

Das **AutoGas** Journal

für den Alternativkraftstoff Nr.1

Das AutoGas Journal
Die Zeitschrift für den Alternativkraftstoff Nr.1
Mediadaten 2012



Riesenauswahl bei Neufahrzeugen:
Marke von 125 OEM-Modellen geknackt

Die Automechanika in Frankfurt:
Nussbaum, Prins und Co. mit neuem Equipment

Testdebüt des Seat Leon BIFuel: Vollblut-Spanier in deutscher Qualität

Autogas auf der Überholspur: Ford feiert Siege in der britischen Tourenwagenmeisterschaft

Tanken zum Niedrigstpreis: An Celio-Discount-Tankstellen im Ruhrgebiet möglich

Sprint Charm und Eleganz
neuem Zweizylinder-Turbotriebwerk:
er neue CO₂-Weltmeister
mit 500 TwinAir

Der Marder in den Schlauch beißt:
Fahren für die Autobesitzer

Wellwuschgeschenke für Autogasfahrer: Vom Düpster bis hin zum Fahrtraining

Weniger auf dem Gaszähler: C-K 75 Gasantrieb

Made in Germany: Die neue Autogasanlage **TWINRED** vom Abgasspezialisten **TWINTEC**

Autogas mit Direkteinspritzer: Gewinnen sich das VSI-CI-System von Prins im Alltag?

Prins Auto Salon
Geinspritzer
im Vormarsch

Verkehrsbundesamt: Wirtschaftskrise steigert Verkauf von Autogasfahrzeugen um 170.000

Die Chance: Qualitativ hochwertige Umgestaltungen zum Fahrzeugpreis

Die Schweiz macht Flächendeckende: voll bis 2011 ent



Deutschlands Zeitschrift für den Alternativkraftstoff Nr. 1

Das AutoGas Journal ist die einzige deutsche Endverbraucher- und Publikumszeitschrift für den aufstrebenden neuen Kraftstoff Autogas. Die Zeitschrift informiert über Neuheiten, aktuelle Trends und bereitet viele Service-Themen auf. Käufer: Autogas-Fahrer und alle, die kostenbewusst und umweltschonend mobil sein wollen.

Inhalt

Kurzcharakteristik	1
Anzeigenpreise	2
Anzeigenformate	3/4
Anzeigengrößen	3
Einhefter/Beilagen	5
Technische Angaben	5
Datenanlieferung	6
Termin-/Themenplan	7
Platzierung	8
Messen/Events	8
Insertion/Firmen	10
Banner/Internet	11
AGB	12/13

Deutschlands Zeitschrift für den Alternativkraftstoff Nr. 1

Verlag:

Dr. Martin Steffan Media,
Markgrafenstraße 3-5, 33602 Bielefeld,
Postfach 10 09 33, 33509 Bielefeld,
Tel. +49 (0) 5 21 52 51-310,
Fax +49 (0) 5 21 52 51-311

Herausgeber und Chefredakteur:

Dr. Martin Steffan (V.i.S.d.P.)

Redaktion:

Tel. +49 (0) 5 21 52 51-310,
Fax +49 (0) 5 21 52 51-311,
redaktion@autogas-journal.de

Marketing/Anzeigenleitung:

Sabine Meier, Tel. +49 (0) 5 21 52 51-310,
Fax +49 (0) 5 21 52 51-311,
anzeigen@autogas-journal.de

Anzeigenvertretung Ost:

ceto Verlag GmbH, Ricky Pasch c/o ceto,
Industriestraße 85-95, 04229 Leipzig,
Tel. +49 (0) 3 41 49 24 01-0
Fax +49 (0) 3 41 9 24 01-2

Druck:

Hellendoorn, Druckerei und Verlag
Stettiner Straße 1
48455 Bad Bentheim
Tel. +49 (0) 59 22 98 87-38
Fax +49 (0) 59 22 98 87-30

Vertrieb:

UMS Press Ltd, Am Waldessaum 4A,
51545 Waldbröl

Abonnenten-Betreuung:

Anke Joël, Tel. +49 (0) 5 21 52 51-310,
Fax +49 (0) 5 21 52 51-311,
leserservice@autogas-journal.de

Bezugspreis:

Einzelheftverkauf im Inland EURO 3,90. Jahresabonnement Inland EURO 21,00 (inkl. MwSt. und Versandkosten), Ausland EURO 40,00/65,00 CHF (inkl. Versandkosten). Bei Nichterscheinen infolge höherer Gewalt kein Ersatzanspruch.

Bankverbindung:

Deutsche Bank Bielefeld,
Kto.-Nr. 084702000
BLZ 480 700 24

Gültige Anzeigenpreisliste:

Stand vom 01.01.2012

Erscheinungsweise:

Seit Februar 2008 zweimonatlich, jeweils zur Monatsmitte

www.autogas-journal.de

01. Januar 2012

Kurzcharakteristik/Analyse

Das AutoGas Journal ist die einzige deutsche Endverbraucher- und Publikumszeitschrift für den Kraftstoff Autogas. Sie erscheint im 5. Jahrgang und informiert insbesondere Autogasfahrer und Interessierte, aber auch Gas-Anlagen-Umrüstm Betriebe, Gas-Anlagen-Importeure, Verbände, Behörden, Autohersteller und -importeure, zudem die technischen Forschungseinrichtungen und Universitäten über alle relevanten Themen zum führenden deutschen und europäischen Alternativkraftstoff.

Inhalte

Das AutoGas Journal bietet ein breites Spektrum zu allen Themen rund um den Alternativkraftstoff. Von informativen Kurzmeldungen (Rubrik „kurz & aktuell“), über ein Titelthema, dass teilweise in mehreren Artikeln behandelt wird, bis hin zu aktuellen Features (Rubrik „Magazin“), Forschungsthemen und technischen Aspekten (Rubrik „Forschung & Technik“) bis hin zu einem Spezial über ein Randthema reicht die Palette der facts & figures. Abgerundet wird das Heft immer durch einen Beitrag über

einen weiteren alternativen Kraftstoff und einen Service-Teil mit Telefonsprechstunde, der „aktuellen Tankstelle“, vielen Grundinformationen für Autogas-Neulinge und dem Firmenverzeichnis.

Distribution

Der Vertrieb für den Handel erfolgt über die

UMS Press Ltd, Am Waldessaum 4A, 51545 Waldbröl	
Druckauflage	18.000 Exemplare
Tatsächlich verbreitete Auflage	17.468 Exemplare
Davon im Handel:	12.312 Exemplare
Abonnements	3.156 Exemplare
Freihefte, Messen etc.	2.000 Exemplare
Erscheinungsweise:	6 x jährlich
Umfang:	52 - 64 Seiten

Leserschaft

Die Leserschaft besteht im Wesentlichen aus Autogasfahrern in Deutschland. Außerdem lesen Kfz-Meister und -mitarbeiter, Führungskräfte in Autohäusern, Beschäftigte

bei den Gasanlagenimporteuren, in den Kfz-Schulungseinrichtungen, Verbänden, bei den Automobil-Herstellern und -importeuren, Prüforganismen, Behörden, Bundes-/Landesämtern und ministerien das Heft; zudem viele Interessierte, die an eine Umrüstung denken.

Verbreitung

(an tatsächlich verbreiteten Exemplaren)

Inland:	17.049 Exemplare
Ausland: A, CH, I, NL	419 Exemplare

Wieso im Autogas Journal inserieren?

Das AutoGas Journal bietet neben einem breiten Spektrum an Themen, dass den Autogasfahrer anspricht, das ideale Forum, um alle Dienstleistungen und Produkte zielgerichtet und ohne Streuverluste dem Endverbraucher zu präsentieren (B to C).

Mit einer Anzeige werden zudem Entscheider und Verantwortliche in den equipmentproduzierenden Unternehmen erreicht (B to B).

Anzeigenpreise & -formate

Formate werden grundsätzlich in Breite x Höhe und Maße in mm angegeben. Anzeigen in 4c & 3c sind preisentisch. Angeschrittene Anzeigen oder solche, die über den Bund verlaufen (plus), werden mit einem Aufschlag von 15 % des Grundpreises berechnet (vgl. Preisliste).

Für abweichende Formate (Extra-Formate) wird ein Aufschlag von 20 % berechnet.

Alle Preise gelten zuzüglich der gesetzlich gültigen Umsatzsteuer. Der Umsatzschlag (U 4) ist ausschließlich im Format 1/1 Seite plus buchbar. Nachfolgende Aufschläge bitten wir zu berücksichtigen:

2. Umschlagseite: 15 %
3. Umschlagseite: 10 %
4. Umschlagseite: 15 %

Eintragung in das Firmenverzeichnis (inkl. Online-Version/ab 2009)

Normaleintrag für 6 Ausgaben:	€ 178,-
Premieeintrag für 6 Ausgaben:	€ 250,-

Stellenmarkt

Spaltenbreite 90 mm, sw	€ 8,22
50% Rabatt bei privaten Stellengesuchen	
Chiffre-Gebühr einschl. Offerten-Porto	€ 7,50

Nachlässe bei Abnahme innerhalb eines Jahres

Malstaffel	Rabatte	Mengenstaffel
bei 3 Anzeigen	5%	2 Seiten
bei 6 Anzeigen	10%	4 Seiten
bei 9 Anzeigen	15%	6 Seiten
bei 12 Anzeigen (2 Jahre)	20%	12 Seiten

Kombi-Rabatte sind möglich.

Mehrwertsteuer

Alle Preise verstehen sich zzgl. Mehrwertsteuer.

Zahlungsbedingungen

Zahlung innerhalb von 8 Tagen mit 2% Skonto oder innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsdatum netto.

Bankverbindung

Deutsche Bank Bielefeld
(BLZ 480 700 24)
Kto-Nr. 084702000
Swift/BIC: DEUT DE DBBIE
IBAN: DE03 480 700 240 0847020 00

Anzeigenformate und Anzeigenrößen

Zeitschriftenformat

DIN A 4, 210 x 297 mm

Satzspiegel

DIN A 4, 210 x 297 mm

* inkl. Beschnitt
(Beschnittzugabe je Seite 3 mm)

Alle übrigen Formate auf Anfrage.
Sonderwerbeformen, z.B. ausklappbare Seiten, Lesezeichen etc.
auf Anfrage.

Format (4-farbig)

2/1

1/1

1/2

1/2

1/3

1/3

1/4

1/4

1/6

1/6

1/8

1/8

Art

vollflächig

vollflächig

quer

hochkant

quer

hochkant

quer

hochkant

quer

hochkant

quer

hochkant

Satzspiegel

-

182 x 255 mm

182 x 129 mm

92,5 x 255 mm

182 x 85 mm

60 x 255 mm

183 x 60 mm

89 x 124 mm

182 x 42 mm

60 x 125 mm

92,5 x 60 mm

60 x 92,5 mm

Voll- und Anschnittformat*

410 x 594 mm

210 x 297 mm

210 x 152 mm

100 x 297 mm

210 x 85 mm

60 x 297 mm

210 x 60 mm

-

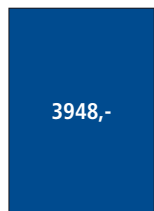
-

-

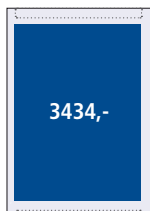
-

-

Alle Preise in Euro



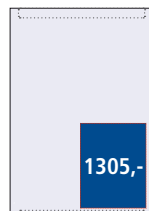
1/1 Seite
im Anschnitt



1/1 Seite



1/4 Seite
quer



1/4 Seite
hochkant



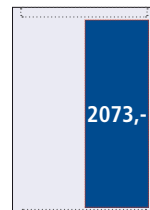
1/3 Seite
quer



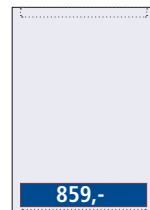
1/3 Seite
hochkant



1/2 Seite
quer



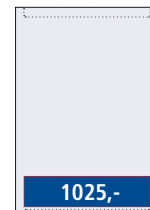
1/2 Seite
hochkant



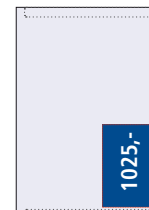
1/8 Seite
quer



1/8 Seite
hochkant



1/6 Seite
quer



1/6 Seite
hochkant

Einhefter/Beilagen

Einhefter

zweiseitig € 296,- je Tausend
vierseitig € 412,- je Tausend

Anlieferung gefalzt und unbeschnitten
im Format 2stg. = 303 x 216 mm, 4stg. = 303 x 432 mm,
Rabatte lt. Mengenstaffel (1 Einhefter entspricht einer Seite)

Beilagen

bis 25 g Gewicht € 197,- je Tausend
über 25 - 50 g Gewicht € 232,- je Tausend
zuzüglich Postgebühren ab 3 mm Höhe

Format bis höchstens 294 mm Höhe x 205 mm Breite

Lieferanschrift für Einhefter und Beilagen

Hellendorn, Druckerei und Verlag
Stettiner Straße 1
48455 Bad Bentheim

Technische Angaben

Anschnitt

Beschnittzugabe je Seite 3 mm

Bindung

Heftung

Druckverfahren

Offsetdruck

Druckunterlagen

Ausschließlich Daten per eMail oder
auf Datenträger (CD/DVD) mit Proof.
Bei Anlieferung von Filmen/Lithos,
Reinzeichnungen, Farbdias, Fotos
oder reprofähigen Abzügen wird die
Umwandlung in Daten zum Selbstkos-
tenpreis in Rechnung gestellt.
Bei farbigen Anzeigen, die ohne
Farbproof oder Farbskala angeliefert

werden, wird für die Druckwiederga-
be keine Garantie übernommen.
Die Verantwortung für die sachliche
Richtigkeit, Farb- und Tonwerte liegen
beim Auftraggeber.

Datenanlieferung

Nähere Informationen zur Daten-
anlieferung siehe Seite 6.

Druckunterlagentermine

Siehe Anzeigenschlusstermine.

Lieferanschrift für Druckunterlagen

Dr. Martin Steffan Media
Markgrafenstraße 3-5
33602 Bielefeld

Datenanlieferung

Das AutoGas Journal geht ohne den Zwischenschritt der Filmbelichtung in Druck. Im Rahmen dieses CTP (Computer to plate) benötigen wir Ihr Anzeigenmotiv in Form von Daten. Um optimale Veröffentlichungsergebnisse in Ihrem Sinne zu gewährleisten, sollten Sie folgende Vorgaben beachten: Daten sollten entweder als offene Dateien inklusive aller notwendigen Bilder, Logos und Schriften oder als nicht separierte, offsetdruckfähige PDF-Datei (PDF/X-3) mit eingebetteten Schriften angeliefert werden. Das Dokumentenformat sollte immer dem Anzeigenformat entsprechen. Bei angeschnittenen Anzeigen bitte immer 3 mm Beschnittzugabe berücksichtigen. Passkreuze und Farbmarken werden auf den PDF-Daten nicht benötigt.

Auftrag

Zu jedem Datenträger bzw. zu jeder Dateiübermittlung benötigen wir neben derentsprechenden Dateibezeichnung parallel einen genauen Auftrag sowie Ausdrucke, bei Farbanzeigen druckverbindliche Proofs.

Kontakt

Ankündigungen, Auskünfte, Abstimmungen usw. bei Übermittlung digitaler Daten über:

Robert Perkons,
Telefon 05 21/ 52 51-310,
Fax 05 21/ 52 51-311,
e-mail: r.perkons@autogas-journal.de

Systeme / Programme

Datenübertragung: ftp
Freehand bis Version 11.0 MX,
Illustrator bis Version CS4,
QuarkXPress bis Version 8.0,
Photoshop bis Version CS4,
InDesign bis Version CS4.
Andere Programme auf Anfrage.

**Bitte weder Anzeigen
noch sonstige Daten
in Corel Draw liefern.**

Datenträger

Als Datenträger müssen CD-ROMs oder DVDs verwendet werden. Es können sowohl Windows- als auch Mac-formatierte Medien verwendet werden. Daten können nach Rücksprache per E-Mail und per ftp-Upload versandt werden.

Farbmodus, Grafiken, Schriften

Der Farbmodus aller Bilder bei Vierfarbanzeigen muss CMYK sein. Anzeigen, die zusätzliche Schmuckfarben benötigen, müssen als offene Dateien angeliefert werden. Alle in die Anzeige eingebauten Bilder müssen eine Auflösung von möglichst mindestens 300 dpi haben. Die Grafik- oder Bilddateien im Originalprogramm sind zusätzlich separat auf Datenträger zu speichern. Die Schriften müssen in Pfade konvertiert oder mitgeliefert werden.

Per E-Mail gesandte Daten (r.perkons@autogas-journal.de) sollten nicht größer als 10 MB sein. Größere Dateien bitte nur nach Rücksprache mit dem Verlag.

Stundensatz für DTP-Arbeiten

Erkannte Dateifehler werden auf Wunsch des Kunden und nach Absprache des erforderlichen Arbeitsaufwandes soweit möglich bearbeitet. Gestalterische Eingriffe in das Layout werden nach Zeitaufwand mit einem Stundensatz von 50 € berechnet.

Gewährleistung

Nur was auf dem Datenträger vorhanden ist, kann veröffentlicht werden. Für Abweichungen in Texten, Abbildungen und Farben übernimmt der Verlag keine Haftung. Der Druck von Farbanzeigen ohne druckverbindliches Proof erfolgt ohne Gewährleistung. Wir gehen davon aus, dass es sich bei den uns übergebenen Dateien um Kopien handelt und übernehmen für deren Bestand keine Haftung.

Für Anzeigen, die nach dem Druckunterlagenabschluss und unmittelbar bis vor dem Drucktermin angeliefert werden, berechnen wir einen Anzeigenaufschlag von 50%.

Termin- und Themenplan

1. Ausgabe

(Erscheinungstermin: 13. Februar 2012)

Themen/Schwerpunkte:

- Vorberichterstattung AMITEC
- Messeübersichten
- Autogasland Türkei
- Jäger und Förster
- Messe: Auto Zürich Car Show
- Entwicklungsschmiede IAV

Schlussstermine:

Redaktion: 13.01.2012
Anzeigen: 13.01.2012
Druckunterlagen: 18.01.2012

2. Ausgabe

(Erscheinungstermin: 10. April 2012)

Themen/Schwerpunkte:

- Wissen für Autogaszahler: Multiventile
- Autogasland Griechenland
- Neues aus dem Additivmarkt
- Autogas in Zahlen: Statistik 2011
- Hyundai i20 mit Autogasanlage
- Autogastankstellensituation

Schlussstermine:

Redaktion: 09.03.2012
Anzeigen: 09.03.2012
Druckunterlagen: 13.03.2012

3. Ausgabe

(Erscheinungstermin: 04. Juni 2012)

Themen/Schwerpunkte:

- Autogasland Südkorea
- Streitschlichtungsstellen
- Neue OEM-Fahrzeuge
- F & E: Diesel-/Autogasmische
- Autogas und Nutzfahrzeuge
- Testbericht Mercedes B-Klasse-Auto

Schlussstermine:

Redaktion: 04.05.2012
Anzeigen: 04.05.2012
Druckunterlagen: 09.05.2012

4. Ausgabe

(Erscheinungstermin: 01. August 2012)

Themen/Schwerpunkte:

- Autogas in Nordeuropa
- Neuer Weltrekordversuch
- Additive und Dosierpumpen
- Stand Euro5-Norm
- Leasinggeschäft
- Preisvergleich bei Autogas

Schlussstermine:

Redaktion: 29.06.2012
Anzeigen: 29.06.2012
Druckunterlagen: 04.07.2012

5. Ausgabe

(Erscheinungstermin: 01. Oktober 2012)

Themen/Schwerpunkte:

- R115 und R67
- Kommunale Sonderfahrzeuge
- Entwicklungen in der Schweiz
- Sommergas/Wintergas
- Neue Marken der Versorger
- Test: Fiat 500 TwinAir

Schlussstermine:

Redaktion: 31.08.2012
Anzeigen: 31.08.2012
Druckunterlagen: 05.09.2012

6. Ausgabe

(Erscheinungstermin: 03. Dezember 2012)

Themen/Schwerpunkte:

- Jahresrückblick
- F & E: Biogenes Autogas
- Garantiever sicherungen
- Autogasland China
- Monovalente Autos (Südkorea)
- Geschenketipps für AutogASFahrer

Schlussstermine:

Redaktion: 02.11.2012
Anzeigen: 02.11.2012
Druckunterlagen: 07.11.2012

Platzierung

Anfallende Zuschläge, die durch Platzierungswünsche auf Umschlagsseiten anfallen, können nicht rabattiert, jedoch zahlenmäßig in einen Abschluss einbezogen werden.

Rubriken

Eine Platzierung in den unten stehenden Rubriken können gerne geäußert werden. Alle Platzierungswünsche werden versucht zu berücksichtigen, sind aber nicht bindend.

- Standards: Editorial/Inhaltsverzeichnis/Impressum
- Kurz & Aktuell: Vermischtes/News/Nachrichten
- Titelt hemen: Artikel zum Titelt hema/Schwerpunkte
- Magazin: Reportagen/Testberichte/Themengeschichten/Rennsport
- Forschung und Technik: Umrüstung + Werkstätten/Forschungsberichte
- Service: Ratgeber/neue Tankstellen/Leserbriefe/Stammtisch
- Grundlagen: Basics zum Thema

Messe & Events 2012

AutoZum Salzburg	12. - 15.01.2012
Automobil Freiburg	11. - 13.02.2012
81. Internationaler Automobil-Salon Genf	03. - 13.03.2012
IAMF International Advanced Mobility Forum & ETT; Genf	08. - 09.03.2012
Automesse Salzburg	11. - 13.03.2012
IHM München	16. - 20.03.2012
AMITEC Leipzig	02. - 10.05.2012
AMISTYLE Leipzig	02. - 10.05.2012
Tuning World Friedrichshafen	28. - 30.04.2012
DVFG-Jahrestagung	30. - 31.05.2012
IAA Frankfurt	12. - 22.09.2013
Essen Motorshow	26. - 04.12.2012
nordauto Hamburg	Herbst 2012
DVFG-Herbstarbeitstagung Nürnberg	Herbst 2012

Das AutoGas Journal – 6 Ausgaben im Jahr!

Das Firmenverzeichnis wird in jeder Ausgabe veröffentlicht. Damit haben Sie die Gelegenheit, Ihr Unternehmen 6 x im Jahr in den Vordergrund zu rücken und den entscheidenden Vorteil vor anderen zu erzielen. Als Firmenverzeichnis-Kunde erhalten Sie zusätzlich ein Jahresabo zum Eintrag dazu!

Sie können zwischen dem Normaleintrag und dem Premieeintrag wählen.

Ihre Eintragung: (5 Zeilen à 36 Zeichen, jede weitere Zeile zzgl. 35,- Euro)

.....

.....

.....

.....

.....

- Ja, ich wähle den Normaleintrag inkl. 1 Abo für 178,- Euro**
(zzgl. ges. Mehrwertsteuer)
- Ja, ich wähle den Premieeintrag inkl. 1 Abo für 250,- Euro**
(zzgl. ges. Mehrwertsteuer)

Bitte einsenden an:

AutoGas Journal, Anzeigenabteilung,
Postfach 10 09 33, 33509 Bielefeld

Tel. +49 (0) 521/5251310, per Fax +49 (0) 521/5251311

.....
Ort/Datum

.....
Ansprechpartner

.....
Stempel/Unterschrift

Banner/Internet

Werbemittel	Pixel	Anzeigenformat	Preis (E)
Fullsize	468 x 60	animated gif/jpg html/rich media	p. M. 142,-
Bigsized	728 x 90	animated gif/jpg html/rich media	p. M. 171,-
ContentAD	300 x 250	animated gif/jpg html/rich media	TKP 60,-
Skyscraper	120 x 600, 140 x 800	animated gif/jpg html/rich media	TKP 75,-
LayerAD	individuell	animated gif/jpg html/rich media	TKP 95,-

Mindestbuchungsvolumen 650 Euro (netto).

Web-Adresse (URL):	www.autogas-journal.de
Zielgruppe:	Autogasfahrer, angehende Autogasfahrer und Branchenexperten
Verlag:	Dr. Martin Steffan Media
Ansprechpartner:	Dr. Martin Steffan, Leiter Online-Medien Tel. 0521 525 13 10, redaktion@autogas-journal.de
Zugriffe:	Visits, PageImpressions bitte aktuell im Verlag erfragen. Newsletter Abonnenten: 1235 (Stand September 2012).
Datenanlieferung:	Per E-Mail an redaktion@autogas-journal.de

Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Zeitung oder Zeitschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.
4. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
5. Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, 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.
6. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
7. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, oder deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, oder deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist. Dieser Vorbehalt des Verlages findet ebenso Anwendung auf Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten. Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Musters und dessen Billigung bindend. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

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 bis zum Anzeigenschluss oder 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. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
15. Der Verlag Dr. Martin Steffan Media liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenschnittstelle 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. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Expressbriefe 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 in 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 entgegen genommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.
17. Erfüllungsort ist der Sitz der Dr. Martin Steffan Media. 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

8. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder dem technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.
9. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Verbreitung der Anzeige.
10. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre. Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrages ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden. Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen - außer bei nicht offensichtlichen Mängeln - innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab

- gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, zum 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.
18. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss spätestens bis zum Abschluss des Insertionsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.
19. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige im AutoGas Journal alle erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugefertigten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen Urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.
20. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen - sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient - hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

