auch von ihm geliefert werden. Die Werbemittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlervergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden. Für die Vermittlung von Aufträgen privater Auftraggeber wird eine Mittlervergütung nicht bezahlt.

14. Bei Änderungen der Preisliste oder der Geschäftsbedingungen kann für bereits angelaufene Abschlüsse eine Karenzzeit eingeräumt werden.

15. Der Verlag behält sich vor, die Veröffentlichung von Sammelanzeigen abzulehnen.

16. Kann infolge von Streikmaßnahmen innerhalb oder außerhalb des Verlags ein Anzeigenauftrag/ Beilagenauftrag nicht zu dem Termin ausgeführt werden, der mit dem Auftraggeber vereinbart war, so ist der Verlag berechtigt, den Auftrag in der nächsterreichbaren Ausgabe auszuführen. Der Auftraggeber kann aus der Verschiebung des Ausführungszeitpunkts keinerlei Mängel-/ Gewährleistungsansprüche herleiten. Ein Ausgleichsanspruch des Auftraggebers besteht nur insoweit, als die Anzeige zu dem tatsächlichen Erscheinungstermin weniger gekostet hätte als an dem vereinbarten Termin.

17. Bei Beilagenaufträgen können Gewährleistungsansprüche nicht allein daraus abgeleitet werden, dass in einzelnen Exemplaren der Druckschrift die Beilage (z.B. infolge technischer Probleme oder Trägerverschulden) fehlt oder mehrfach eingelegt ist. Gewährleistungsansprüche entstehen erst dann, wenn die Beilage in mindestens 10% der Auflage fehlt.

18. Der Auftraggeber ist zur unverzüglichen Überprüfung der ihm übersandten Rechnungen, Gutschriften, Bonusabrechnungen usw. verpflichtet. Reklamationen müssen innerhalb von vier Wochen nach Eingang der jeweiligen Schriftstücke schriftlich – bzw. soweit der Auftraggeber Verbraucher i.S.v. § 13 BGB ist, in Textform (§ 126b BGB) – geltend gemacht werden, ansonsten gelten sie als akzeptiert. Gegen Zahlungs-

ansprüche des Verlags kann der Werbungtreibende nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Gegenforderungen aufrechnen.

19. Für die Gewährung eines Konzernrabatts für Tochtergesellschaften ist der schriftliche Nachweis einer mehr als 50-prozentigen Kapitalbeteiligung erforderlich. Der Verlag gewährt Konzernrabatt nur bei privatwirtschaftlich organisierten Zusammenschlüssen. Dies gilt nicht für den Zusammenschluss verschiedener selbstständiger hoheitlicher Organisationen oder bei Zusammenschlüssen, bei denen Körperschaften des Öffentlichen Rechts beteiligt sind.

20. Für alle Anzeigenaufträge gelten die Allgemeinen und Zusätzlichen Geschäftsbedingungen. Die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen gehen im Zweifelsfalle den Allgemeinen Geschäftsbedingungen vor. Weichen Auftrag oder die ihm vom Auftraggeber zugrunde gelegten Bedingungen von den Allgemeinen oder Zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlags ab, so gelten die Bedingungen des Verlags, wenn nicht der Auftraggeber binnen sechs Tagen seit Auftragsbestätigung durch den Verlag schriftlich – bzw. soweit der Auftraggeber Verbraucher i.S.v. § 13 BGB ist, in Textform (§ 126b BGB) – widerspricht.

21. Der Auftraggeber erklärt sich damit einverstanden, dass die Anzeige auch in Onlinediensten erscheint.

22. Der Verlag ist weder verpflichtet noch bereit, an Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle teilzunehmen.

23. Der Auftraggeber erklärt sich mit der Übersendung elektronischer Rechnungen per E-Mail einverstanden.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen für die digitale Übermittlung von Druckunterlagen für Anzeigen

a) Digitale Druckunterlagen sind solche, welche per Datenträger (z.B. USB-Stick, Speicherkarte, CD-ROM), direkt oder indirekt per Fernübertragung (z.B. E-Mail, Upload, WeTransfer) an den Verlag papierlos übermittelt werden.

b) Unerwünschte Druckresultate (z.B. fehlende Schriften, falsche Rasterweite), die sich auf eine Abweichung des Kunden von den Empfehlungen des Verlags zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen zurückführen lassen (siehe „Digitale Anzeigenübermittlung" in dieser Preisliste), führen nicht zu Gewährleistungsansprüchen, insbesondere zu keinem Preisminderungsanspruch.

c) Für die Übertragung von digital übermittelten Druckvorlagen dürfen nur geschlossene Dateien mit inkludierten Schriften verwendet werden, also solche Dateien, an denen der Verlag inhaltlich keine Möglichkeit der Veränderung hat. Offene Dateien, z.B. Dateien, welche unter InDesign, Coral Draw, Adobe Illustrator usw. gespeichert wurden, können vom Verlag nicht weiterverarbeitet werden. Der Verlag kann bei offenen Dateien für die inhaltliche Richtigkeit nicht in Anspruch genommen werden.

d) Bei Übermittlung von mehreren zusammengehörenden Dateien hat der Kunde dafür Sorge zu tragen, dass diese Dateien innerhalb eines gemeinsamen Verzeichnisses (Ordner) gesendet bzw. gespeichert werden.

e) Digital übermittelte Druckvorlagen für Farbanzeigen können nur mit einem auf Papier gelieferten Farb-Proof zuverlässig verarbeitet werden. Ohne Farb-Proof sind Farbabweichungen unvermeidbar, der Kunde kann hieraus keinerlei Gewährleistungsrechte geltend machen, insbesondere keinen Preisminderungsanspruch.

f) Der Kunde hat vor einer digitalen Übermittlung von Druckunterlagen dafür Sorge zu tragen, dass die übermittelten Dateien frei von evtl. Computerviren sind. Entdeckt der Verlag auf einer ihm übermittelten Datei Computerviren, wird diese Datei sofort gelöscht, ohne dass der Kunde hieraus Ansprüche geltend machen könnte. Der Verlag behält sich zudem vor, den Kunden auf Schadenersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Kunden infiltrierte Computerviren dem Verlag Schäden entstehen.

GI
VB
FB
IHK
IHK Gießen-Friedberg
Die Unternehmer-Mitmachorganisation
www.giessen-friedberg.ihk.de