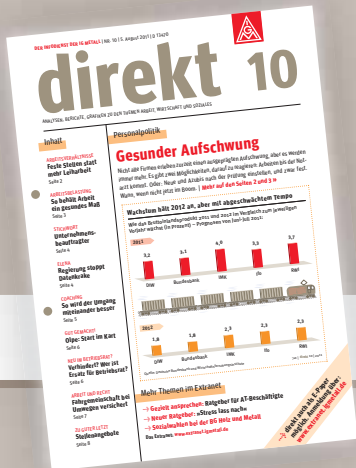




direkt

2012



Mediadaten Nr. 7 | gültig für 2012

120.000 Druckauflage
(Stand August 2011)



... gezielt
Interessen
vertreten ...



... Arbeit,
die Zeit zum
Leben lässt ...



... den Jungen
Perspektiven
geben ...

2	Info-Dienst	6	Konditionen . Rabatte
3	Termine	7	Daten
4	Formate . Preise	8	Kombi mit „metallzeitung“
5	Beilagen	9	Allgemeine Geschäftsbedingungen

Ihr Partner für Medien

Wir, die **Zweiplus Medienagentur**, sind die Marketingagentur der Magazine der IG Metall und betreuen neben der „direkt“ weitere Publikationen. Wir haben uns auf Verbände und Organisationen spezialisiert. Seit 1992 arbeiten wir in den Bereichen Freizeit, Mobilität, Politik, Soziales, Umwelt und Natur. Unsere Kunden profitieren von unserer Kompetenz im Marketing, beim Gestalten und Produzieren zahlreicher Magazine sowie beim Vertrieb von Medienprodukten. Wir sind in den jeweiligen Branchen unserer Kunden bestens vernetzt und identifizieren uns mit deren ethischen Grundsätzen.

Wir setzen höchste Maßstäbe an

- zuverlässige Qualität
- faires Miteinander
- nachhaltiges Arbeiten und Wirken sowie
- hundertprozentige Unabhängigkeit der Redaktionen, mit denen wir zusammenarbeiten.

Maßstäbe, die selbstverständlich auch für die von uns vertretenen Verbände und Medien gelten.

Gerne informieren wir Sie über unsere Dienstleistungen rund um die Themen Zeitschriften, Anzeigenmarketing und Vertrieb.

Der Info-Dienst der IG Metall und die Leser

Der Informationsdienst „direkt“ erreicht die Leser im Arbeitsumfeld, als Abonnement direkt auf den Schreibtisch. Die Leser sind die Funktionäre der IG Metall. Zum einen hauptamtliche IG Metall-Mitarbeiter in den Bezirksleitungen und den Verwaltungsstellen. Sowie auch ehrenamtliche IG Metall-Mitarbeiter wie etwa Betriebsräte oder Vertrauensleute.

Die Zielgruppe sind also Entscheidungsträger sowie Meinungsbildner innerhalb der IG Metall. Sie sind aber auch Kraft des Betriebsverfassungsgesetzes Entscheider im Betrieb bei allen mitbe-

stimmungspflichtigen Themen. Betriebsräte können von ihrem Anhörungsrecht Gebrauch machen. Dies betrifft beispielsweise Arbeitskleidung oder Anbieter von betrieblicher Altersvorsorge.

„direkt“ ist das relevante Print Medium, das die Betriebsräte, JAVis und Vertrauensleute der IG Metall über alle aktuellen gewerkschaftlich brisanten Themen informiert. Innerhalb der Tarif-, Betriebs-, Sozial- und Arbeitsmarktpolitik, Mitbestimmung, Berufs- und Weiterbildung, Jugend und Branchen.

Distribution

120.000 Exemplare im Posteinzelversand

Erscheinungsort

Frankfurt am Main

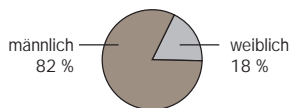
Erscheinungsweise

15 x im Jahr

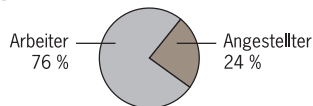
Verbreitungsgebiet

Bundesrepublik Deutschland

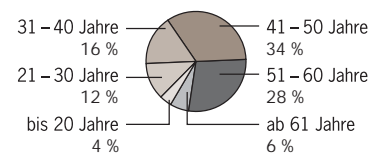
Geschlecht



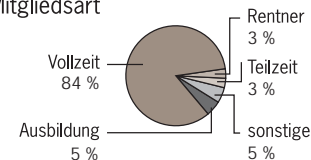
Tätigkeit



Alter



Mitgliedsart



Erscheinungstermine 2012

Ausgabe	Erscheinungs- termin	Anzeigen- schluss
1	13.01.2012	09.12.2011
2	03.02.2012	13.01.2012
3	02.03.2012	10.02.2012
4	23.03.2012	02.03.2012
5	13.04.2012	23.03.2012
6	04.05.2012	13.04.2012
7	25.05.2012	04.05.2012
8	15.06.2012	25.05.2012

Ausgabe	Erscheinungs- termin	Anzeigen- schluss
9	06.07.2012	15.06.2012
10	03.08.2012	13.07.2012
11	07.09.2012	17.08.2012
12	28.09.2012	07.09.2012
13	19.10.2012	28.09.2012
14	09.11.2012	19.10.2012
15	07.12.2012	16.11.2012

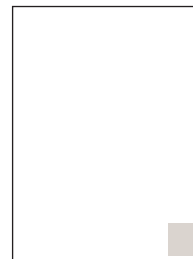
Anlieferung der Druckvorlagen 2 Werktage
nach Anzeigenschlusstermin

Druckauflage – 120.000 Exemplare

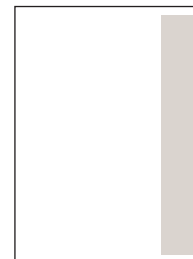
Größe in Seitenteilen	Formate (in mm)		Preise in €
	Breite	Höhe	s/w – 4-farbig
Seite 3 – mini	31	37	390,-
Seite 5 – 1/3 hoch	40	271	3.910,-
Seite 5 – 1/4 eck	87	134	3.140,-
Seite 5 – 1/8 quer	87	68	1.650,-
Seite 5 – 1/2 hoch	81	271	5.840,-
U4 – big	129	86	3.460,-

Formate nur im Satzspiegel möglich.

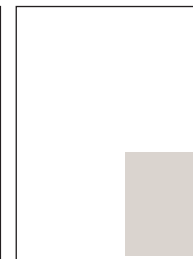
Platzierungen nur auf den Seiten 3, 5 und U4.



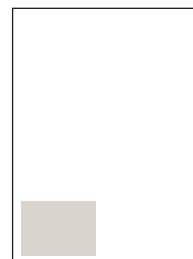
Seite 3 – mini
31 x 37



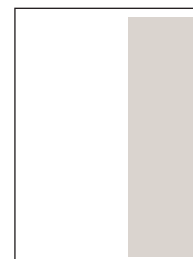
Seite 5 – 1/3 hoch
40 x 271



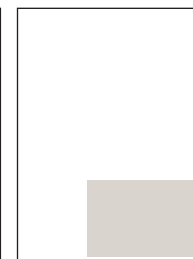
Seite 5 – 1/4 eck
87 x 134



Seite 5 – 1/8 quer
87 x 68



Seite 5 – 1/2 hoch
81 x 271



U4 – big
129 x 86

Mehr Aufmerksamkeit durch besondere Formate

Zusätzlich zu den üblichen Anzeigenformaten bieten wir Ihnen eine zusätzliche Werbemöglichkeit – die Beilage. Sie animiert den Leser sich intensiver mit dem Produkt auseinanderzusetzen und wird dabei als originelle, sympathische und informative Werbung begrüßt.

Nutzen Sie Beilagen als Erweiterung für Ihre klassische Kampagne oder um Highlights zu setzen, zum Beispiel bei Neueinführungen oder Aktionen. Wir beraten Sie gerne.

Beilagen sind der Zeitschrift lose beigefügte Drucksachen. Sie können verarbeitungsfertig vom Auftraggeber angeliefert oder auf Anfrage durch uns hergestellt werden.

Belegung

- Gesamtauflage

Beilagen

bis 15g	75,- €/Tsd.
höhere Gewichte nur nach Rücksprache	

Papiergewicht

auf Anfrage

Mindestformat

105 mm x 148 mm

Höchstformat

190 mm x 280 mm

Anlieferung von Beilagen

erfolgt frei Haus Druckerei 10 Werktage vor dem jeweiligen Erscheinungstermin.

Es gibt viele Möglichkeiten, eine Beilage zu gestalten:



Beilagen mit Warenproben
bis 25g

79,- €/Tsd.



CD-Rom-Beilagen in geschl. Hülle
bis 25g

79,- €/Tsd.



Postkarten-Beilage

75,- €/Tsd.



Booklet- und Poster-Beilagen

nach Gewicht

Frühbucher-Rabatt Für Anzeigenbuchungen, die bis 30. November 2011 vorliegen, 7,5 %.

Rabatte nach Malstaffel

2 Anzeigen in 12 Monaten	3 %
5 Anzeigen in 12 Monaten	5 %
11 Anzeigen in 12 Monaten	10 %
15 Anzeigen in 12 Monaten	15 %

Agentur-Rabatt Wir gewähren Agenturen einen Rabatt von 20 %.

Kombi-Rabatt Bei zusätzlicher Schaltung in „metallzeitung“, 5 % Rabatt.

Treue-Rabatt Kunden, die jährlich mind. 8 Anzeigen bei uns beauftragen, belohnen wir für eine ununterbrochene Buchungstreue von mind. 5 Jahren mit 2,5 %, mind. 10 Jahren mit 7,5 %, mind. 15 Jahren mit 14 % zusätzlichem Treuerabatt.

Sonderrabatte Bei besonderen Anlässen (z.B. Firmenjubiläum etc.) können Sie Anzeigen in den Formaten 1/1 und 1/2 mit einmaligem Sonderrabatt von 50 % buchen. Zusätzliche Rabatte (AE etc.) sind nicht möglich.

Präambel Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass wir aus Rücksicht auf unsere Kunden jegliche Rabattform konsequent nur für zukünftige Erscheinungstermine und nicht rückwirkend gewähren können. Vielen Dank.

Platzierungszuschläge Es werden keine Zuschläge erhoben. Wir bieten folgende Platzierungsmöglichkeiten an: Auf den Seiten 3, 5 und auf der Umschlagseite 4.

Farbzuschläge gelten für Normfarben nach Euroskala und werden voll rabattiert. Für den Druck von Sonderfarben, die durch Zusammendruck nicht erreichbar sind, werden entstehende Mehrkosten berechnet. Diese Kosten sind nicht rabattfähig. Geringe Tonwertabweichungen sind im Toleranzbereich des Offset-Druckverfahrens begründet.

Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Preisänderungen bleiben vorbehalten. Es gilt die am Erscheinungstag gültige Preisliste.

Bankverbindung Sparkasse Darmstadt, BLZ 508 501 50, Konto 11 004 431

Portomehrkosten Beilagen Zusätzlich berechnet werden die zum Zeitpunkt des Erscheinens geltenden Portomehrkosten. Diese sind nicht rabattierbar und werden für die Abonnentenaufgabe vorab in Rechnung gestellt.

Zahlungen sind 10 Tage nach Erhalt der Rechnung fällig. Verzugszinsen werden in der Höhe der banküblichen Zinsen für Dispositionskredite berechnet. Bankeinzug ist möglich.

Geschäftsbedingungen Für die Abwicklung von Aufträgen gelten die aktuellen Geschäftsbedingungen.

Rücktrittstermine Stornierungen sind bis Anzeigenschluss ohne Berechnung einer Stornogebühr möglich. Für Stornierungen bis eine Woche nach Anzeigenschluss erheben wir eine Stornogebühr von 10 % des Nettopreises; bei Stornierungen danach muss der volle Anzeigenpreis entrichtet werden. Abweichend hiervon gilt für Beilagen-Buchungen: Stornierungen sind bis vier Wochen vor Anzeigenschluss des Hauptmediums möglich. Für Stornierungen nach Beginn dieser Frist bis zum Anzeigenschluss fällt eine Stornogebühr von 10 % des Nettopreises an; bei Stornierungen nach Anzeigenschluss ist der volle Preis zu entrichten.

Datenformate

- **PDF 1.3** mit eingebetteten Schriften, Farb-/Graustufenbilder in 300 dpi.
- **Offene Dateien** (Quark, InDesign) mit verwendeten Bildern und Schriften, wenn diese nicht als Outline oder Kurven umgewandelt wurden
- **Platzierte EPS-, Tiff- und andere Dateien** (ebenfalls mit den enthaltenen Schriften)

Datenlieferung

- **per E-Mail**
an produktion@zweiplus.de
- **digitale Daten per CD**
an Zweiplus Medienagentur
Produktion direkt
Pallaswiesenstraße 109
64293 Darmstadt
- **per FTP-Server:** Zugangsdaten auf Anfrage bei Frau Raabe, 06151 8127-203

Heftformat 210 mm x 297 mm

Satzspiegel 176 mm x 271 mm

Beschnittzugabe Außenseiten je 5 mm

Druckverfahren Rollenoffset, Rückendrahtheftung

Papier 90 g/qm, Optisilk Bilderdruck, holzfrei, matt gestrichen

Rasterweite 70 Linien/cm

Rasterpunktform Runder Punkt

Anfangston Der erste druckende Ton liegt bei ca. 5 %, Bildbegrenzungen sollten 8 % Ton haben.

Papierfärbung Aufgrund der Papierfärbung, mit 72er Weiße, von 5 % Grundtönung sollten Spitzlichter punktfrei gehalten werden, damit die Bilder nicht verflachen; laut Herstellerangabe entspricht die Grundfärbung 10 % Yellow, 7 % Cyan und 5 % Magenta.

Kontrast Es ist auf eine kontrastreiche Wiedergabe zu achten. Die Tonwertbereiche Mittelton zu 3/4 Ton und Tiefe sollten Kontrast aufweisen, denn durch die Papiereigenschaften verflachen diese Bereiche. Deshalb sollten die Mitteltonbereiche etwas offener gehalten werden.

Lithoaufbau Die Reproduktion sollte mit einem Unbuntanteil (max. 30 %) und einer guten Schwarzdurchzeichnung aufgebaut sein.

Tonwertzuwachs

Kontrollfeld	40 %	80 %	Volltondichte
Cyan	16 %	11 %	1,43
Magenta	16 %	11 %	1,33
Yellow	16 %	11 %	1,26
Schwarz	16 %	11 %	1,75

Druckreihenfolge Schwarz, Cyan, Magenta, Yellow

Plattenkopie CTP

Flächendeckung Max. 300 %

Proofs oder Kontrollausdrucke Um Fehler zu vermeiden, ist es bei der Übermittlung der digitalen Daten unbedingt erforderlich, dass folgende Unterlagen zur Kontrolle vorliegen:

- s/w: Ausdruck
- farbig: Einen mit den digitalen Daten identischen, farbverbindlichen Proof erstellt mit Medienkeil nach ISOwebcoated.icc.

Hinweis Aufgrund der Herstellungsweise des Papiers können leichte Farbabweichungen entstehen, die aber keinen Grund für eine Reklamation darstellen.

Ohne entsprechenden Ausdruck oder Farbproof kann keine Gewähr für die Vollständigkeit der belichteten Daten und des Druckergebnisses übernommen werden.

Die metallzeitung
Information für 2.208.709
Abonnenten (IWW, 2. Quartal 2011)

metallzeitung ist das Informationsmagazin der IG Metall und erreicht als weltweit auflagenstärkste Gewerkschaftszeitung jeden Monat

Bei zusätzlicher Schaltung
 in „metallzeitung“
 der IG Metall gewähren wir
5 % Rabatt

- mehr als 3 Millionen Leser
- ohne Streuverluste

Druckauflage

2.213.441



Abonnement

2.208.709

Freistücke

1.043

Verbreitung

2.209.752 – IWW-Meldung 2. Quartal 2011

Erscheinungsort

Frankfurt am Main

Erscheinungsweise

12 x im Jahr

Verbreitungsgebiet

Bundesrepublik Deutschland



Die Inhalte der metallzeitung:

- gesellschaftspolitische Themen
- arbeitspolitische Themen
- Betriebsratsarbeit
- Tarifabschlüsse
- sozialpolitische Forderungen der IG Metall

Für den Leser bedeutet das: hoher Nutzen durch Information und Service, abgestimmt auf seine persönlichen Interessen und Bedürfnisse. Die vielen Interaktionsmöglichkeiten werden intensiv genutzt, es besteht eine starke Bindung der Abonnenten an das Medium.

Außer den Mitgliedern der Gewerkschaft lesen die metallzeitung auch andere interessierte Multiplikatoren: Führungskräfte, Wissenschaftler, Juristen, Journalisten und Politiker.

Für Anzeigen und Fremdbeiträge in Zeitungen und Zeitschriften

1. Anzeigenauftrag im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Interessenten in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung.

2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

5. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bei 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. Textteilanzeigen sind Anzeigen, die

maximal mit einer Anzeigenseite an den Text angrenzen! Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

6. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

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

8. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde.

Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages.

Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind auch bei telefonischer Auftragserteilung ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schaden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen, die nicht leitende Angestellte sind; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt.

Reklamationen müssen, außer bei nicht offensichtlichen Mängeln, innerhalb vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

9. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und nur für Textteilanzeigen geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.

10. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, nächstrealisierbare Anzeigengröße der Berechnung zugrunde gelegt. Preisänderungen bleiben vorbehalten. Es gilt die am Erscheinungstag gültige Preisliste.

11. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt.

Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

12. 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 offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

13. 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.

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

15. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisermäßigung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden

Insertionsjahres, die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage, oder wenn eine Auflage nicht genannt ist, die durchschnittlich verkaufte Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisermäßigung berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exempl. 20 v.-H., bei einer Auflage bis zu 100.000 Exempl. 15 v.-H., bei einer Auflage bis zu 500.000 Exempl. 10 v. H., bei einer Auflage über 500.000 Exempl. 5 v.-H. beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisermäßigungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

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

17. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen der Gerichtsstand des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nichtkaufleuten, 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 des Verlages vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

a) Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen

mit den Werbung Treibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

b) Die allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beihefter oder technische Sonderausführungen. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.

c) Bei Neuaufnahme einer Geschäftsverbindung behält sich der Verlag vor, Vorauszahlung zum Anzeigenabschlussstermin zu verlangen.

d) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden.

e) Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, Arbeitskämpfe, 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.



Gerne informieren wir Sie über unsere Dienstleistungen rund um das Thema Zeitschriften und Vermarktung.

Marketingagentur

Zweiplus Medienagentur
 Petra Wedel e. K.
 Pallaswiesenstraße 109
 64293 Darmstadt
 Tel. 06151 8127-0
 Fax 06151 893098
 www.zweiplus.de



Anzeigenleitung

Annette Selzer

Tel. 06151 8127-200, selzer@zweiplus.de

Anzeigenverkauf und Beratung

Nicole Deege

(Beilagen, Sonderwerbformen und Kooperationen)

Tel. 06151 8127-101, deege@zweiplus.de

Claudia Schmidt

Tel. 06151 8127-207, claudia.schmidt@zweiplus.de

Anzeigendisposition

Doreen Raabe

Tel. 06151 8127-203, raabe@zweiplus.de

Christine Schäffer

Tel. 06151 8127-205, schaeffer@zweiplus.de

Herausgeber

IG Metall

Wilhelm-Leuschner-Straße 79

60329 Frankfurt am Main

www.igmetall.de

Redaktion

Susanne Rohmund (Chefredakteurin)

Vertrieb

Reinhold Weißmann

Fax 069 6693-2538

vertrieb@igmetall.de