



TITELTHEMA

Estrich

SCHWIMMBADBAU
Neues BeckenkopfsystemKONJUNKTURBAROMETER
Positiver Trend**fliesenundplatten.de**

Technik und Produkte für Fliesenleger

Weitere Informationen unter

www.rudolf-mueller.dewww.fliesenundplatten.de

Rudolf Müller

Verlagsgesellschaft**Rudolf Müller****GmbH & Co. KG**

Stolberger Str. 84

50933 Köln

Telefon 0221 5497-100

Fax 0221 5497-326

E-Mail:

anz.fliesen@rudolf-mueller.dewww.rudolf-mueller.de**Anzeigenverkauf****im Ausland:**

Italien:

Kontext COMUNICAZIONE

Uwe Leppert

Via Posterla, 6

I-41508 Vignola (Mo)

Tel.: +39 059 7520132

Fax: +39 059 7703617

E-Mail: kontext@katamail.com

Spanien:

Karin Schmidt

Verlagsgesellschaft

Rudolf Müller

Stolberger Straße 84

50933 Köln

Tel.: +49 221 5497-261

Fax: +49 221 5497-6261

E-Mail: anz.keramik@rudolf-mueller.de

Großbritannien, Irland:

Crane Media Partners Ltd.

St Edmunds House

13 Quarry Street

Guildford

GB-Surrey GU1 3UY

Tel.: +44 (0) 1483 461770

Fax: +44 (0) 1483 455352

E-Mail: infocmp@cranemedia.co.ukcranemedia.co.uk**Ihre Ansprechpartner im Verlag****Volker Kunz**

Anzeigenverkaufsleitung

Tel.: 0221 5497-231

**Karin Schmidt**

Anzeigenverkaufsassistentz

Tel.: 0221 5497-261

**Elke Sindermann**

Anzeigenverwaltung

Tel.: 0221 5497-330

**Sabine Jahn**

Leitung

Key Account Management

Tel.: 0221 5497-373/232

**Katrin Claes**

Assistenz Leitung

Key Account Management

Tel.: 0221 5497-204

**Katja Simon**

Assistenz Leitung

Key Account Management

Tel.: 0221 5497-237



FLIESEN & PLATTEN

Ihre Anzeige erreicht zielgenau und ohne Streuverlust die Entscheider im Fliesengewerbe!



fliesenundplatten.de

Mit Ihren Themen im passenden Online-Medium werben!

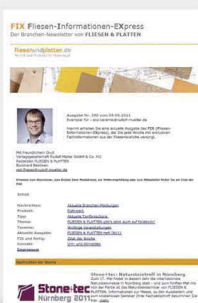


FLIESEN & PLATTEN-FORUM

Mit Ihrem Engagement als Sponsor das Networking unterstützen und mit eigenem Fachstand den direkten Kundenkontakt pflegen!

FLIESEN & PLATTEN

FLIESEN & PLATTEN – Erfolgreich werben in der Fliesenbranche



E-Mail-Newsletter FIX

Die Branche topaktuell über Ihre Produktneuerheiten informieren!



Social Media

Die sozialen Medien bieten Ihnen interaktive Kommunikation mit der Web-Community der Branche!



Die Leserwahl

Stellen Sie Ihre Top-Produkte zur Leserwahl!



Fachbücher

Mit Ihrer Anzeige profitieren Sie von einer langfristigen Werbewirkung in einem hochkompetenten Umfeld!



1 Titel FLIESEN & PLATTEN

2 Kurzcharakteristik FLIESEN & PLATTEN ist die markt- und meinungsführende Fachzeitschrift für das Fliesengewerbe im deutschsprachigen Raum. Das Organ des Fachverbandes Fliesen und Naturstein berichtet seit über 60 Jahren umfassend und kompetent über Technik, Gestaltung und Trends. FLIESEN & PLATTEN diskutiert die Fragen der Branche und begleitet die Fliesenverlegetriebe bei ihren täglichen Geschäftsentscheidungen, im Büro, unterwegs, auf der Baustelle und auf Veranstaltungen. Die professionelle crossmediale Präsenz, die neuen Wege der Vernetzung von Print und Online, die sehr gute Themenauswahl und -breite sowie ästhetische Aufbereitung der Handwerksthemen waren für die Jury der Deutschen Fachpresse die Gründe FLIESEN & PLATTEN zum Fachmedium des Jahres 2012 in der Kategorie Handwerk zu wählen.

3 Zielgruppe Fliesen-, Platten- und Mosaikleger, Fliesen- und Baustoffhändler, Planer und Architekten, Hersteller, Werks- und Handelsvertreter

4 Erscheinungsweise 12 x pro Jahr

5 Heftformat DIN A4

6 Jahrgang 63. Jahrgang 2013

7 Bezugspreis Jahresabonnement: Inland 191,00 Euro (inkl. MwSt.)
Ausland 206,00 Euro (o. MwSt.)
Einzelverkaufspreis: 21,00 Euro (inkl. MwSt.)

8 Organ Organ des Fachverbandes
Fliesen und Naturstein im ZDB e.V.

**9 Mitgliedschaft/
Teilnahme** Media-Datenbank der Deutschen Fachpresse

10 Verlag Verlagsgesellschaft Rudolf Müller GmbH & Co. KG
Postanschrift: Postfach 41 09 49, 50869 Köln
Hausanschrift: Stolberger Str. 84, 50933 Köln
Telefon: 0221 5497-100
Telefax: 0221 5497-326
Internet: www.rudolf-mueller.de
E-Mail: service@rudolf-mueller.de

11 Herausgeber –

12 Anzeigen Volker Kunz (Anzeigenverkaufsleitung)
Telefon: 0221 5497-231
E-Mail: anz.fliesen@rudolf-mueller.de

13 Redaktion Sabina Grafen (Chefredaktion)
Burkhard Beintken (Redaktion)
Carmen Carl (Redaktion)
Michael Schmidt-Driedger (Redaktion)
Telefon: 0221 5497-205
E-Mail: red.fliesen@rudolf-mueller.de

14 Umfangs-Analyse 2011 = 12 Ausgaben

Gesamtumfang	818	Seiten	=	100,0 %
Redaktionsteil	620	Seiten	=	75,8 %
Anzeigenteil	198	Seiten	=	24,2 %
davon Stellen- und Gelegenheitsanzeigen	23	Seiten	=	11,6 %
Verlagseigene Anzeigen	61	Seiten	=	30,8 %
Beihefter	4	Seiten	=	2,0 %
Beilagen	12	Stück		

15 Inhalts-Analyse des Redaktionsteils

	620,0	Seiten	=	100,0 %
Technik	125,7	Seiten	=	20,3 %
Titelthema	105,9	Seiten	=	17,1 %
Branche	77,6	Seiten	=	12,5 %
Betrieb	73,5	Seiten	=	11,9 %
Service	19,5	Seiten	=	3,2 %
Ausbau	24,7	Seiten	=	4,0 %
Messen	35,0	Seiten	=	5,6 %
Gestaltung	34,2	Seiten	=	5,5 %
Rundschau	33,5	Seiten	=	5,4 %
Produkte	26,9	Seiten	=	4,3 %
Meinung	9,5	Seiten	=	1,5 %
Titel, Editorial, Vorschau, Inhalt, Impressum	54,0	Seiten	=	8,7 %

Struktur Redaktionsteil

Inhaltliche Schwerpunkte 2011	Seiten	
	absolut	in %
Fliesenbranche insgesamt	207,4	33,5
Branche	98,5	15,9
Unternehmensführung, Recht, EDV	78,3	12,6
Fachverband	30,6	4,9
Technik gesamt	319,9	51,6
Veranstaltungen, Messen	68,0	11,0
Innenbeläge	55,1	8,9
Sanieren/Modernisieren	44,5	7,2
Naturstein	41,4	6,7
Außenbeläge	15,6	2,5
Abdichtung	14,9	2,4
Barrierefreies Bauen	14,3	2,3
Fassade	14,2	2,3
Schwimmbadbau	9,9	1,6
Untergründe	9,7	1,6
Fugen	8,2	1,3
Putze	4,5	0,7
Reinigung und Pflege	3,7	0,6
Sonstiges	16,0	2,6
Gestaltung gesamt	38,7	6,2
Bad	18,2	2,9
Design	11,5	1,9
Wellness	5,0	0,8
Mosaik	4,0	0,6
Titel, Editorial, Vorschau, Inhalt, Impressum	54,0	8,7
Gesamt	620,0	100,0

Struktur Anzeigenteil

Struktur Anzeigenteil 2011 nach Produkt- und Dienstleistungsgruppen	Seiten		Anzahl	
	absolut	in %	absolut	in %
Mörtel, Kleber, Dicht-, Dämmstoffe	52,1	26,3	87	19,0
Verlegezubehör (Profile, Roste, Abläufe, Trägerelemente, Eingangsmatten usw.)	19,9	10,1	41	8,9
Keramische Fliesen und Platten	12,3	6,2	15	3,3
Werkzeuge, Maschinen, Zubehör	10,9	5,5	31	6,8
Messen	5,5	2,8	8	1,7
EDV/Software, Kommunikationssysteme	4,7	2,3	2	0,4
Verbände, Versicherungen, Aus-/Weiterbildung	4,3	2,2	6	1,3
Fußbodensysteme (Estrich, Bodenplatten, Fußbodenheizung usw.)	1,8	0,9	2	0,4
Handel	1,4	0,7	8	1,7
Sanitär, Bäder	0,9	0,5	3	0,7
Dienstleistung Fliesengewerbe	0,2	0,1	11	2,4
Rubrik-, Gelegenheitsanzeigen	23,0	11,6	164	35,7
Verlags-, Eigenanzeigen	61,0	30,8	81	17,7
Gesamt	198,0	100,0	459	100,0

1 Auflagenkontrolle



2 Auflagen-Analyse

Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt
(1. Juli 2011 bis 30. Juni 2012)

Druckauflage:	11.500		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	11.413	davon Ausland:	435
Verkaufte Auflage:	5.964	davon Ausland:	378
Abonnierte Exemplare:	5.636	davon Mitgliederstücke:	–
Einzelverkauf:	–		
Sonstiger Verkauf:	328		
Freistücke:	5.449		
Rest-, Beleg- und Archivexemplare:	87		

3 Geografische Verbreitungs-Analyse

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	96,2	10.978
Ausland	3,8	435
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	11.413
Ausland	%	Exemplare
Italien	12,6	55
Österreich	27,6	120
Schweiz	34,3	149
Niederlande	6,4	28
sonstiges Ausland	19,1	83
tvA Ausland	100,0	435

3.1 Verbreitung nach Postleitzahlen-Gebieten

PLZ	%	Exemplare
01000 – 09999	5,7	626
10000 – 19999	17,5	1.921
20000 – 29999	6,3	692
30000 – 39999	6,8	746
40000 – 49999	10,9	1.197
50000 – 59999	15,5	1.702
60000 – 69999	7,3	801
70000 – 79999	10,0	1.098
80000 – 89999	11,5	1.262
90000 – 99999	8,5	933
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) Inland	100,0	10.978

3.2 Verbreitung nach Bundesländern

Bundesland	%	Exemplare
Baden-Württemberg	12,4	1.361
Bayern	18,1	1.987
Berlin	14,4	1.581
Brandenburg	2,4	263
Bremen	0,9	99
Hamburg	0,5	55
Hessen	4,7	516
Mecklenburg-Vorpommern	1,4	154
Niedersachsen	5,5	604
Nordrhein-Westfalen	24,1	2.646
Rheinland-Pfalz	4,1	450
Saarland	1,7	187
Sachsen	3,7	406
Sachsen-Anhalt	2,1	230
Schleswig-Holstein	2,4	263
Thüringen	1,6	176
tvA Inland	100,0	10.978

Kurzfassung der Erhebungsmethode

1. Untersuchungsmethode:

Verbreitungs-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

2. Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1 Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst. Aufgrund der vorhandenen postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen, bzw. Inlands- und Auslandsempfängern sortiert werden.

2.2 Gesamtzahl der Empfänger in der Datei: 35.833

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 29.560
(Wechsel nach jeder dritten Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

– Verkaufte Auflage	5.872
davon: abonnierte Exemplare	5.567
Einzelverkauf	–
sonstiger Verkauf	305
– Freistücke	5.241
davon: ständige Freistücke	461
wechselnde Freistücke	4.780
Werbeexemplare	–
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	11.113
→ davon Inland	10.697
→ davon Ausland	416

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA) 11.113 = 100,0 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst: Sonstige (Messe, Veranstaltungsstücke, Buchhandel, Einzelverkauf, etc.) –
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA) 11.113 = 100,0 %

3.2 Tag der Datei-Auswertung: 27. Juni 2012

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitungsgebiete wurden auf die tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt gemäß AMF-Ziffer 2 projiziert.

3.4 Zielperson der Untersuchung: entfällt

3.5 Definition des Lesers: entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung: Juni 2012

3.7 Durchführung der Untersuchung: Verlag

1.1 Branchen/Wirtschaftszweige

WZ 2008 Code	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Exemplare
43.33	Fliesen-Verlegebetriebe	81,4	9.290
	davon: Verlegebetriebe mit Fliesenhandel (Mischbetriebe)	3,9	445
46.44.1/47.59.2	Fliesen-Einzel- und Großhandel	4,5	514
46	Handelsvertreter, Werksvertreter	3,8	434
46.73	Baustoffhandel	1,8	205
23.3	Hersteller	2,7	308
71.1/85.3/94.1	Architekten/Ingenieure, Schulen/Hochschulen, Innungen, Sonstiges	2,1	240
	Sonstige	3,7	422
	tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	11.413

Kurzfassung der Erhebungsmethode

1. Untersuchungsmethode:

Verbreitungs-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

2. Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1 Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst. Aufgrund der vorhandenen postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen, bzw. Inlands- und Auslandsempfängern sortiert werden.

2.2 Gesamtzahl der Empfänger in der Datei: 35.833

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 29.560
(Wechsel nach jeder dritten Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

– Verkaufte Auflage		5.872
davon: abonnierte Exemplare	5.567	
Einzelverkauf	–	
sonstiger Verkauf	305	
– Freistücke		5.241
davon: ständige Freistücke	461	
wechselnde Freistücke	4.780	
Werbexemplare	–	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		11.113
→ davon Inland	10.697	
→ davon Ausland	416	

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	11.113 = 100,0 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst: Sonstige (Messe, Veranstaltungsstücke, Buchhandel, Einzelverkauf, etc.)	–
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	11.113 = 100,0 %

3.2 Tag der Datei-Auswertung: 27. Juni 2012

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitungsgebiete wurden auf die tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt gemäß AMF-Ziffer 2 projiziert.

3.4 Zielperson der Untersuchung: entfällt

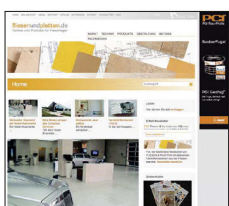
3.5 Definition des Lesers: entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung: Juni 2012

3.7 Durchführung der Untersuchung: Verlag

Heft Nr.	Ersch.-termin*	Anzeigenschluss	Redaktionschluss	Titelthema	Weitere Themen	Produkte	Messen/ Veranstaltungen
1	20.12.12	29.11.12	22.11.12	BAU 2013 Bauchemie: Innovationen für Fliesenleger Zulieferer: Nützliches für die Baustelle Innenausstattung: Neuheiten für Profi-Kunden	FLIESEN & PLATTEN-FORUM: Themen in Plenum und Fachschau Alu-Profil: So vermeiden Sie Schäden Bundesleistungswettbewerb: Wettstreit der Landesieger	Ausstellungsmöbel, Bauplatten, Drainagen, EDV, Estriche, keramische Fliesen und Platten, Profile, Trittschalldämmungen, Verlegemörtel, Werkzeuge,	BAU 14.–19.01.2013, München
2	28.01.	09.01.	03.12.12	WERKZEUGE Sanierung: Alles für die staubfreie Baustelle Marktreport: Das gibt es Neues World Skills: Werkzeuge für Weltmeister	Firmenkombis: Edle Lastesel im Überblick Renovierung: Wie Fliesenleger zu Allroundern werden Doppelböden: Nicht immer nur nach Schema F	EDV, Entkopplungssysteme, Estriche, Fugenmörtel, Hartschaumträgerelemente, Natursteine, Putze, Reinigung und Pflege, Verlegemörtel, Werkzeuge	CEVISAMA 05.–08.02.2013, Valencia FLIESEN & PLATTEN-FORUM 28.02.–01.03.2013, Köln
3	25.02.	01.02.	02.01.	BARRIEREFREIES BAUEN Kundenpflege: Beratung mit Weitblick Linienentwässerung: Schnittstelle zur Abdichtung Wachstumsmarkt für Fliesenleger: Leben ohne Barrieren	Feldversuch: Verfleckungsresistenz von Natursteinen Abdichtung im Verbund (Aiv): Methoden im Überblick Gestaltung: Mit Großformaten gewinnen	Abdichtungen, Duschtrennwände, EDV, Estriche, Fugenmörtel, keramische Fliesen und Platten, Profile, Putze, Schnellestriche, Verlegemörtel	UNICERA 27.02.–03.03.2013, TR-Istanbul
4	25.03.	06.03.	01.02.	BALKONE / TERRASSEN Außendämmung: Energetische Sanierung Balkonprofile: Sicherer Anschluss an die Abdichtung Systemallianzen: Was bringen sie dem Fliesenleger?	GaLaBau: Auch für Fliesenleger lohnend Cevisama: Sortimente aus Spanien Fußbodenheizung: Vorsicht bei Großformaten	Balkonprofile, Bauplatten, Bodeneinläufe, Dämmung, Drainagen, Estriche, Fußbodenheizungen, keramische Fliesen und Platten, Natursteine, Reinigung und Pflege, Trittschalldämmungen, Verbundabdichtungen, Verlegemörtel	COVERINGS 29.04.–02.05.2013, USA-Atlanta
5	25.04.	08.04.	01.03.	SCHWIMMBADBAU Neue Schwimmbadnorm: Das hat sich geändert Schwimmbadwasser: Welcher Mörtel eignet sich? Hotelpools: Schwimmspaß inklusive	Neues Balkonsystem: Schlanker Aufbau garantiert ABPs: Was das Regelwerk vorschreibt Dünnbettmörtel: Nachhaltigkeit und Dauerhaftigkeit aus technischer Sicht	Ausstellungsmöbel, Bauplatten, EDV, Estriche, keramische Fliesen und Platten, Mauersteine, Mosaik, Profile, Putze, Reinigung und Pflege, Verbundabdichtungen, Verlegemörtel	
6	27.05.	06.05.	02.04.	NATURSTEIN Stone+tec: Messevorschau Naturstein: Beläge für hochbelastete Bereiche	Spachtelmassen: Phänomene, Ursachen, Lösungen Verbundabdichtungen: Mit Bahnenware auf der sicheren Seite Betriebshaftpflicht: Ein Muss für jeden Fliesenfachbetrieb	Entkopplungssysteme, Epoxidharze, Estriche, Fugenmörtel, Fußbodenheizungen, keramische Fliesen und Platten, Natursteine, Profile, Putze, Schnellestriche, Spachtelmassen, Verbundabdichtungen	STONE+TEC 29.05.–01.06.2013, Nürnberg
7	25.06.	05.06.	02.05.	UNTERGRÜNDE Grundierungen: Darum sind sie sinnvoll Spachtelmassen: Welche eignet sich wofür? Gussasphalt: Kein Untergrund wie jeder andere	Fußbodenheizung/Naturstein: Natürlich Energie sparen Versuchsreihe: Hohlböden, Trockenestrichkonstruktionen und starre Beläge Worldskills: Berufsweltmeisterschaften in Deutschland	Bauplatten, Dichtstoffe, EDV, Entkopplungssysteme, Fußbodenheizungen, keramische Fliesen und Platten, Natursteine, Putze, Spachtelmassen, Trockenestriche, Verlegemörtel, Verbundabdichtungen	
8	26.07.	09.07.	03.06.	GESTALTUNG Wohnwelten: Mit Fliesen Räume gestalten Ladenbau: Kundenführung durch Bodenbeläge Glasfliesen: Exklusives für die Wand	Innendämmung: Ein Thema für Fliesenleger Ausbau: Schimmel adé Versicherungs-Check: Basics für Fachbetriebe	Ausstellungsmöbel, Bauplatten, Dämmung, EDV, Epoxidharze, Fußbodenheizungen, keramische Fliesen und Platten, Profile, Verlegemörtel, Werkzeuge	
9	27.08.	07.08.	01.07.	CERSAIE • Messevorbericht: Trends aus Italien • Interview: Marktbearbeitung im Wandel • Technische Innovationen: Fliesen für morgen	Sonderkonstruktionen: Problemlos und rechts-sicher ausführen Baurecht: Nutzen Sie Musterfälle Einbauvorschläge: Linienentwässerung in Duschen	Balkonprofile, Bauplatten, Dämmung, Drainagen, Estriche, keramische Fliesen und Platten, Profile, Verlegemörtel, Werkzeuge	CERSAIE September 2013, I-Bologna MARMOMACC September/Oktober 2013, I-Verona
10	25.09.	06.09.	01.08.	OBJEKTBAU Oberflächen: Industrieböden im Edel-Look Einkaufszentrum: CI mit Fliesen Flughäfen/Bahnhöfe: Ein interessanter Markt für Naturstein	Verbundabdichtungen: Reparaturen vom Profi Verlegung: Belagsverfugung mit Epoxidharz Kundenberatung: Reklamationen clever nutzen	Bauplatten, Entkopplungssysteme, Estriche, Fugenmörtel, keramische Fliesen und Platten, Putze, Spanndecken, Trockenestriche, Verlegemörtel	
11	28.10.	09.10.	02.09.	ABDICHTUNG 2K-Dichtschlämmen: Die bessere Alternative? Großküchen: Extras für den richtigen Boden Verbundabdichtung: Die Bahn kommt	Fußbodenkonstruktion: Je flacher desto besser Netzwerke: Von Handwerker-Kooperationen profitieren Wandgestaltungen: Fliesen und Putze als Team	Bauplatten, Bodeneinläufe, EDV, Estriche, keramische Fliesen und Platten, Natursteine, Putze, Spachtelmassen, Trittschalldämmungen, Verbundabdichtungen, Verlegemörtel	
12	26.11.	07.11.	01.10.	FUGEN Fugenrisse: Schäden erkennen und vermeiden Epoxidharzfugen: Einsatzgebiete und Alternativen Fugenmörtel: Produkte mit eingebautem Schimmelschutz	Nutzfahrzeuge: Neue Transporter für den Bau Kassler Sachverständigentage: Techniker-Treff in Fulda FLIESEN & PLATTEN-FORUM 2014: Branchen-Treff in Köln	Ausstellungsmöbel, Estriche, Fugenmörtel, keramische Fliesen und Platten, Natursteine, Spachtelmassen, Verlegemörtel, Verbundabdichtungen, Werkzeuge	
1	20.12.	03.12.	28.10.	REINIGUNG UND PFLEGE Kundenberatung: Pflege-Tipps sind ein Muss Reinigungsmittel: So treffen Sie die richtige Wahl Cotto: Pflege mit Patina	FLIESEN & PLATTEN-FORUM: Fliesenleger-Treff in Köln Deubau: Marktplatz NRW Ausblick 2014: Perspektiven aus Herstellersicht	Bauplatten, Dämmung, Drainagen, Estriche, keramische Fliesen und Platten, Profile, Reinigung und Pflege, Verlegemörtel, Werkzeuge	DEUBAUKOM 15.–18.01.2014, Essen

* Postauflieferung, Themenänderung und Reihenfolge bleiben der Redaktion vorbehalten.



www.fliesenundplatten.de ist die erste Adresse für die Fliesenbranche im Internet und die Online-Plattform zu den crossmedial vernetzten Informationsangeboten von FLIESEN & PLATTEN.
www.fliesenundplatten.de ist mit den vielfältigen und stets aktuellen Informationen über Technik, Gestaltung und Trends den Stellenmarkt ein unverzichtbarer Begleiter für die Profis der Fliesenbranche.

Redaktion:

Sabina Grafen
(Chefredaktion)
Tel.: 0221 5497-345

Larissa Bersch
(Redaktionsassistentin)
Tel.: 0221 5497-205
Fax: 0221 5497-6205
E-Mail: red.fliesen@rudolf-mueller.de

Anzeigenverkauf:

Volker Kunz
(Anzeigenverkaufsleitung)
Tel.: 0221 5497-231

Karin Schmidt
(Anzeigenverkaufsassistentin)
Tel.: 0221 5497-261

Elke Sindermann
(Anzeigenverwaltung)
Tel.: 0221 5497-330
Fax: 0221 5497-6261
E-Mail: anz.fliesen@rudolf-mueller.de

Key Account Management:

Sabine Jahn
(Leitung)
Tel.: 0221 5497-373/232

Katrin Claes
(Assistenz Leitung)
Tel.: 0221 5497-204

Katja Simon
(Assistenz Leitung)
Tel.: 0221 5497-237
Fax: 0221 5497-6232
E-Mail: keyaccount@rudolf-mueller.de



1 Zeitschriftenformat

210 mm breit, 297 mm hoch, DIN A4

Satzspiegel

188 mm breit, 267 mm hoch

4-spaltig: 44 mm je Spalte

3-spaltig: 60 mm je Spalte

2 Druck- und Bindeverfahren

Offset/Klebebindung

3 Datenübermittlung

Zu jedem Ihrer Datenträger benötigen wir die ausgefüllte „Checkliste für digitale Anzeigen“ mit Angabe der jeweiligen Dateibezeichnung. Diese finden Sie im Internet unter www.rudolf-mueller.de/service/mediadaten. Bei Anzeigen, die via ISDN geliefert werden, faxen Sie bitte die ausgefüllte „Checkliste für digitale Anzeigen“ mit einem Laserausdruck an den unter „Kontakt“ benannten Dienstleister Satz+Layout Werkstatt Kluth. Bei Farbanzeigen senden Sie Ausdrucke oder Proofs per Post ebenfalls direkt an unseren Dienstleister.

4 Datenformate

Wir empfehlen die Anlieferung von PDF/X-3-Daten. Bitte liefern Sie keine offenen Daten (z.B. InDesign, Quark XPress usw.). Die Datei muss Beschnittmarken enthalten und druckfähig sein, d.h., alle verwendeten Schriften sind einzubetten, Rasterabbildungen benötigen eine Auflösung zwischen 250 und 300 dpi, Strichabbildungen 600 bis max. 1200 dpi.

5 Farben

Druckfarben (CMYK) nach ISO-Standard 12647-2:2006 DAM 1. Bitte liefern Sie zu jeder Anzeige einen verbindlichen Ausdruck, der mit den gelieferten Daten übereinstimmt. Für 2c- und 3c-Anzeigen mit Sonderfarben (Pantone/HKS u. Ä.) benötigen wir farbseparierte Ausdrucke oder Andrucke mit den genauen Farbbezeichnungen.

6 Proof

Farbverbindliches Proof nach „Medienstandard Druck“ (bvdm). Digital erstellte Prüfdrucke müssen zur Kontrolle der Farbverbindlichkeit den FOGRA Medienkeil enthalten (kostenpflichtig zu beziehen bei www.fogra.org). Andrucke müssen einen offiziellen Druckkontrollstreifen aufweisen.

Ohne druckverbindliches, messbares Proof bzw. ohne Andruck oder bei Verwendung eigener ICC-Profile übernehmen wir keine Gewährleistung für das Druckergebnis.

7 Datenarchivierung

Daten werden 12 Monate archiviert, unveränderte Wiederholungen sind deshalb in der Regel möglich. Eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.

8 Gewährleistung

Wir können nur auf die Druckplatte belichten, was auf den Datenträgern vorhanden ist. Für Abweichungen in Texten, Abbildungen und insbesondere Farben können wir keinerlei Haftung übernehmen. Der Druck von Farbanzeigen ohne druckverbindliches Proof erfolgt ohne Gewährleistung.

9 Kontakt

Satz+Layout Werkstatt Kluth, Telefon: 02235 8096-70, Telefax: 02235 8096-71, E-Mail: anz.digital@slw-kluth.de

Weitere technische Angaben

Schriften

Verwenden Sie nach Möglichkeit nur Postscript- oder Open-Type-Schriften. Nutzen Sie Originalfonts für die einzelnen Schriftschnitte (fett, halbfett, kursiv etc.) und **keine** elektronischen Schriftveränderungen. Geben Sie alle verwendeten Schriften an und speichern Sie die Screenfonts **und** die Printerfonts auf Ihrem Datenträger. Die Schriften werden nur zur Bearbeitung Ihres Auftrages genutzt und danach sofort gelöscht. Alternativ wandeln Sie die Schriften in Zeichenwege um.

Grafiken/Bilder

Wenn Sie Grafiken, Logos oder Abbildungen in Ihrer Anzeige platziert haben, ist es unbedingt nötig, diese Importe (eps oder tiff) mit hereinzugeben. Die Bilddateien dürfen **keinerlei Komprimierungen** enthalten und müssen **in CMYK** angelegt sein, es sei denn, Sie wünschen eine Sonderfarbe (HKS, Pantone). Rasterabbildungen sollten eine Auflösung zwischen 250 und 300 dpi haben, Strichabbildungen 600 bis max. 1200 dpi.

Preise

Nachbearbeitung fehlerhafter Dateien/DTP-Arbeiten:

Werden bei der Prüfung Ihrer Daten Fehler oder fehlende Dateien festgestellt, werden Sie darüber informiert. Sie haben die Möglichkeit, den Fehler selbst zu beheben und neue bzw. ergänzende Daten zu senden. Die erforderliche zweite Datenprüfung wird berechnet.

Zweite Datenprüfung je Anzeige: 16,00 Euro

Sollen eine Nachbearbeitung fehlerhafter Dateien oder weitergehende DTP-Arbeiten durch uns erfolgen, werden diese Arbeiten nach anfallendem Zeitaufwand berechnet.

Pro begonnene 10 Minuten: 14,00 Euro

Proof: bis Format DIN A4: 23,00 Euro

bis Format DIN A3: 42,00 Euro

Andrucke auf Anfrage

Sonstige Leistungen:

Fehlbelichtungen und Mehraufwand aufgrund von unvollständigen oder fehlerhaften Dateien, falschen Einstellungen oder unvollständigen Angaben werden berechnet. Das gilt gleichermaßen für zusätzliche Satz- und Lithoarbeiten sowie für die Erstellung fehlender Proofs.

Alle anderen Arbeiten im Bereich der Druckvorstufe bitte in der Anzeigenabteilung erfragen.

Druckunterlagen

Digitale Daten. Die Übernahme der Anzeigendaten erfolgt entsprechend den o. g. Richtlinien.

Bitte ausfüllen!

Checkliste für digitale Anzeigen

Unser Partner für die technische Abwicklung digitaler Anzeigen:

Satz+Layout Werkstatt Kluth GmbH
Dieselstraße 20
50374 Erftstadt
☎ **02235 8096-70**

Wenn diese Checkliste ausgefüllt ist, bitte per Fax an
und Daten bis max. 15 MB per Mail an

📄 **02235 8096-71**
@ **anz.digital@slw-kluth.de**

Daten über 15 MB bitte auf Datenträger (z.B. CD-ROM) speichern und mit den Prints/Proofs an Firma Kluth senden! Übertragungen via ISDN oder FTP-Server sind auf Wunsch möglich. Dazu bitte Firma Kluth kontaktieren. Auch für den Datenversand gilt als letzter Abgabetermin der veröffentlichte Anzeigenschluss!

Anzeige ist für **Zeitschrift** (Zeitschrift/Ausgabe)
(Beispiel: FLIESEN & PLATTEN 05/2013)

Dateiname der Hauptdokumentdatei
(Beispiel: Kundename_Motivname.qxd)

Format + Farbigkeit/Anschnitt der Anzeige
(Beispiel: 1/1 Seite, 4c, Anschnitt)

Geliefertes **Dateiformat**
(Schriften eingebettet, mit Beschnittmarken)

Verwendete **Programme**
(bei Lieferung offener Dateien Programmversion
bitte jeweils hinter das Programm schreiben)

Bitte keine ICC-Profile verwenden

Verwendete **ISO-Skalenfarben:**

Sonderfarben (HKS, Pantone)

Alle verwendeten **Schriften** (möglichst als Postscript-
oder Open-Type-Fonts) inklusive Screen- und
Printerfonts sind beigelegt oder in Zeichenwege
umgewandelt?

Importe: Bilder/Grafiken/Logos beigelegt?
(Formate bitte nur EPS oder TIF)

Komprimierte Bilder sind gekennzeichnet?

Auflösung bei Rasterabbildungen beträgt
mind. 250 dpi. Auflösung bei Strich-
abbildungen mind. 600 bis max. 1200 dpi.?

Bei Farbanzeigen: **Proof** folgt per Post

Bitte erstellen Sie uns ein Proof!

Mehrkosten: A4: 23,- Euro

A3: 42,- Euro

Die Nachbearbeitung fehlerhafter Daten wird nach
anfallendem Zeitaufwand in Rechnung gestellt.

Bei sw-Anzeigen: **Ausdruck** anbei?

Diese Checkliste gefaxt/dem Datenträger beigelegt?

FLIESEN & PLATTEN

druckfähiges PDF EPS Tiff/Photoshop

Macintosh: QuarkXPress InDesign
 Freehand Illustrator

Windows: QuarkXPress InDesign

cyan magenta yellow schwarz

Hinweis zur Gewährleistung:

Wir können nur auf die Druckplatte belichten,
was auf den Datenträgern vorhanden ist bzw.
was uns übermittelt wurde. Für Abweichungen
in Texten, Abbildungen und Farben können wir
keinerlei Haftung übernehmen. Alle weiteren
Details finden sie in den Metadaten auf dem
Informationsblatt „Digitale Druckunterlagen“.

Ansprechpartner + Rufnummer für Rückfragen:

Datum: _____

Unterschrift und Firmenstempel:



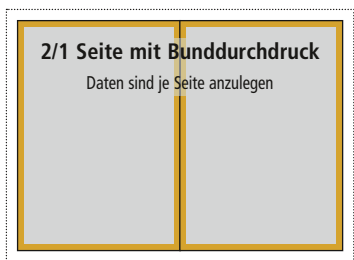
DAMIT SIE
BESCHIED
WISSEN

Rudolf Müller

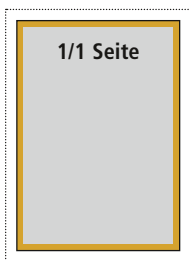


Beispiele für Anzeigenformate und Platzierungsmöglichkeiten im Textteil sowie Sonderwerbformen

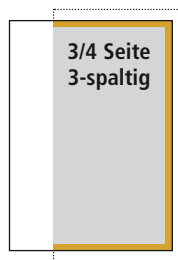
Heft-Format: 210 x 297 mm Anzeigen-Formatangaben: Breite x Höhe Satzspiegel-Format Netto-Format Anschnitt-Format inkl. 3 mm Beschnittzugaben außen



- 203 x 267 mm je Seite
- 420 x 297 mm komplett
- 216 x 303 mm je Seite



- 188 x 267 mm
- 210 x 297 mm
- 216 x 303 mm

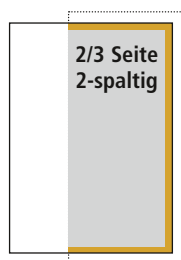


- 140 x 267 mm
- 150 x 297 mm
- 153 x 303 mm

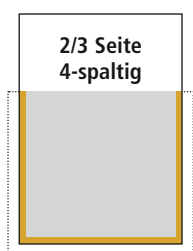
Sonderwerbformen



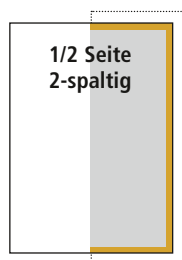
- 60 x 60 mm
- 63 x 63 mm



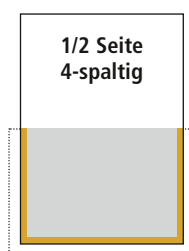
- 120 x 267 mm
- 131 x 297 mm
- 134 x 303 mm



- 188 x 178 mm
- 210 x 193 mm
- 216 x 196 mm



- 92 x 267 mm
- 102 x 297 mm
- 105 x 303 mm



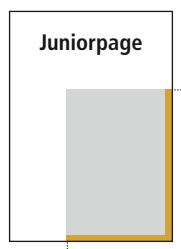
- 188 x 131 mm
- 210 x 146 mm
- 216 x 149 mm



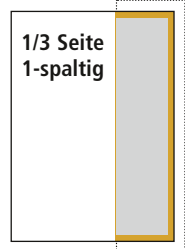
- Mind.format: 44 x 44 mm
- Max.format: 92 x 92 mm



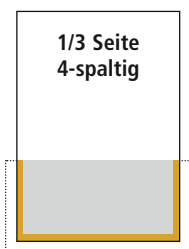
- 210 x 297 mm
- 216 x 303 mm



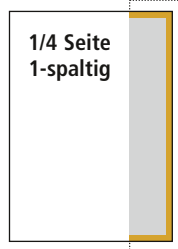
- 140 x 185 mm
- 150 x 200 mm
- 153 x 203 mm



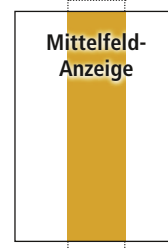
- 60 x 267 mm
- 70 x 297 mm
- 73 x 303 mm



- 188 x 87 mm
- 210 x 102 mm
- 216 x 105 mm



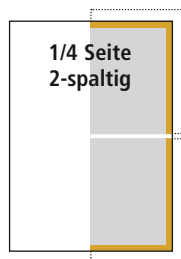
- 44 x 267 mm
- 54 x 297 mm
- 57 x 303 mm



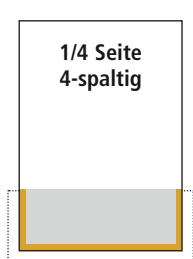
- 60 x 297 mm
- 60 x 303 mm



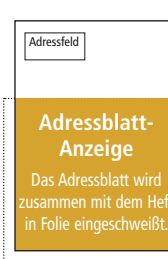
- 210 x 87 mm
- 216 x 87 mm



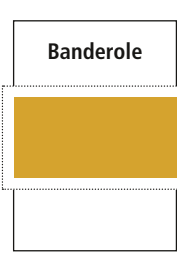
- 92 x 131 mm
- 102 x 146 mm
- 105 x 149 mm



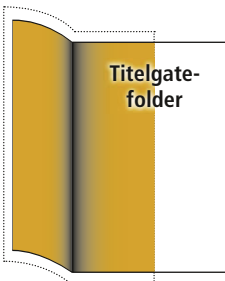
- 188 x 63 mm
- 210 x 78 mm
- 216 x 81 mm



- 210 x 193 mm
- 216 x 196 mm



- Höhe: mindestens 100 mm maximal 200 mm
- Breite auf Anfrage



- Ausklappbare Titelseite; Werbemöglichkeit auf Innenklappe und der von der Klappe abgedeckten Titelseitenfläche (Formate auf Anfrage)



FLIESEN & PLATTEN

Organ des Fachverbandes Fliesen und Naturstein im ZDB e.V.

Media- Informationen 2013

Beihefter

Formate und technische Angaben



Beihefter

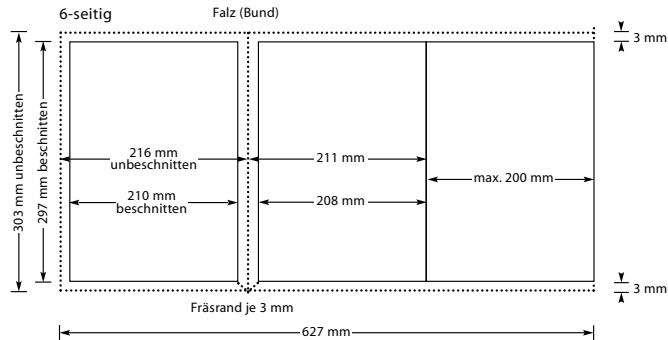
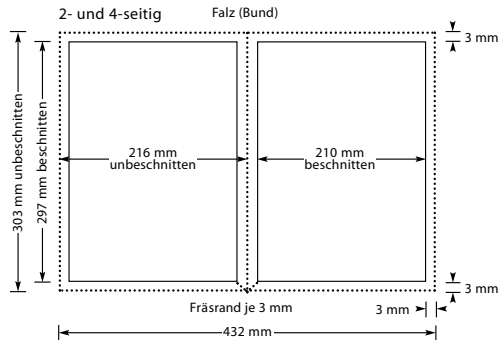
Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist ein verbindliches Muster, notfalls ein Blindmuster mit Größen- und Gewichtsangabe, vorzulegen. Mindestpapiergewicht für 1 Blatt 100 g/m², mehrseitige Beihefter auf Anfrage.

Beihefter müssen so gestaltet werden, dass sie als Werbung erkennbar sind, nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können und dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungtreibenden werben. Die Platzierung von Beiheftern ist abhängig von den technischen Möglichkeiten. Beihefter, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach vorheriger, vom Verlag einzuholender Zustimmung der Post angenommen werden.

Formate

- 1 Blatt (= 2 Seiten) unbeschnitten 216 mm breit x 303 mm hoch
- 2 Blatt (= 4 Seiten) unbeschnitten 432 mm breit x 303 mm hoch
- 3 Blatt (= 6 Seiten) unbeschnitten 627 mm breit x 303 mm hoch
- 4 Blatt (= 8 Seiten) Format auf Anfrage

Beschnittschema für Klebebindung (gelumbeckt)



Benötigte Auflage

11.800 Exemplare einschließlich Zuschuss

Anlieferstermin

Bis spätestens 10 Tage vor Erscheinen der betreffenden Ausgabe.

Technische Angaben

Beihefter sind unbeschnitten anzuliefern. Mehrblättrige Beihefter müssen entsprechend gefalzt angeliefert werden. Die Vorderseite des Beihefters ist zu kennzeichnen. In der Art und Ausführung müssen Beihefter so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Aufbereitung und Bearbeitung nicht erforderlich ist. Erschwernisse und zusätzliche Falz- und Klebearbeiten werden gesondert in Rechnung gestellt. Bei mehrblättrigen Beiheftern muss der Beihefter zum Bund, also in Einsteckrichtung, geschlossen sein. In allen anderen Fällen muss ein Erschwerniszuschlag berechnet werden.

Lieferanschrift

AZ Druck und Datentechnik GmbH
Heisinger Str. 16, 87437 Kempten

Liefervermerk: „FLIESEN & PLATTEN“ Ausgabe ...



Organ des Fachverbandes Fliesen und Naturstein im ZDB e.V.

1 Beilagen

Bedingung für die Auftragsannahme und -bestätigung durch den Verlag ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters, mit Größen- und Gewichtsangabe. Beilagen dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungtreibenden werben. Sie müssen so gestaltet sein, dass sie mit dem Textteil der Zeitschrift nicht verwechselt werden können. Die Platzierung erfolgt den technischen Möglichkeiten entsprechend.

Beilagenhinweis

Ein Beilagenhinweis wird kostenlos im Anzeigenteil aufgenommen.

Benötigte Auflage

11.800 Exemplare einschließlich Zuschuss, Teilbeilagen auf Anfrage

Anlieferungstermin

Bis spätestens 10 Tage vor Erscheinen der betreffenden Ausgabe.

Format

Druckerzeugnisse: lose eingelegt, max. 205 mm x 290 mm
Elektronische Datenträger (z. B. CD-ROM) und sonstige Gegenstände (z. B. Warenmuster): lose eingelegt, max. 30 mm Höhe

Technische Angaben

Beilagen werden lose eingelegt. Sie müssen aus einem Stück bestehen und so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Verarbeitung entfällt. Erschwernisse bei der Verarbeitung und zusätzliche Arbeiten (z.B. Falzen) werden gesondert in Rechnung gestellt. Beilagen, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters zur Prüfung der Möglichkeiten von Verarbeitung und Versand angenommen werden. Sofern die Beilage aus mehreren Blättern besteht, muss sie zum Bund, also in Einsteckrichtung, geschlossen sein.

2 Aufgeklebte Werbemittel

Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage des Anzeigenmotivs mit aufgeklebtem Werbemittel (Standmuster), notfalls eines Blindmusters, erforderlich. Elektronische Datenträger und sonstige Gegenstände können nur gegen Vorlage eines verbindlichen Musters angenommen werden.

Benötigte Auflage

11.800 Exemplare einschließlich Zuschuss

Anlieferungstermin

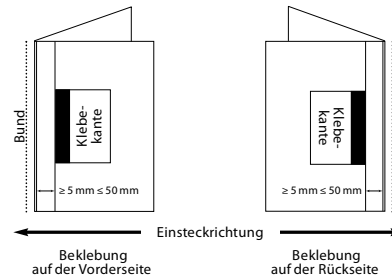
Bis spätestens 10 Tage vor Erscheinen der betreffenden Ausgabe.

Format

Für aufgeklebte Postkarten gelten die Vorschriften der Deutschen Post AG.
Aufgeklebte Warenmuster auf Anfrage, max. 30 mm Höhe.

Technische Angaben

Bei aufgeklebten Werbemitteln müssen die Klebekanten in Bundrichtung liegen; mindestens 5 mm vom Bund heraus und maximal 50 mm vom geschlossenen Bund in die Seite hinein (siehe Skizze).



Lieferanschrift

Hartmann GmbH
Gewerbestraße 6–8, 86860 Jengen

Liefervermerk: „FLIESEN & PLATTEN“ Ausgabe ...



1 Web-Adresse (URL) <http://www.fliesenundplatten.de>

2 Kurzcharakteristik **www.fliesenundplatten.de** ist die erste Adresse für die Fliesenbranche im Internet und die Online-Plattform zu den crossmedial vernetzten Informationsangeboten von FLIESEN & PLATTEN. **www.fliesenundplatten.de** ist mit den vielfältigen und stets aktuellen Informationen über Technik, Gestaltung und Trends und dem Stellenmarkt ein unverzichtbarer Begleiter für die Profis der Fliesenbranche.

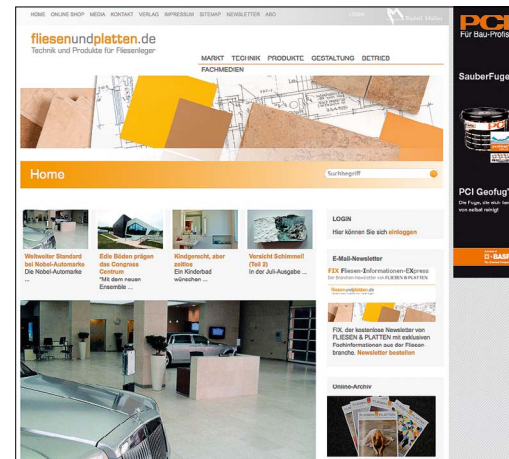
Zugriffe im Mai 2012:

Visits: 8.960

Page Impressions: 22.350

3 Zielgruppe Fliesen-, Platten- und Mosaikleger, Fliesen- und Baustoffhändler, Planer und Architekten, Hersteller, Werks- und Handelsvertreter

4 Verlag Verlagsgesellschaft Rudolf Müller GmbH & Co. KG
Postanschrift: Postfach 41 09 49, 50869 Köln
Hausanschrift: Stolberger Str. 84, 50933 Köln
Telefon: 0221 5497-100
Telefax: 0221 5497-326
Internet: www.rudolf-mueller.de
E-Mail: service@rudolf-mueller.de



**Ansprechpartner
Redaktion**

Sabina Grafen
Telefon: 0221 5497-205, Telefax: 0221 5497-6205
E-Mail: red.fliesen@rudolf-mueller.de

**Ansprechpartner
Online-Werbung**

Volker Kunz
Telefon: 0221 5497-231, Telefax: 0221 5497-6261
E-Mail: anz.fliesen@rudolf-mueller.de



1 Werbeformen und Preise

Werbeform	Platzierung	Format (Breite x Höhe in Pixel)	Preis in Euro für 4 Wochen
Super Banner	Homepage u. Markt	Kopf/Fuß 728 x 90	1.670,- / 1.510,-
	Techn. u. Produkte	Kopf/Fuß 728 x 90	1.070,- / 975,-
Skyscraper	Homepage u. Markt	120 x 600	1.625,-
	Techn. u. Produkte	120 x 600	1.040,-
Wide Skyscraper	Homepage u. Markt	160 x 600	1.730,-
	Techn. u. Produkte	160 x 600	1.115,-
Expandable Skyscraper	Homepage u. Markt	420 (160) x 600	1.840,-
	Techn. u. Produkte	420 (160) x 600	1.185,-
Full Banner	Homepage u. Markt	Kopf/Fuß 468 x 60	1.195,- / 1.080,-
	Techn. u. Produkte	Kopf/Fuß 468 x 60	765,- / 695,-
Half Banner	Homepage u. Markt	Kopf/Fuß 234 x 60	710,- / 650,-
	Techn. u. Produkte	Kopf/Fuß 234 x 60	465,- / 420,-
Small Banner	Homepage u. Markt	Kopf/Fuß 137 x 60	475,- / 435,-
	Techn. u. Produkte	Kopf/Fuß 137 x 60	310,- / 280,-
Rectangle	Homepage u. Markt	180 x 150	1.300,-
	Techn. u. Produkte	180 x 150	835,-
Medium Rectangle	Homepage u. Markt	300 x 250	1.840,-
	Techn. u. Produkte	300 x 250	1.185,-
Flash Layer	Homepage u. Markt	individuell	auf Anfrage
	Techn. u. Produkte		

Datenvolumen bis 100 KB

Weitere Formate und Preise auf Anfrage Individuelle Sponsoring-Pakete auf Anfrage

Plattformübergreifende Online-Kampagnen sind möglich.

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

Für alle Aufträge gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Verlagsgruppe Rudolf Müller für Werbemittel und Eintragungen in Online-Medien.

Sonderwerbeformen

Werbeform	Platzierung	Format (Breite x Höhe in Pixel)	Preis in Euro pro Minute
Video Ad (Mindestdauer: 1 Minute)	Homepage und Markt	flv oder mp4 / 480 x 270	2.575,-
		(Seitenverhältnis 16:9)	
Video Ad (Mindestdauer: 1 Minute)	Technik und Produkte	flv oder mp4 / 640 x 480	2.575,-
		(Seitenverhältnis 4:3)	
Video Ad (Mindestdauer: 1 Minute)	Technik und Produkte	flv oder mp4 / 480 x 270	1.695,-
		(Seitenverhältnis 16:9)	
Video Ad (Mindestdauer: 1 Minute)	Technik und Produkte	flv oder mp4 / 640 x 480	1.695,-
		(Seitenverhältnis 4:3)	
Werbeform*	Platzierung	Format	... für 4 Wochen
Wallpaper	Homepage und Markt	728 x 90 + 120 x 600	2.490,-
Page Peel (Eselsohr)	Homepage und Markt	100 x 100 + 500 x 500	2.490,-
Angebot des Monats: Button	Homepage und Markt	max. 215 Pixel Breite/ Höhe individuell	1.300,-
Themen-Sponsoring			auf Anfrage

* Datenvolumen bis 100 KB

Eine Visualisierung der Werbeformen mit technischen und erläuternden Beschreibungen finden Sie unter <http://www.rudolf-mueller.de/Online-Werbemittel>.

- 2 **Rabatte**

12 Wochen – 5 %	36 Wochen – 15 %
24 Wochen – 10 %	48 Wochen – 20 %
- 3 **Rubriken**

Markt	Technik	Produkte
Gestaltung	Betrieb	Fachmedien
- 4 **Zahlungsbedingungen**

Zahlung innerhalb von 10 Tagen nach Rechnungsdatum mit 2 % Skonto, innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum netto.
USt.-Ident-Nr.: DE 178716743

Bankverbindung Sparkasse KölnBonn (BLZ 370 501 98), Konto Nr. 560 229 73



1 Zugriffskontrolle –

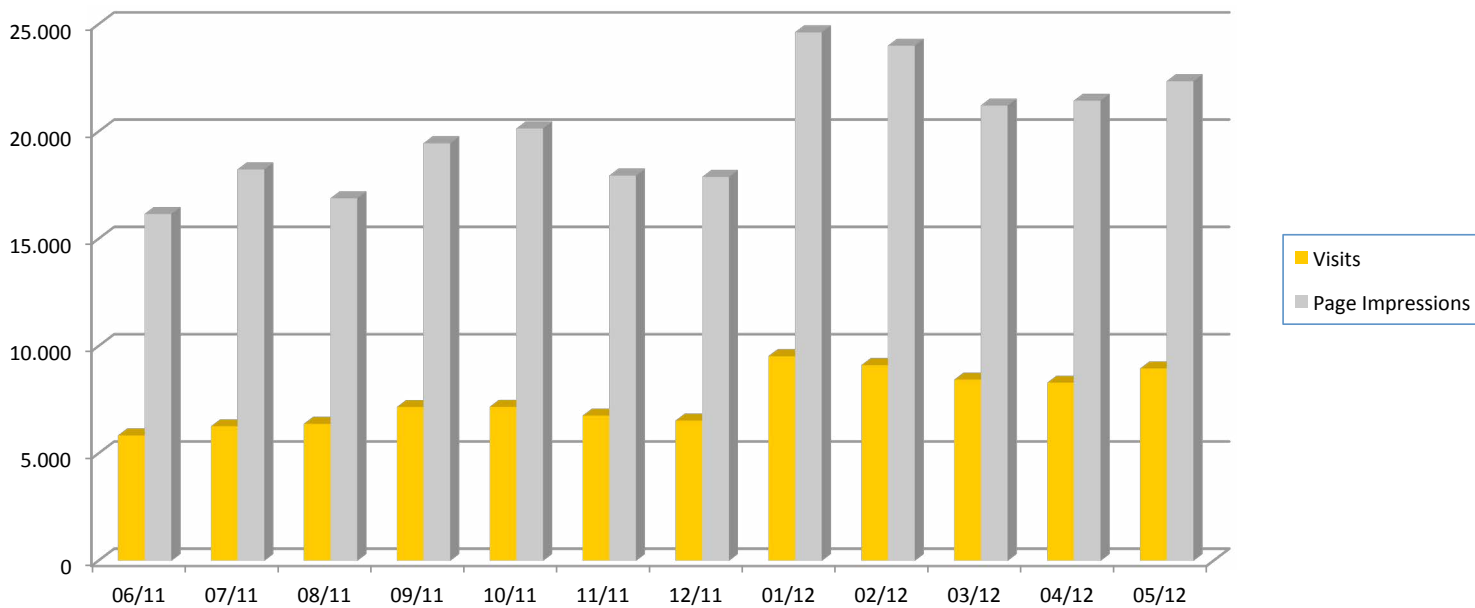
2 Nutzungsdaten

Visits: 8.960 (Mai 2012)

Page Impressions: 22.350 (Mai 2012)

Quelle: etracker

Nutzungsdaten Website fliesenundplatten.de





1 Dateiformate

GIF, JPG max. 100 KB
HTML, FLASH max. 100 KB

Die für jedes Werbemittel angegebenen KB-Angaben sind Maximalgrößen und verstehen sich als die Gesamtsumme aller Daten, die das Werbemittel definieren (inkl. nachzuladende Dateien, Bilder, Flash etc.).

2 Lieferadresse

E-Mail: anz.fliesen@rudolf-mueller.de

3 Lieferfrist

Mindestens 1 Woche vor Schalttermin

Bei der Anlieferung benötigen wir die erforderlichen Meta-Informationen:

- Buchungszeitraum
- Werbeformat
- Kontaktdaten des Ansprechpartners
- Klick-URL
- Alternativ-Datei für Flashdateien: JPG oder GIF

Bei Flash-Versionen:

- Angabe der Flashversion
- Information über Actionscripte
- GIF oder JPG als Fallback im Format der gebuchten Werbeform für User, die kein Flash installiert haben

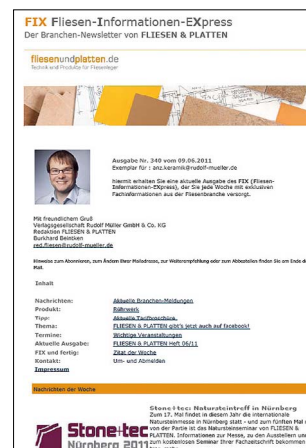
4 Ansprechpartner

Volker Kunz (Anzeigenverkaufsleitung)
Telefon: 0221 5497-231
Telefax: 0221 5497-6261
E-Mail: anz.fliesen@rudolf-mueller.de

Elke Sindermann (Bannerverwaltung)
Telefon: 0221 5497-330
Telefax: 0221 5497-6330
E-Mail: anz.fliesen@rudolf-mueller.de



- 1 **Name** **FIX** Fliesen-Informationen-EXpress
- 2 **Kurzcharakteristik** **FIX** Fliesen-Informationen-EXpress bietet jede Woche topaktuelle Branchenmeldungen, Produktneuheiten und Veranstaltungstermine direkt auf den Bildschirm von über 4.300 Empfängern aus der Fliesenbranche.
- 3 **Zielgruppe** Fliesen-, Platten- und Mosaikleger, Fliesen- und Baustoffhändler, Planer und Architekten, Hersteller, Werks- und Handelsvertreter
- 4 **Erscheinungsweise** wöchentlich
- 5 **Verlag** Verlagsgesellschaft Rudolf Müller GmbH & Co. KG
Postanschrift: Postfach 41 09 49, 50869 Köln
Hausanschrift: Stolberger Str. 84, 50933 Köln
Telefon: 0221 5497-100
Telefax: 0221 5497-326
Internet: www.rudolf-mueller.de
E-Mail: service@rudolf-mueller.de



Ansprechpartner Redaktion

Sabina Grafen
Telefon: 0221 5497-205, Telefax: 0221 5497-6205
E-Mail: red.fliesen@rudolf-mueller.de

Ansprechpartner Anzeigen

Volker Kunz
Telefon: 0221 5497-231, Telefax: 0221 5497-6261
E-Mail: anz.fliesen@rudolf-mueller.de



1 Werbeformen und Preise

Werbeform	Format (Breite x Höhe Pixel)	Datenvolumen (max.)	Preis in Euro pro Versendung/Tsd.
Full Banner	468 x 60	100 KB	230,-
Half Banner	234 x 60	100 KB	125,-
Small Banner	137 x 60	100 KB	75,-
Text-Anzeige	max. 400 Zeichen + Link		165,-
Text-Bild-Anzeige	max. 400 Zeichen + Link	100 KB (nur Bild)	230,-

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

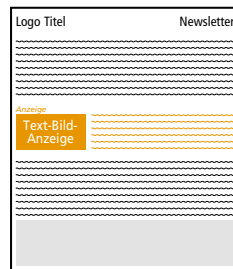
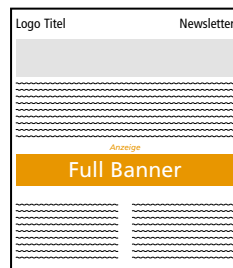
Eine Visualisierung der Werbeformen mit technischen und erläuternden Beschreibungen finden Sie unter <http://www.rudolf-mueller.de/Online-Werbemittel>.

2 Zahlungs- bedingungen

Zahlung innerhalb von 10 Tagen nach Rechnungsdatum mit 2% Skonto, innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum netto.
USt.-Ident-Nr.: DE 178716743

Bankverbindung Sparkasse KölnBonn (BLZ 370 501 98), Konto Nr. 560 229 73

Für alle Aufträge gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Verlagsgruppe Rudolf Müller für Werbemittel und Eintragungen in Online-Medien.



Erscheinungsweise 2013

Versand

Buchung und Daten-
anlieferung

wöchentlich
(Donnerstag)

bis 1 Woche vor Erscheinen



1 Dateiformate

GIF, JPG max. 100 KB
HTML max. 100 KB

Bitmap-Auflösung bei 72 dpi. Bitte geben Sie bei der Datenanlieferung die Verlinkung (z.B. Internetadresse) an!

Die für jedes Werbemittel angegebenen KB-Angaben sind Maximalgrößen und verstehen sich als die Gesamtsumme aller Daten, die das Werbemittel definieren (inkl. nachzuladende Dateien, Bilder etc.).

2 Format des Newsletters

HTML, Text oder PDF

3 Lieferadresse

E-Mail: anz.fliesen@rudolf-mueller.de

4 Lieferfrist

Mindestens 1 Woche vor Schaltertermin

Bei der Anlieferung benötigen wir die erforderlichen Meta-Informationen:

- Buchungszeitraum
- Werbeformat
- Kontaktdaten des Ansprechpartners
- Motivname (optional)
- Klick-URL

5 Ansprechpartner

Volker Kunz (Anzeigenverkaufsleitung)
Telefon: 0221 5497-231
Telefax: 0221 5497-6261
E-Mail: anz.fliesen@rudolf-mueller.de

Elke Sindermann (Bannerverwaltung)
Telefon: 0221 5497-330
Telefax: 0221 5497-6330
E-Mail: anz.fliesen@rudolf-mueller.de

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und andere Werbemittel in Zeitungen und Zeitschriften

1. »Anzeigenauftrag« im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen bzw. anderer Werbemittel eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Ein »Abschluss« ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweilige Veröffentlichung auf Abruf des Auftraggebers erfolgt. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. 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 3 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Aufträge für Anzeigen oder andere Werbemittel, 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.
7. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort »Anzeige« deutlich kenntlich gemacht.
8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen oder andere Werbemittel – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters und dessen Billigung bindend. Andere Werbemittel, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestanteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen für Anzeigen oder andere Werbemittel ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen oder andere Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn zu liefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Für erkennbar ungeeignete oder nicht einwandfreie Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die übliche Druckqualität der Anzeigen oder anderer Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Formatvorgaben und technischen Vorgaben des Verlages bei der Anlieferung der Druckunterlagen erfüllt hat.
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. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige 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 Gläubigers steht oder diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung eines anderen Werbemittels ist eine Rückgängigmachung des Auftrages ausgeschlossen. Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des vertragstypischen, vorhersehbaren Schadens. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde und nur in Höhe des vertragstypischen, vorhersehbaren Schadens. Dies gilt nicht für das Rücktrittsrecht eines Verbrauchers bei einer Pflichtverletzung, die nicht in einem Mangel der Leistung besteht und vom Verlag zu vertreten ist. Die Haftung bei einer Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit bleiben unberührt. Ebenso die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg 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 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 Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der

Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
16. Kosten für die Erstellung von Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung 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 tatsächlich verbreitete Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage von bis zu 50.000 Exemplaren mindestens 20% beträgt. Darüber hinaus sind bei den Abschlüssen Preiserminderungsansprüche 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.
18. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet. 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 500 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.
19. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.

Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich deutschen Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

1. Abbestellungen von Anzeigen-, Beihefter- und Beilagenaufträgen müssen bis zum Anzeigenschluss erfolgen.
2. Der Verlag leistet keine Gewähr bei Verlust einzelner Beilagen auf dem Postweg.
3. Aufzuklebende Werbemittel werden maschinell verarbeitet. Eine Haftung für Standabweichungen kann bis zu einer Toleranzgrenze von drei Millimetern in alle Richtungen von den Ausgangspunkten aus nicht übernommen werden. Punktgenaues Aufkleben ist nur manuell und nach besonderer Beauftragung möglich.
4. Können Mängel an den Druckunterlagen nicht sofort erkannt werden, sondern stellen sie sich erst beim Druck heraus, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche gegen den Verlag.
5. Bei 4c-Anzeigen ist ein verbindlicher Farbdruck zu liefern.
6. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet zwölf Monate nach der erstmaligen Verbreitung der Anzeige.
7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens einer Seite an den Text angrenzen.
8. Platzierungsbestätigungen – außer bei fest bestätigten Vorzugsplätzen – gelten nur unter Vorbehalt und können aus technischen Gründen geändert werden. In solchen Fällen kann der Verlag nicht haftbar gemacht werden.
9. Alle gegenwärtigen und künftigen Forderungen der Agentur gegenüber ihrem Auftraggeber, die Insertion und eventuelle Zusatzkosten betreffend, sind an den Verlag abgetreten. Die Agentur ist ermächtigt, die abgetretene Forderung so lange einzuziehen, wie sie der vertragsgemäßen Zahlungspflicht dem Verlag gegenüber nachkommt. Der Verlag ist grundsätzlich berechtigt, die Abtretung offen zu legen und die Forderung selbst einzuziehen.
10. Werbeagenturen und Werbungsmittlern ist es untersagt, die vom Verlag gewährte Mittelvergütung ganz oder teilweise an ihre Auftraggeber weiterzugeben.
11. Der Verlag speichert die im Verkehr mit den Geschäftspartnern relevanten Daten zwecks Verarbeitung im automatisierten Verfahren.
12. Bei Änderungen der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen auch bei laufenden Aufträgen sofort in Kraft, wenn nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen wurde.
13. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Der Auftraggeber stellt den Verlag von Ansprüchen Dritter frei, die diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden, es sei denn, die Anzeige verstößt in grober Weise erkennbar gegen wettbewerbsrechtliche Bestimmungen. Erscheinen stornierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu.
14. Der Verlag ist berechtigt, die erteilten Anzeigenaufträge im Rahmen seiner technischen und betrieblichen Möglichkeiten ergänzend auch in Online-Diensten zu veröffentlichen. Der Verlag behält sich dabei vor, die für Print vorliegenden Druckunterlagen an die Erfordernisse des Internets anzupassen. Die Online-Darstellung kann vom Druckergebnis in der Printausgabe abweichen.
15. Für Werbe- und Eintragungsaufträge, die sich sowohl auf Zeitschriften oder Zeitungen als auch auf Online-Medien beziehen, gelten jeweils die Allgemeinen Geschäftsbedingungen desjenigen Mediums, in dem der jeweilige Werbe- und Eintragungsauftrag vertragsgemäß erfolgen soll.

Allgemeine Geschäftsbedingungen der Verlagsgruppe Rudolf Müller für Werbemittel und Eintragungen in Online-Medien

1. Vorbemerkung

Die folgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für Verträge über die Schaltung von Werbemitteln und Eintragungen in elektronischen Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem Internet (nachfolgend kurz „Online-Medien“ genannt) der Unternehmen Verlagsgesellschaft Rudolf Müller GmbH & Co. KG, Immobilien Manager Verlag IMV GmbH & Co. KG, Charles Coleman Verlag GmbH & Co. KG, Bruderverlag Albert Bruder GmbH & Co. KG, Feuertrutz GmbH Verlag für Brandschutzpublikationen sowie Verlag Siegfried Rohn GmbH & Co. KG der Verlagsgruppe Rudolf Müller.

Für den Werbe-/Eintragungsauftrag gelten ausschließlich diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Verlages, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers oder sonstiger Inserenten ist, soweit sie mit diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen.

Für Werbe- und Eintragungsaufträge, die sich sowohl auf Online-Medien als auch auf Zeitschriften oder Zeitungen beziehen, gelten jeweils die Allgemeinen Geschäftsbedingungen desjenigen Mediums, in dem der jeweilige Werbe- und Eintragungsauftrag vertragsgemäß erfolgen soll.

2. Werbe-/Eintragungsauftrag

„Werbeauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Online-Medien zum Zwecke der Verbreitung. „Eintragungsauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Eintrages oder mehrerer Einträge in Online-Medien zum Zwecke der Verbreitung.

3. Werbemittel

Ein Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen:

- aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (z. B. Banner),
- aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers liegen (z. B. Link).

Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden als Werbung deutlich kenntlich gemacht.

4. Eintragungen

Eine Eintragung im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen:

- aus einem Eintrag in ein Verzeichnis in Form eines Datensatzes,
- aus einer ausführlichen Information des Auftraggebers als Anhang zum jeweiligen Datensatz,
- aus einem Link auf einen elektronischen Informations- und Kommunikationsdienst des Auftraggebers,
- aus der Schaltung einer E-Mail-Verbindung zum Auftraggeber.

5. Vertragsschluss

Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich durch schriftliche oder durch E-Mail erfolgende Bestätigung des Auftrags zustande.

Auch bei mündlichen oder fermündlichen Bestätigungen liegen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Verlags zugrunde.

Soweit Werbeagenturen Werbeaufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Der Verlag ist berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.

6. Abwicklungsfrist

Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht des Auftraggebers zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Vertragsabschluss abzuwickeln.

7. Auftragsweiterung

Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 6 genannten Frist unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel abzurufen.

8. Nachlasserstattung

Wird ein Werbeauftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten.

Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Werbemitteln innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Vertrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Der Anspruch auf den Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb von drei Monaten nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.

9. Datenanlieferung

Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben des Verlags entsprechende Werbemittel/Einträge rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Mit der Erstellung der Daten für die Einträge kann auch der Verlag beauftragt werden. Hierfür gelten gesonderte Konditionen. Die Pflicht des Verlags zur Aufbewahrung des Werbemittels/Eintrages endet einen Monat nach seiner letztmaligen Verbreitung.

Kosten des Verlags für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen des Werbemittels/Eintrages hat der Auftraggeber zu tragen.

10. Chiffrewerbung

Für den Fall, dass Chiffrewerbung geschaltet werden kann, werden die Eingänge vier Wochen aufbewahrt oder gespeichert. Zuschriften, die in dieser Zeit nicht abgeholt oder abgerufen wurden, werden vernichtet bzw. gelöscht.

Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 50 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen werden nicht entgegengenommen. Eingehende E-Mails werden nur bis zu einer Datenmenge von einem Megabyte je E-Mail weitergeleitet.

11. Ablehnungsbefugnis

Der Verlag behält sich vor, Werbeaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – sowie Einträge abzulehnen bzw. zu sperren, 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 Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist.

Insbesondere kann der Verlag ein bereits veröffentlichtes Werbemittel bzw. einen bereits veröffentlichten Eintrag zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden, auf die durch einen Link verwiesen wird und hierdurch die Voraussetzungen des Absatzes 1 erfüllt werden.

12. Rechtsgewährleistung

Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels/ Eintrages erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt den Verlag im Rahmen des Werbe-/Eintragungsauftrags 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 Online-Medien, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

13. Gewährleistung des Verlags

Der Verlag gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels/Eintrags. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler.

Ein unwesentlicher Fehler in der Darstellung der Werbemittel/Einträge liegt insbesondere vor, wenn er hervorgerufen wird

- durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoft- und/oder Hardware (z. B. Browser) oder
- durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder
- durch Rechnerausfall aufgrund Systemversagens
- durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf so genannten Proxies (Zwischenspeichern) oder
- durch einen Ausfall des Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.

Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 Prozent des vertraglich vereinbarten Schaltungszeitraums) im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels/Eintrags hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlagen oder Unzumutbarkeit der Ersatzwerbung, hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.

Sind etwaige Mängel bei den Werbungs-/Eintragungsunterlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Dies gilt auch bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

14. Leistungsstörungen

Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die der Verlag nicht zu vertreten hat (etwa softwarebedingt oder aus anderen technischen Gründen), insbesondere wegen Rechnerausfalls, höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z. B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt.

Bei Nachholung in angemessener und für den Auftraggeber zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Verlags bestehen.

15. Haftung

Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach folgenden Bestimmungen:

Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des vertragstypischen, vorhersehbaren Schadens. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde und nur in Höhe des vertragstypischen, vorhersehbaren Schadens. Dies gilt nicht für das Rücktrittsrecht eines Verbrauchers bei einer Pflichtverletzung, die nicht in einem Mangel der Leistung besteht und vom Verlag zu vertreten ist. Die Haftung bei einer Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit bleiben unberührt. Ebenso die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

16. Preisliste

Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung im Internet oder anderen Medien veröffentlichte Preisliste. Gegenüber Unternehmen bleibt eine Änderung vorbehalten.

Für vom Verlag bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels/der Eintragung angekündigt werden.

Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des Verlags zu halten.

17. Zahlungsverzug

Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen und Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.

Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen den Verlag, auch während der Laufzeit des Vertrages, das Erscheinen weiterer Werbemittel/Einträge ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

18. Kündigung

Kündigungen von Werbe-/Eintragungsaufträgen müssen schriftlich oder per E-Mail erfolgen.

19. Datenschutz

Der Werbe-/Eintragungsauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

20. Erfüllungsort/Gerichtsstand

Erfüllungsort ist der Sitz des Verlags.

Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlags. Soweit Ansprüche des Verlags nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Es gilt deutsches Recht.

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 deutschen Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlags vereinbart, wenn der Vertrag schriftlich geschlossen wurde.