

huss HUSS-VERLAG GmbH · 80912 München

September 2010 **3**
Ausgabe

Die **PROFI** Werkstatt

Sonderbeilage für den Werkstattleiter



Werkstattstattporträts
Iveco-Betrieb, Spedition
Quoos, ein Vermieter
und Truck-Rennsport s. 5

Automechanika
Die Leitmesse in
Frankfurt/Main s. 20

Vor Ort
Reifenrunterneuerung bei
Reifen Ihle s. 26

Druckauflage
45.000

NEU:
4 Ausgaben
pro Jahr

2011

Mediadaten

Preisliste Nr. 4
gültig ab 1.1.2011

huss

HUSS-VERLAG GmbH
80912 München
Tel. +49(0)89/323 91-256
Fax +49(0)89/323 91-417
www.huss-verlag.de

1 Kurzcharakteristik:

Die Sonderausgabe *Die PROFi-Werkstatt* richtet sich an Leser, die in einer eigenen Werkstatt Instandhaltungs- und Wartungsarbeiten an Nutzfahrzeugen durchführen oder von freien Werkstätten durchführen lassen. Die Druckauflage von 45.000 Exemplaren wird den Titeln Transport, LOGISTRA und busplaner beigelegt. Damit gewährleistet *Die PROFi-Werkstatt* eine umfangreiche Marktdurchdringung bei Transporter-, Lkw- und Buswerkstätten in Deutschland.

Das breite Themenspektrum von A wie Abgasuntersuchung bis Z wie Zylinderkopfdichtung bietet ein ideales werbliches Umfeld für alle, die Zubehör, Verschleiß- und Anbauteile für Nutzfahrzeuge verkaufen sowie Ausrüster von Werkstätten oder Service-Dienstleister der Branche sind. Mit praxisnahen Fachreportagen und Berichten über Trends und Weiterentwicklungen der Nutzfahrzeugtechnik und Werkstatt-Ausrüstung liefert *Die PROFi-Werkstatt* dem Leser wichtige Informationen für anstehende Kaufentscheidungen und Abläufe in seinem Arbeitsbereich.

2 Erscheinungsweise: 4 x jährlich, liegt jeweils den Fachpublikationen Transport, LOGISTRA und busplaner bei

3 Jahrgang: 4. Jahrgang 2011

4 Web-Adresse (URL): –

5 Mitgliedschaften: unabhängig

6 Organ: –

7 Herausgeber: Christoph Huss

8 Verlag: HUSS-VERLAG GmbH

Postanschrift: 80912 München

Hausanschrift: Joseph-Dollinger-Bogen 5
80807 München

Telefon: +49(0)89/323 91-0

Telefax: +49(0)89/323 91-417

Internet: www.huss-verlag.de

E-Mail: anzeigen@profi-werkstatt.net

9 Redaktion: Thomas Pietsch (verantwortlich)
Stefan Werth

10 Anzeigen: Frank Hochhäusler (verantwortlich)
Telefon: +49(0)89/323 91-256
E-Mail: frank.hochhaeusler@huss-verlag.de

11 Vertrieb: Silvio Mende
Telefon: +49(0)89/323 91-313
E-Mail: silvio.mende@huss-verlag.de

12 Bezugspreis: € 3,20 (inkl. MwSt.)

13 ISSN: –

14 Umfangs-Analyse: 2010 = 3 Ausgaben

Format der Zeitschrift: 200 x 282 mm

Gesamtumfang: 108 Seiten = 100,0 %

Redaktioneller Teil: 76 Seiten = 70,5 %

Anzeigenteil: 32 Seiten = 29,5 %

davon:

Gelegenheitsanzeigen: –

Einhefter/Durchhefter: –

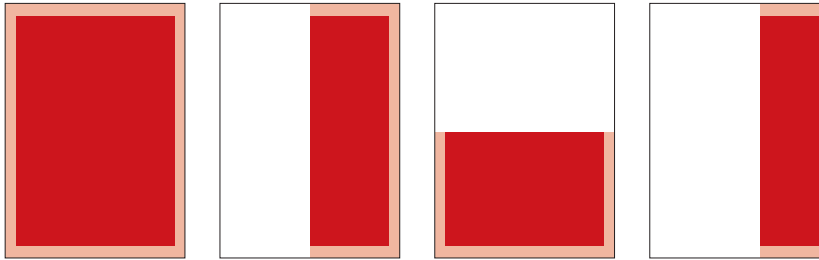
Verlageigene Anzeigen: 5,5 Seiten = 17,2 %

15 Inhalts-Analyse des Redaktionsteils: 2010 = 76 Seiten

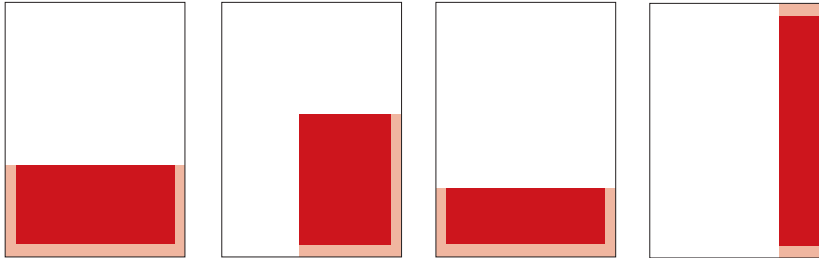
15a Themen	Seiten	%
Werkstattreportagen	34	44,7
Werkstattausrüstung	12	15,8
Verschleiß- und Ersatzteile	12	15,8
Reinigung (Fahrzeug/Werkstatt)	4,5	5,9
Werkstattmanagement	6	7,9
Sonstiges (Titel, Inhalt, Editorial, Impressum, Vorschau)	7,5	9,9
Gesamt	76	100,0

Ausgabe	Erscheinung	Anzeigen- schluss	redaktionelle Schwerpunkte	Messen	ständige Themen
1	März	4.3.	<ul style="list-style-type: none"> • Reinigen und Pflegen • Filter • Hebeanlagen und Gruben • Fahrzeugdiagnose und Prüfstände <p>Vorschau Amitec, Leipzig</p>	<p>Amitec, Leipzig, 9.-13.4. Nufam, Karlsruhe, 14.-17.4 Transport Logistic, München, 10.-13.5.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Werkstattporträts • Werkstattausrüstung • Verschleiß- und Ersatzteile
2	Juni	3.6.	<ul style="list-style-type: none"> • Entsorgung • Werkstattsoftware • Klimageservice • Lackiertechnik • Öl- und Schmierstoffe <p>Nachbericht Autopromotec, Bologna</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Werkstattporträts • Werkstattausrüstung • Verschleiß- und Ersatzteile
3	September	26.8.	<ul style="list-style-type: none"> • Waschanlagen • Beleuchtung • Reifen und Räder • Motor- und Getriebetechnik • Fahrzeugdiagnose und Prüfstände 	<p>Carat Leistungsmesse, Kassel, 7.-9.10.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Werkstattporträts • Werkstattausrüstung • Verschleiß- und Ersatzteile
4	November	6.10.	<ul style="list-style-type: none"> • Hebeanlagen und Gruben • Achsen und Bremsen • Fortbildung • Werkstatt Neu- und Ausbau 		<ul style="list-style-type: none"> • Werkstattporträts • Werkstattausrüstung • Verschleiß- und Ersatzteile

- 1 **Auflage:**
Druckauflage: 45.000 Exemplare
Tatsächlich verbreitete Auflage
im Jahresdurchschnitt: 41.389 Exemplare
- 2 **Zeitschriftenformat:** 200 x 282 mm; Satzspiegel: 176 x 242 mm
Der Seitenaufbau erfolgt im Format 210 x 297 mm und
wird anschließend in der Druckvorstufe auf das Endformat
200 x 282 mm verkleinert.
- 3 **Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:**
Inhalt: Rollenoffset (Euroskala), Umschlag: Bogenoffset (Euroskala)
Klammerheftung
Druckunterlagen bitte ausschließlich digital.
Bitte liefern Sie Ihre Druckunterlage als PDF-Datei (maximal pdf 1.4).
Wir empfehlen die internationale Norm PDF/X-1a.
Eine verbindliche Farbwiedergabe im Druck ist nur mit einem Proof
mit Ugra/Fogra-Medienkeil gewährleistet.
- 4 **Termine:**
Erscheinungsweise: 4 x jährlich
Erscheinungstermine: Nr. 1: März Nr. 3: September
Nr. 2: Juni Nr. 4: November
Anzeigenschluss: 3 Wochen vor Erscheinen
Druckunterlagen: wie Anzeigenschluss
- 5 **Verlag:** HUSS-VERLAG GmbH
Hausanschrift: Joseph-Dollinger-Bogen 5, 80807 München
Postanschrift: 80912 München
Internet: –
Anzeigenabteilung: Frank Hochhäusler (verantwortlich)
Telefon: +49(0)89/323 91-256, Fax -417
E-Mail: frank.hochhaeusler@huss-verlag.de
- 6 **Zahlungsbedingungen:** Bei sofortiger Zahlung nach Erhalt der
Rechnung 2% Skonto oder nach 14 Tagen netto Kasse.
Bankverbindungen:
Deutsche Bank, München, Konto-Nr. 0 213 132 (BLZ 700 700 10)
SWIFT Code: DEUTDEMM / IBAN: DE 45700700100021313200
- 7 **Anzeigenformate und Preise:** siehe unten
- 8 **Zuschläge**
- 8.1 **Farbzuschlag:** (nicht rabattierbar)
Je Sonderfarbe (HKS, Pantone) € 2.000,-
- 8.2 **Vorzugsplatzierungen:**
Titelbild (4c) € 7.880,-
4. Umschlagseite (4c) € 7.380,-
2. und 3. Umschlagseite (4c) jeweils € 7.180,-
5% Zuschlag bei bindenden Platzierungswünschen
- 8.3 **Formatzuschläge:** (nicht rabattierbar)
Anschnitt: € 550,-
Bunddurchdruck: € 550,-
Stornierung nach Anzeigenschluss: 50 % vom Gesamtpreis
- 9 **Rubrikanzeigen:** –
- 10 **Sonderwerbformen:** auf Anfrage
- 11 **Rabatte:** 5% bei zwei Einschaltungen
10% bei drei Einschaltungen
15% bei vier Einschaltungen
- 12 **Kombinationen:** –
- 13 **Einhefter:** auf Anfrage
- 14 **Beilagen:** –
- 15 **Aufgeklebte Werbemittel:** auf Anfrage
- 16 **Lieferanschrift für Positionen 13 bis 15:**
Dierichs Druck + Media GmbH & Co. KG
Frankfurter Straße 168
34121 Kassel
Telefon: +49(0)561/602 80 151
Liefervermerk: Für *Die PROFI-Werkstatt*-Ausgabe Nr. xx/2011
Liefertermin: 1 Woche nach Anzeigenschluss



	1/1 Seite	1/2 Seite hoch	1/2 Seite quer	1/3 Seite hoch
im Satzspiegel	185 x 270 mm	90 x 270 mm	185 x 128 mm	58 x 270 mm
im Anschnitt*	210 x 297 mm	103 x 297 mm	210 x 144 mm	71 x 297 mm
4c-Preis**	€ 6.880,-	€ 3.680,-	€ 3.680,-	€ 2.980,-



	1/3 Seite quer	1/4 Seite norm	1/4 Seite quer	1/4 Seite hoch
im Satzspiegel	185 x 85 mm	90 x 128 mm	185 x 62 mm	43 x 270 mm
im Anschnitt*	210 x 98 mm	103 x 141 mm	210 x 75 mm	56 x 297 mm
4c-Preis	€ 2.980,-	€ 2.480,-	€ 2.480,-	€ 2.480,-

Formate immer
Breite x Höhe

* zzgl. 3 mm Beschnitt
an allen Heftaußenkanten

** im Anschnitt zzgl.
€ 550,- Anschnittkosten

Alle Preise zzgl. MwSt.

Anmerkung:
Der Seitenaufbau erfolgt
im Format 210 x 297 mm
und wird anschließend in
der Druckvorstufe auf das
Endformat 200 x 282 mm
verkleinert.

Diesen Fachpublikationen wird **Die PROFI-Werkstatt** beigelegt:



LOGISTRA-Fuhrpark richtet sich an Fuhrparkleiter und Flottenmanager in Industrie- und Handelsunternehmen mit eigenem Nutzfahrzeug-Fuhrpark (Lkw und/oder Transporter), die Gütertransporte im Rahmen des Werk- und Verteilerverkehrs durchführen.

TvA: 14.285 (IVW III/2010)



busplaner zählt zu den führenden Fachzeitschriften in der Omnibusbranche und liefert Ideen und Informationen in den Bereichen Reiseplanung, Gruppenreisen, Technik, Verkehr und Fuhrpark sowie Unternehmens- und Verbandspolitik.

busplaner erhalten Busunternehmen und Reiseveranstalter im deutschsprachigen Raum (D, A, CH).

TvA: 7.375 (IVW III/2010)



Die Fachzeitung **Transport** richtet sich alle zwei Wochen konsequent an Transportunternehmer und Spediteure, die im Auftrag von Handel, Industrie oder Logistikdienstleistern Transporte mit eigenen Fahrzeugen durchführen.

TvA: 22.241 (IVW III/2010)

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen, Fremdbeilagen und Online-Werbung

- 1. „Anzeigenauftrag“** im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung von Anzeigen und Fremdbeilagen in einer Druckschrift sowie über die Online-Werbung. Ein Abschluss erfolgt unter Beachtung der gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte.
- 2. Anzeigen und Fremdbeilagen** sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss **abzurufen**. 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 zu den vertraglich vereinbarten Konditionen bzw. nach Preisliste abzurufen.
- 4. Homepages, Dokumenten, auf die von der Online-Werbung** verlinkt werden soll, **auffecht zu erhalten**. Vorbehaltlich entgegenstehender Individualvereinbarungen sind die vom Bannernsystem des Verlags genutzten Werte bei den Visits und Page Impressions maßgeblich.
- 5. Wird ein Auftrag**, insbesondere ein Serienauftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeachtet 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 höhere Gewalt im Risikobereich des Verlags besteht.
- 6. Sofern** von bereits gebuchten Anzeigen bis zu 30 Tage vor dem jeweiligen Anzeigenschluss in schriftlicher Form möglich. Danach fallen Stornogebühren in Höhe von 50 % des Anzeigenauftrittes an. Kündigungen und Rückritte, die nach dem Anzeigenschluss eingehen, werden frühestens für die übernächste Ausgabe wirksam.
- 6. Bei der Errechnung** der Abnahmemengen werden Text/Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
- 7. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen**, die ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift und im Internet **platziert** 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. Ansonsten wird für Anzeigen in bestimmten Nummern, Ausgaben oder Plätzen keine Gewähr übernommen. Rubrierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
- 8. 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“ oder „Promotion“ kenntlich gemacht.
- 9. Der Verlag** behält sich vor, **Anzeigen** – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und **Beilagen** sowie Onlinewerbung wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des **Verlags abzulehnen**, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder berufliche oder sonstigen verstoßen würde. Für erwerbsförderliche Anzeigen und Online-Werbung Dritten oder für Dritte anzugehen – sog. **Verbindungswerbung**). Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Anwesenheiten oder Vertretern ausgeben werden. Befragungen/Aufträge sind für den Verlag erst dann vorlage eines Modells 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. Akzeptiert der Verlag ausdrücklich eine Verbindungswerbung, ist er zur Erhebung eines Verbundauftrages berechtigt.
- 10. Für die rechtzeitig** und einwandfreie Lieferung des Anzeigentextes in Druckerunterlagen, Beilagen sowie in der Online-Werbung ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erwerbsförderliche Anzeigen und Online-Werbung Dritten oder für Dritte anzugehen – sog. **Verbindungswerbung**. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Anwesenheiten oder Vertretern ausgeben werden. Befragungen/Aufträge sind für den Verlag erst dann vorlage eines Modells 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. Akzeptiert der Verlag ausdrücklich eine Verbindungswerbung, ist er zur Erhebung eines Verbundauftrages berechtigt.
- 11. Der Auftraggeber** hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige **zwei** rechtzeitig Lieferungen einwandfreier **Druckerunterlagen** und rechtzeitig Reklamation Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine Ersatzanleihe, 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 Ersatzanleihe erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige ist die Rückgängigmachung ausgeschlossen.
- 12.a) Zur Haftung**, gleich aus welchem Rechtsgrund einschließlich unerlaubter Handlungen, ist der Verlag nur verpflichtet, soweit Schäden (1) durch schuldhafte Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht (Kardinalpflicht) durch den Verlag in eine das Erreichen des Vertragszwecks gefährdenden Weise verursacht werden oder (2) auf grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz von dem Verlag zurückzuführen sind.
b) Haftung der Verlag vom Ziffer a) (1) für die Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht, ohne dass ihm grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz zur Last fallen, ist die Haftung von dem Vertrag auf die vereinbarten Anzeigenpreise beschränkt.
c) Haftung der Verlag vom Ziffer a) (1) oder (2) für grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz von Mitarbeitern, die nicht Organe oder leitende Angestellte des Verlags sind, ist die Haftung des Verlags über die vereinbarten Anzeigenpreise begrenzt.
d) Für mittelbare Schäden, Mangelfeschäden oder entgangenen Gewinn haftet der Verlag nicht, sofern diese nicht auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit des Organs oder leitenden Angestellten des Verlags zurückzuführen sind.
e) Jede Haftung von dem Verlag ist auf solche typischen Schäden beschränkt, mit denen Eintritt der Verlag nach den ihm bei Vertragsabschluss bekannten Umständen vernünftigerweise rechnen konnte.
f) Die ausschließliche Begrenzung von Ansprüchen gem. den vorstehenden Ziffern a) bis e) schließt Ansprüche gegen Mitarbeiter und Beauftragte des Verlags ein. Fälle **höherer Gewalt** wie z.B. Krieg, Unruhen, Beschneidung, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung oder Betriebsstörungen entbinden den Verlag von der Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadensersatz.
g) Die **Gewährleistung für Online-Werbung** ist auf solche Fehler in der Wiedergabe beschränkt, die im Risikobereich und der Einflussphäre des Verlags begründet sind. Sie ist ausgeschlossen für unwesentliche Fehler, z.B. wenn der Fehler den Zweck der Online-Werbung nicht wesentlich beeinträchtigt. Dem Auftraggeber ist bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jederzeit eine absolut fehlerfreie Online-Werbung zu ermöglichen. Fällt der Server des Verlags mehr als 10 % der gebuchten Zeit und länger als 24 Stunden innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der Schaltung aus, hat der Auftraggeber Anspruch auf Nachlieferung der ausgelassenen Mediasteile. Weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen.
- 13. Der Verlag** gewährleistet die drucktechnisch zeitbedingte Beständigkeit der Anzeige. **Reklamationen** offensichtlicher Mängel muss der Auftraggeber innerhalb von 4 Wochen nach Veröffentlichung schriftlich erheben. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn schriftlich geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf Vorsatz beruhen.
- 14. Der Verlag** übernimmt keine Haftung für Fehler aus telefonischen oder fernschriftlichen Übermittlungen jeder Art. Eine Haftung wird auch nicht übernommen, wenn sich Mängel an der Vorlage erst nach dem Druck zeigen. Der Werbungtröbe hat dann bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Die eventuell entstehenden Mehrkosten z.B. zur Nachbesetzung der Druckerunterlagen oder für Maschinensillstand müssen weiterberechnet werden.
- 15. 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. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht innerhalb der gesetzten Frist zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
Sind keine besonderen **Größenwörter** gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
- 16. Die Rechnung** ist innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsgang zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere **Zahlungsrfrist** oder Verzugsahung vereinbart ist.
- 18. Bei Zahlungsverzug** oder Stundung werden die gesetzlichen Zinsen, im kaufmännischen Geschäftsverkehr in Höhe von 8 % über dem Basiszinssatz der Europäischen Zentralbank ab Fälligkeit des Rechnungsbetrags, sowie Mahnkosten in Höhe von EUR 7,50 pro Mahnung berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Verzugsabholung verlangen. Bei ungenügend begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen oder die Rückzahlung ursprünglich vereinbarten Zahlungswegs von der Verzugsahung des Betrages und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

- 19. 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.
 - 20. Kosten** für die Anfertigung bestellter Druckstücke, Filme, Lithos, Matern, Zeichnungen etc. sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen unsmäßig vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
 - 21. Aus einer Auflage**genommen kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisreimderung hergeleitet werden, wenn die in der Preisliste garantierte verkaufte Auflage im Gesamtdurchschnitt des vergangenen Inszenierungsjahres i. d.W-Meldungen um 30 % unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisreimderungen und Schadenersatzansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage **vor** dem geschätzten Zeitpunkt dieser Vor Erscheinen der Anzeige vom Auftraggeber zurücktreten konnte. Änderungen des Heftumfangs behält sich der Verlag vor, ohne dass hieraus der Auftraggeber Ansprüche herleiten kann.
 - 22. Bei Ziffernanzeigen** verhandelt der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Er übernimmt darüber hinaus keine Haftung. 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.
Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftragnehmers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlich Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.
 - 23. Druckerunterlagen** werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur **Aufbewahrung** endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
 - 24. Erfüllungsort und Gerichtsstand** ist der Sitz des Verlags, soweit hierüber eine Vereinbarung gesetzlich zulässig ist. Auf den Vertrag findet **deutsches Recht** Anwendung.
- Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlags**
- a) Die allgemeinen und unsere zusätzlichen Geschäftsbedingungen, die Auftragsbestätigung und die jeweils gültige **Preisliste** sind für jeden Auftrag maßgebend. Der erteilte Auftragsauftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich. Abweichende Geschäftsbedingungen werden erst gültig durch schriftliche Bestätigung des Verlags.
 - b) Bei **Änderungen der Anzeigenpreise** treten die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge – sofern keine anderslautende schriftliche Vereinbarung getroffen wurde – mit dem Ende des neuen Tarifs in Kraft. Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen in Verlagsbeilagen, Sonderveröffentlichungen und Kollektiven sowie die Online-Werbung Sonderpreise festzusetzen.
 - Anzeigenschlusterme** sind für den Verlag unverbindlich. Eine Anpassung an den Produktionsverlauf ist möglich.
 - c) Die **Werbungsmittel** und **Werbeagenturen** sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstrebenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
 - d) Bei Auftraggebern/Werbeagenturen, die zum ersten Mal im Verlag in Geschäftsvorgängen treten, kann voran aus dem Anzeigenschlussvertrag verlangt werden.
 - e) Bei Druckvorlagen, die zusätzliche Satz-, Film-, Lithokosten etc. verursachen, werden diese in Rechnung gestellt. Sind etwaige Mängel bei den Druckerunterlagen und Beilichtungsdateien nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Gewährleistungsansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist. Bei Überschreitung der im Terminplan festgelegten Daten für die Übersendung der Druckerunterlagen kann keine Gewähr für eine einwandfreie Druckwiedergabe übernommen werden.
 - f) Der Auftraggeber trägt allein die **Verantwortung für den Inhalt** und die rechtliche Zulässigkeit des Anzeigentextes/Bildmotivs und der Online-Werbung. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter frei, die in diesem Zusammenhang etwa geltend gemacht werden (inklusive der Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung), auch wenn der Auftrag Stornieren sein sollte. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Durch Erstellung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Inserent, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegenanstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigen tariffs. Erscheinen nicht rechtzeitig sizierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keine Ansprüche gegen den Verlag zu.
 - g) Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art (inkl. Internet) erforderlichen unberrechrlichten Nutzungs- und sonstigen Rechte, insbesondere zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich, inhaltlich und örtlich unbegrenzt in dem für die Durchführung der Aufträge notwendigen Umfang.
 - h) Anzeigenaufträge können nach **Anzeigenschluss** grundsätzlich nur aus wichtigem Grund gekündigt werden. Die **Kündigung** muss schriftlich erfolgen. Telefax und E-Mail genügen.
i) Sind etwaige Mängel an gelieferten Drucksachen, wie Behälter, Bekleber etc. nicht sofort, sondern erst bei der Verarbeitung erkennbar, so hat der Werbungtreibende darüber entstehende Mehrkosten oder Verluste bei der Herstellung zu tragen.
j) Gefahrübergang ist mit Eingang der Unterlagen beim Verlag oder der Online-Werbeform auf einem der Server des Verlags.
- Zusätzliche Geschäftsbedingungen für die digitale Übermittlung von Druckerunterlagen für Anzeigen**
- a) **Digitale Druckerunterlagen** sind solche, welche per Datenträger (z. B. Disketten, Cartridges, CD-ROMs), direkt oder indirekt per Fernübertragung (z. B. ISDN, E-Mail, FTP) an den Verlag papierlos übermittelt werden.
 - b) Unwesentliche Druckresoluted (z.B. durch fehlende Schriften, geringe Bildqualität etc.), die sich auf eine Abweichung des Auftraggebers von den Empfehlungen des Verlags zur Erstellung von Druckerunterlagen zurückführen lassen, führen zu keinem Anspruch auf Preisreimderung oder Schadensersatz.
 - c) Bei digitaler Übermittlung von mehreren zusammengehörenden Dateien hat der Auftraggeber dafür Sorge zu tragen, dass diese Dateien innerhalb eines gemeinsamen Verzeichnisses (Ordner) gespeichert werden. Für die Übertragung von digital übermittelten Druckerunterlagen dürfen nur geschlossene Dateien verwendet werden, also solche Dateien, an denen der Verlag inhaltlich keine Möglichkeit der Veränderung hat. Offene Dateien (z.B. Dateien, die von InDesign, QuarkXPress, Corel Draw, Freehand usw. gespeichert wurden) können der Verlag ablehnen. Der Verlag kann bei offenen Dateien für die inhaltliche Richtigkeit nicht in Anspruch genommen werden.
Online-Werbung darf nur in geeigneten Datendateiformaten geliefert werden. Die Vorgaben des Verlags sind zu beachten.
 - d) Digital übermittelte Druckerunterlagen für **Farbanzeigen** können nur mit einem auf Papier gelieferten Farb-Proof zuverlässig verarbeitet werden. Digital erstellte Prüfdrucke müssen zur Kontrolle der Farbverbindlichkeit den FOGRA/UGRA-Medienline in der aktuellen Version enthalten. Andrucke müssen einen offiziellen Druckverhaltensauftrag des Auftraggebers mit dem Auftraggeber und dem Auftraggeber als Auftraggeber für Preisreimderungen oder Schadensersatz auslösen können. In jedem Fall ist ein Ausdruck per Fax an den Verlag zu senden, um die sachliche Richtigkeit überprüfen zu können. Ein Korrekturfax muss vom Auftraggeber ausdrücklich angefordert werden. Nur bei richtiger Farbpanpassung ist eine farblich richtige Umsetzung in üblichen Toleranzen gewährleistet.
 - e) Werden digital übermittelte Druckerunterlagen per Datenträger an den Verlag übermittelt, werden diese nur auf besonderen Wunsch an den Auftraggeber gegen eine pauschale Versandgebühr von EUR 2,50 zurückgeschickt.
 - f) Der Auftraggeber hat vor einer digitaler Übermittlung von Druckerunterlagen dafür Sorge zu tragen, dass die übermittelten Dateien frei von evtl. **Computerviren**, Würmern und sonstige Schadensquellen sind. Entdeckt der Verlag auf einer ihm übermittelten Datei Computerviren, wird diese Datei sofort gelöscht, ohne dass der Auftraggeber Haftung aus dem Vorfall zu erwarten hat. Der Werbetrobe behält sich zudem vor, den Auftraggeber auf Schadenersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Auftraggeber infizierte Computerdaten dem Verlag Schäden entstanden sind.
 - g) Der Verlag ist nicht verpflichtet, die Druckerunterlagen auf Vollständigkeit und Richtigkeit zu überprüfen. Der Verlag haftet nicht für Übertragungsfehler.

Fach-Publikationen

der HUSS-Verlagsgruppe Berlin · München

huss



15.500



60.000



60.000



43.500



15.000



11.000



15.000



21.000



8.000



12.000



10.000



12.000



38.000



7.000



8.000



45.000



36.000



15.000



18.000



22.000



5.000

Berlin:

HUSS-MEDIEN GmbH
Am Friedrichshain 22
10407 Berlin
Telefon 030/42151-0
Telefax 030/42151-273
www.hussberlin.de

München:

HUSS-VERLAG GmbH
Joseph-Dollinger-Bogen 5
80807 München
Telefon 089/32391-0
Telefax 089/32391-416
www.huss-verlag.de

Zahlen = Druckauflage

Bestellen Sie noch heute Ihr Probexemplar und die aktuellen Mediadaten!