



# Mediadaten 2022

mit Preisliste und Allgemeinen Geschäftsbedingungen

gültig ab 1. Januar 2022

Titelporträt.....	2-5
Anzeigen.....	6-8
Beilagen.....	9-10
Geschäftsbedingungen.....	11-15
Verlagsangaben .....	16



Wohnhandwerker

Magazin des Wirtschaftsverbandes Holz und Kunststoff Saar e. V.

mit Fachinformationen für Handwerker, Architekten, Bauräger und Raumdesigner

## Besondere Bedeutung als B2B-Kommunikationsmedium

Seit dem Markteintritt am 15. Februar 2014 nehmen Anzeigen im Magazin „Wohnhandwerker“ eine besondere Stellung ein. Durch die ausgeprägte Regionalität und die herausragende Leserschaft erreichen regional und überregional tätige B2B-Unternehmen, Lieferanten und Dienstleister ihre Kunden auf höchster Entscheiderebene ohne Streuverluste. Dabei wird der „Wohnhandwerker“ im Rahmen der Ausübung der unternehmerischen Tätigkeit zumeist im Büro gelesen, so dass die Werbebotschaften aus Anzeigen unmittelbar wirken.

### Argumente für Werbung im „Wohnhandwerker“

- Das Fachmagazin mit regionalem Schwerpunkt.
- Vier journalistische Bausteine: fundierte Analyse, klare Haltung, umfassende Orientierung und neue Perspektiven.
- Exklusive Themen mit Zukunftsrelevanz.
- Das Produkt des Handwerkers steht im Mittelpunkt der Berichterstattung – dazu die Menschen und Unternehmen, die es herstellen.
- Moderner Journalismus, konstruktive Berichterstattung sowie eine positive Sicht auf Land und Leute.
- Fachinformationen aus den Bereichen Wirtschaft und Politik, Recht und Steuern, Management, Technik und Innovation, Wissen und Bildung.
- Thematische Verbindung von Wohnlichkeit und materialübergreifender handwerklicher Qualitätsarbeit.
- Einzigartiger Wissensvorsprung beim Leser, zugleich konkrete Handlungsoptionen.
- Das neue Fachmedium für regionale Meinungsbildner und kommunikationsstarke Multiplikatoren.
- Beste Voraussetzungen für effiziente regionale Kommunikationsstrategien durch anspruchsvolle inhaltliche und optische Qualität.
- Passendes Werbeumfeld für alle Zulieferer und Partner der Wohnhandwerker. Hochwertige Produkte und Leistungen lassen sich ohne Streuverluste äußerst effizient vermarkten.

**Erscheinungsweise:** 6 mal pro Jahr

**Erscheinungsort:** Saarbrücken

**Copypreis:** 3,50 Euro

**Technische Daten:**

Heftformat (Breite x Höhe):  
geschlossen 210 x 280 Millimeter,  
offen 420 x 280 Millimeter

Umfang:  
mindestens 32 Seiten,  
davon 4 Seiten Umschlag  
und 28 Seiten Inhalt

Druck: durchgehend 4/4-farbig  
Euroskala, Druckverfahren Bogen-  
offsetdruck (Umschlag und Inhalt)

Papier:  
Umschlag und Inhalt 115 Gramm pro  
Quadratmeter Bilderdruck, beidseitig  
glänzend gestrichen, weiß

Satzspiegel (Breite x Höhe):  
180 x 256 Millimeter

Weiterverarbeitung:  
2-fach Rückendrahtheftung,  
auf Endformat beschnitten

**Zielgruppe/Vertrieb:**

Ihre Anzeigen wirken:  
- klar definiertes Qualitätsumfeld  
- werberelevante Zielgruppe  
- keine Streuverluste

Verbreitete Auflage (garantiert):  
**1.750** Exemplare (1)

Reichweite:  
über **5.250** Leser (2)

Tausender-Kontakt-Preis (TKP):  
**219** Euro (3)

Entscheidungsträger-Reichweite:  
**95** Prozent (4)

Text-Anzeigen-Verhältnis:  
75 zu 25 Prozent

(1) 1.500 Exemplare Einzelabonnements für Schreiner, Raumausstatter, Parkettleger, Baufertigteilmonteure, Bestatter, Rollladenbauer, Holztreppebauer und Architekten und 250 Exemplare Mengenabonnements an Behörden, Schulen, Bauträger, Verbände, Redaktionen und Pressestellen.

(2) Basiert im Bereiche der Einzel-

abonnements auf einer statistischen Hochrechnung der aktuellen Media-analysedaten der Fachzeitschrift „dds – Das Magazin für Möbel und Ausbau“. „dds“ ist eine Medienmarke der Konradin Medien GmbH (Leinfelden-Echterdingen). Die Reichweitenberechnung bei den Mengenabonnements basiert auf der Annahme von durchschnittlich 5 Lesern pro Exemplar.

(3) Der TKP gibt an, welcher Geldbetrag bei einer Werbemaßnahme eingesetzt werden muss, um 1.000 Personen einer Zielgruppe (Brutto-Reichweite) per Sichtkontakt zu erreichen. Dabei wird der Preis einer 1/1 Seite eines Printmediums zugrunde gelegt.

(4) Die Einschätzung basiert auf Entscheidungen von Handwerksbetrieben aus den Berufsgruppen Schreiner, Parkettleger, Baufertigteilmonteure, Bestatter, Raumausstatter und Rollladenbauer, auf Architekten, Innenarchitekten und Raumdesignern sowie auf Entscheidungsträgern von Bauträgern – immer bezogen auf das Saarland.

**Termine:**

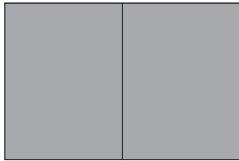
<i>Ausgabe</i>	<i>Erscheinungstag</i>	<i>Anzeigenschluss</i>	<i>Anzeigendatenschluss</i>
<b>01/2022</b>	Dienstag, 15.02.2022	Dienstag, 18.01.2022	Donnerstag, 27.01.2022
02/2022	Donnerstag, 14.04.2022	Donnerstag, 17.03.2022	Freitag, 25.03.2022
03/2022	Mittwoch, 15.06.2022	Mittwoch, 18.05.2022	Freitag, 27.05.2022
04/2022	Freitag, 12.08.2022	Freitag, 15.07.2022	Freitag, 22.07.2022
05/2022	Freitag, 14.10.2022	Freitag, 16.09.2022	Freitag, 23.09.2022
06/2022	Freitag, 09.12.2022	Freitag, 11.11.2022	Freitag, 18.11.2022
<b>01/2023</b>	Mittwoch, 15.02.2023	Mittwoch, 18.01.2023	Freitag, 27.01.2023
02/2023	Freitag, 14.04.2023	Freitag, 17.03.2023	Freitag, 24.03.2023
03/2023	Donnerstag, 15.06.2023	Mittwoch, 17.05.2023	Freitag, 26.05.2023
04/2023	Montag, 14.08.2023	Montag, 17.07.2023	Mittwoch, 26.07.2023
05/2023	Freitag, 13.10.2023	Freitag, 15.09.2023	Freitag, 22.09.2023
06/2023	Freitag, 08.12.2023	Freitag, 10.11.2023	Freitag, 17.11.2023

**Rücktritt:**

Der Termin für den Anzeigenschluss ist auch gleichzeitig der letzte Rücktrittstermin.

**Vorbehalt:**

Der Verlag behält sich das Recht vor, den Veröffentlichungstermin aufgrund aktueller Ereignisse zu verändern.



**2/1 Seite**

Satzspiegel: 390 x 256 mm  
 Anschnitt\*: 420 x 280 mm



**1/1 Seite hoch**

Satzspiegel: 180 x 256 mm  
 Anschnitt\*: 210 x 280 mm



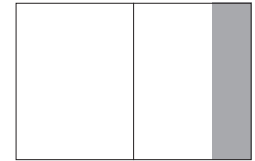
**2/3 Seite hoch**

Satzspiegel: 118,5 x 256 mm  
 Anschnitt\*: 133,5 x 280 mm



**1/2 Seite hoch**

Satzspiegel: 88 x 256 mm  
 Anschnitt\*: 103 x 280 mm



**1/3 Seite hoch**

Satzspiegel: 57 x 256 mm  
 Anschnitt\*: 72 x 280 mm



**1/1 Seite quer**

Satzspiegel: 390 x 124 mm  
 Anschnitt\*: 420 x 136 mm



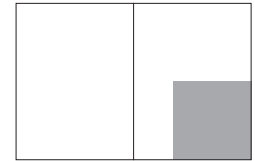
**2/3 Seite quer**

Satzspiegel: 180 x 168 mm  
 Anschnitt\*: 210 x 180 mm



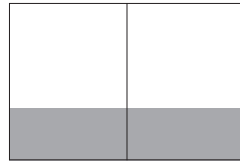
**1/2 Seite quer**

Satzspiegel: 180 x 124 mm  
 Anschnitt\*: 210 x 136 mm



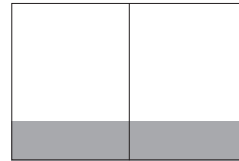
**1/3 Seite quer**

Satzspiegel: 118,5 x 120 mm  
 Anschnitt\*: 133,5 x 132 mm



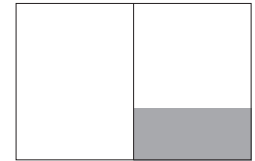
**2/3 Seite extra-quer**

Satzspiegel: 390 x 80 mm  
 Anschnitt\*: 420 x 92 mm



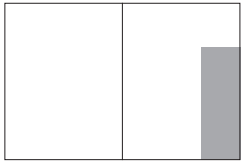
**1/2 Seite extra-quer**

Satzspiegel: 390 x 60 mm  
 Anschnitt\*: 420 x 72 mm

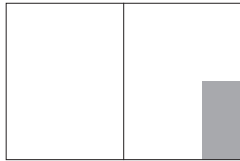


**1/3 Seite extra-quer**

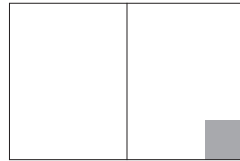
Satzspiegel: 180 x 80 mm  
 Anschnitt\*: 210 x 92 mm

**1/4 Seite hoch**

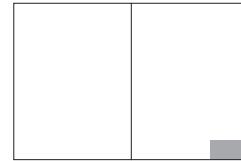
Satzspiegel: 57 x 188 mm  
 Anschnitt\*: 72 x 200 mm

**1/6 Seite hoch**

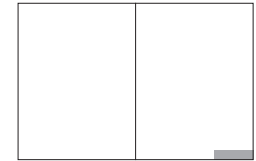
Satzspiegel: 57 x 124 mm  
 Anschnitt\*: nicht möglich

**1/12 Seite hoch**

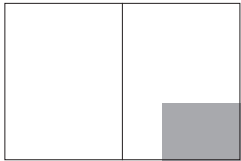
Satzspiegel: 57 x 60 mm  
 Anschnitt\*: nicht möglich

**1/24 Seite**

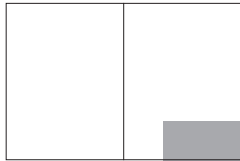
Satzspiegel: 57 x 32 mm  
 Anschnitt\*: nicht möglich

**1/48 Seite**

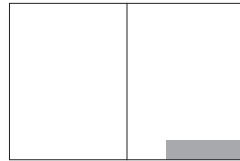
Satzspiegel: 57 x 16 mm  
 Anschnitt\*: nicht möglich

**1/4 Seite quer**

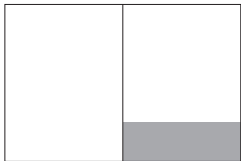
Satzspiegel: 118,5 x 92 mm  
 Anschnitt\*: 133,5 x 104 mm

**1/6 Seite quer**

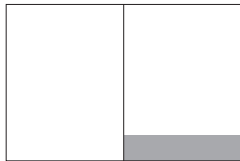
Satzspiegel: 118,5 x 60 mm  
 Anschnitt\*: nicht möglich

**1/12 Seite quer**

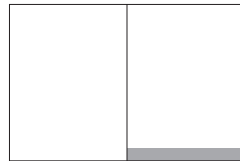
Satzspiegel: 118,5 x 32 mm  
 Anschnitt\*: nicht möglich

**1/4 Seite extra-quer**

Satzspiegel: 180 x 60 mm  
 Anschnitt\*: 210 x 72 mm

**1/6 Seite extra-quer**

Satzspiegel: 180 x 40 mm  
 Anschnitt\*: nicht möglich

**1/12 Seite extra-quer**

Satzspiegel: 180 x 20 mm  
 Anschnitt\*: nicht möglich

\* **Anschnitt:** Ein Anschnitt von rundum 5 Millimeter ist den angegebenen Formaten hinzuzurechnen (oben, unten, links und rechts). Dieser Beschnitt an wirklich allen vier Seiten gewährleistet eine jederzeit optimale Anzeigenplatzierung. Beim Anzeigensatz ist darauf zu achten, dass wesentliche Anzeigenbestandteile wie Texte und wichtige Bildinhalte dann mit mindestens 10 Millimeter Abstand zum äußeren Dokumentenrand platziert werden (5 Millimeter Anschnitt und 5 Millimeter Sicherheitsabstand).

**Anzeigenpreise:**

<b>Standardplatzierungen</b>		
<i>Format</i>	<i>Einzelpreis</i>	<i>Preis für 6 Ausgaben</i>
2/1 Seite	1.900 Euro	9.350 Euro
1/1 Seite	1.150 Euro	5.600 Euro
2/3 Seiten	850 Euro	4.080 Euro
1/2 Seite	700 Euro	3.350 Euro
1/3 Seite	550 Euro	2.650 Euro
1/4 Seite	400 Euro	2.000 Euro
1/6 Seite	300 Euro	1.400 Euro
1/12 Seite	175 Euro	850 Euro
1/24 Seite	115 Euro	550 Euro
1/48 Seite	75 Euro	350 Euro
<b>Sonderplatzierungen</b>		
<i>Platzierung</i>	<i>Einzelpreis</i>	<i>Preis für 6 Ausgaben</i>
Titelseite	2.000 Euro	9.600 Euro
2. Umschlagseite	1.450 Euro	7.000 Euro
Startpanorama	2.300 Euro	11.000 Euro
4. Umschlagseite	1.750 Euro	8.400 Euro

**Sonderplatzierungen:** Die auf den Seiten 6 und 7 dargestellten Skizzen zeigen alle im „Wohnhandwerker“ möglichen Standardplatzierungen.

Zudem sind Platzierungen auf besonderen Seiten möglich: Titelseite (Satzspiegel 202 x 28 Millimeter, Anschnitt\* 210 x 32 Millimeter), 2. und 4. Umschlagseite (jeweils als 1/1 Seite), Startpanorama zum Heftbeginn auf den Seiten 4 und 5 (als 2/1 Seite).

**Sonderformate:** Die angegebenen Formate sind Standardformate. Abweichende Formate auf Anfrage.

**Maße:** Die Größen für Anzeigen im Satzspiegel und im Anschnitt sind in Breite mal Höhe angegeben.

**Druckunterlagen:** Anzeigen bitte in CMYK als PDF (PDF/X-3:2002), TIFF oder JPEG (mindestens 300 dpi) oder EPS (Schriften in Pfade umwandeln) und ohne Druckermarken (Schnittmarken, Anschnittmarken, Passermarken, Farbkontrollstreifen und Seiteninfos).

**Anschnitt:** Ein Anschnitt von rundum 5 Millimetern ist den angegebenen Formaten hinzuzurechnen (oben, unten, links und rechts). Dieser Beschnitt an wirklich allen vier Seiten gewährleistet eine jederzeit optimale Anzeigenplatzierung. Beim Anzeigensatz ist darauf zu achten, dass wesentliche Anzeigenbestandteile wie Texte und wichtige Bildinhalte dann mit mindestens 10 Millimetern Abstand zum äußeren Dokumentenrand platziert werden (5 Millimeter Anschnitt und 5 Millimeter Sicherheitsabstand).

**Sonderrabatt:** Förderkreismitglieder des Wirtschaftsverbandes Holz und Kunststoff Saar e. V. erhalten einen Sonderrabatt von 10 Prozent auf die regulären Anzeigenpreise.

**Mehrwertsteuer:** Alle Preise sind in Euro als Nettopreise angegeben und verstehen sich zuzüglich der zum Rechnungszeitpunkt gültigen Mehrwertsteuer.



### **Klassische Beilagen, Beihefter und Beikleber:**

#### **Wählen Sie aus einer Vielfalt grenzenloser Möglichkeiten**

Prospektbeilagen in Zeitschriften genießen im Vergleich zu direkt verteilter Werbung einen deutlichen Imagevorsprung. Für die große Mehrzahl der Leser sind Prospektbeilagen ein integrierter Bestandteil der Zeitschrift. Die Überlegenheit von Prospekten und Beilagen in der Zeitschrift gegenüber direkt verteilten Prospekten im Briefkasten zeigt sich nicht nur in der Beachtung. Auch in der Frage der Glaubwürdigkeit der Werbebotschaften schneiden Zeitschriftenbeilagen besser ab. Prospekte aus Zeitschriften werden aktiv für die Einkaufsplanung genutzt. Damit sind Anzeigen und Prospektbeilagen in der Zeitschrift begehrte Informationsquellen. Sie werden häufiger genutzt und intensiver beachtet als Direktwerbung.

### **Klassische Beilagen:**

Bei klassischen Beilagen handelt es sich um verbreitungsfertig angelieferte Produkte, die der Zeitschrift lose und mit der geschlossenen Seite zum Bund beigelegt werden.

#### **Preise:**

bis 20 Gramm 650,00 Euro  
je weitere 10 Gramm 15,00 Euro

#### **Formate (Breite x Höhe):**

Mindestformat 105 x 148 Millimeter  
Höchstformat 205 x 270 Millimeter

#### **Technische Hinweise:**

Beilagen müssen als ein Teil verarbeitet werden können und an einer Seite geschlossen sein. Enthalten sie eine angeklebte Postkarte, muss diese seitlich an der geschlossenen Seite mit einer Streifenleimung angeklebt sein. Enthalten sie ein anderes aufgeklebtes Element, bedürfen sie der Absprache. Eine bestimmte Platzierung der Beilage im Heft kann nicht zugesagt werden.

### **Beihefter:**

Beihefter sind fest in die Zeitschrift integrierte Drucksachen beziehungsweise Prospekte eines Werbenden. Sie müssen verarbeitungsfertig vom Auftraggeber angeliefert werden.

#### **Preise:**

bis 20 Gramm 812,50 Euro  
je weitere 10 Gramm 18,75 Euro

#### **Formate (Breite x Höhe):**

Mindestformat 148 x 210 Millimeter  
Höchstformat ohne Anschnitt  
205 x 270 Millimeter  
Höchstformat mit Anschnitt  
210 x 280 Millimeter

Dabei ist eine Beschnittzugabe von jeweils 5 Millimetern oben, unten und außen zu berücksichtigen. Die Anlieferung muss unbeschnitten erfolgen.

#### **Technische Hinweise:**

Beihefter, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Werbung erkennbar sind, müssen aus presserechtlichen Gründen mit dem Wort „ANZEIGE“ gekennzeichnet werden (mindestens 8 Punkt Versalien).

**Beikleber:**

Beikleber sind verarbeitungsfertig angelieferte Produkte wie etwa Postkarten, Warenproben, CDs, Booklets, die auf eine Trägeranzeige aufgeklebt werden und durch den Interessenten abgelöst werden können.

**Preise:**

Postkarte (max. 150 Gramm pro Quadratmeter) 335,00 Euro  
Warenproben bis 10 Gramm 635,00 Euro

je weitere 10 Gramm 15,00 Euro

**Formate (Breite x Höhe):**

Mindestformat 55 x 80 Millimeter  
Höchstformat 195 x 250 Millimeter (bei Trägeranzeige 1/1 Seite)

**Technische Hinweise:**

Maximale Produktdicke 2 Millimeter. Warenproben müssen 5-fach übereinanderliegend einem Berstdrucktest von 10 Kilonewton für die Dauer von 15 Minuten standhalten und dürfen keine gefährlichen Inhalte haben. Der Verlag muss von allen

Ansprüchen Dritter, die sich aus der Beiklebung ergeben könnten, freigestellt werden. Ebenso sind Schäden, die aus der Nichtbeachtung der technischen Anforderungen entstehen, zu ersetzen. Entstehen durch den Beikleber Entsorgungskosten, trägt diese der Auftraggeber.

**Bemerkungen:****Preise und Auflage:**

Die angegebenen Preise gelten immer für jeweils 1.000 Exemplare. Berechnungsgrundlage für die Auflage ist die vom Verlag zum Anzeigenschlusstermin angegebene insgesamt verbreitete Auflage.

Alle Preise sind in Euro als Nettopreise angegeben und verstehen sich zuzüglich der zum Rechnungszeitpunkt gültigen Mehrwertsteuer.

**Sonderrabatt:**

Förderkreismitglieder des Wirtschaftsverbandes Holz und Kunststoff Saar e. V. erhalten einen Sonderrabatt von 10 Prozent auf die

regulären Anzeigenpreise.

**Anlieferung:**

Lieferbasis ist die vom Verlag bei Auftragsabschluss angegebene insgesamt verbreitete Auflage zuzüglich 2 Prozent Zuschuss. Um kurzfristig auf Auflagenschwankungen reagieren zu können, empfiehlt sich vor Drucklegung eine nochmalige Rücksprache mit dem Verlag.

Beilagen müssen einwandfrei verpackt und maschinell verarbeitungsfähig sowie eindeutig für Objekt und Ausgabe gekennzeichnet bis spätestens zum Anzeigendatenschlusstermin frei Druckerei geliefert werden.

**Lieferanschrift:**

Die Lieferanschrift für Beilagen, Beihalter und Beikleber wird vom Verlag rechtzeitig mitgeteilt.

**Vorbehalt:**

Bei eventuell auftretenden Verarbeitungsschwierigkeiten hat die Fertigstellung der Magazinauflage Vorrang gegenüber den Beilagen.

## Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

### 1. Geltungsbereich

**1.1.** Nachfolgende Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und andere Werbemittel in Zeitungen (nachfolgend als „AGB“ bezeichnet) des Verlages gelten gegenüber Unternehmern, Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts und öffentlich-rechtlichen Sondervermögen für alle Anzeigenaufträge und Abschlüsse ausschließlich.

**1.2.** Die AGB des Auftraggebers werden nicht anerkannt, es sei denn, der Verlag stimmt ihrer Gültigkeit ausdrücklich zu.

**1.3.** Die AGB des Verlages gelten auch dann, wenn der Verlag in Kenntnis entgegenstehender oder von diesen AGB abweichender Bedingungen des Auftraggebers den Anzeigenauftrag beziehungsweise den Abschluss vorbehaltlos ausführt.

### 2. Anzeigenauftrag und Abschluss

**2.1.** „Anzeigenauftrag“ im Sinne dieser AGB ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die terminierte Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel wie zum Beispiel Beilagen (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

**2.2.** „Abschluss“ im Sinne der AGB ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die

jeweiligen Veröffentlichungen erst aufgrund der Freigabe des Auftraggebers erfolgen.

### 3. Anzeigenabruf

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

### 4. Erstattung von Nachlässen und Rabatten

Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses 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 Veröffentlichung von Anzeigen entsprechenden Nachlass bzw. dem Rabatt dem Verlag zu erstatten.

### 5. Errechnung der Abnahmemengen/Größenberechnung

**5.1.** Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

**5.2.** Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

### 6. Ablieferung beim Verlag

**6.1.** Anzeigen, die gemäß dem Anzeigenauftrag oder dem Abruf nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzender Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch

vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wann die Veröffentlichung auf diese Weise auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

**6.2.** Bestimmte Platz- und Datenvorschriften sind nur bindend, wenn sie vom Verlag bestätigt wurden. Der Ausschluss von Mitbewerbern kann nur für zwei gegenüberliegende Seiten vereinbart werden.

**6.3.** Macht der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrages ausdrücklich von der Aufnahme der Anzeige in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift abhängig, so beschränken sich die Gewährleistungsansprüche des Auftraggebers gegen den Verlag auf Rückgängigmachung des Vertrages, Zahlungsminderung oder Ersatzanzeige. Für Beilagenaufträge gilt die Regelung sinngemäß.

**6.4.** Der Verlag behält sich das Recht vor, bei Abnahme von vier Seiten und mehr in einer Ausgabe, für Sonderaufträge ab 100.000 Millimeter und für Anzeigen in Sonderbeilagen oder Kollektiven Sonderpreise festzusetzen.

### 7. Textteilanzeigen, Anzeigen mit Coupon und Advertorials

**7.1.** Textteilanzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Ihrer Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

**7.2.** Der Verlag behält sich vor, in Ausnahmefällen Anzeigen mit Coupon auch Rücken an Rücken zu platzieren, sofern eine andere Form der Veröffentlichung für den Verlag nicht

zumutbar ist.

**7.3.** Advertorials sind fremdproduzierte Teile, die sich in Form und Aufmachung deutlich von den redaktionellen Teilen der Druckschrift (in Typo, Grafik, Farbe, Spalten) unterscheiden. Sie enthalten Text und Werbung Dritter und sind grundsätzlich mit einem eigenen Impressum zu versehen. Das Advertorial kann durch den Verlag ohne Rücksprache mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet werden. Der Verlag behält sich die Veröffentlichung nach Vorlage eines verbindlichen Modells sowie das Recht vor, bei besonderen Publikationen Sonderpreise festzusetzen. Dem Verlag ist ein Advertorial mindestens fünf Tage vor Druckunterlagenschluss zur Prüfung und Billigung vorzulegen.

### **8. Ablehnung der Veröffentlichung**

**8.1.** Der Verlag behält sich ohne Anerkennung einer entsprechenden Prüfpflicht vor, den Abruf bzw. die Veröffentlichung von Anzeigen abzulehnen, insbesondere wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für den Verlag insbesondere wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen und sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages unzumutbar ist, die Anzeige Werbung von Dritten oder solche für Dritte enthält oder sich die Anzeige in Bild, Text oder Aufmachung auf die Zeitschrift bezieht. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und deren Billigung bindend.

**8.2.** Die Ablehnung des Abrufes bzw. der Veröf-

fentlichung einer Anzeige wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

### **9. Verbundwerbung**

Anzeigen, die Werbung von Dritten oder solche für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung des Verbundaufschlages.

### **10. Druckvorlagen und Proofs**

**10.1.** Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter – gegebenenfalls digitaler – Druckvorlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Sie müssen dem Format beziehungsweise den technischen Vorgaben des Verlages entsprechen.

**10.2.** Proofs werden vom Verlag nur auf ausdrücklichen und schriftlichen Wunsch des Auftraggebers geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zugesandten Proofs. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenabschluss oder innerhalb der bei der Übersendung der Proofs an den Auftraggeber gesetzten Frist mitgeteilt werden.

**10.3.** Die Kosten des Verlages für auf Wunsch des Auftraggebers vom Verlag erstellte Druckvorlagen oder für vom Auftraggeber gewünschten oder zu vertretende Änderungen der vom Auftraggeber gelieferten Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen.

**10.4.** Druckvorlagen des Verlages werden nur im Falle eines ausdrücklichen schriftlichen Hinweises bei der Lieferung an den Verlag an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht des Verlages zur Aufbewahrung der Druckvorlagen endet in jedem Fall sechs Wochen nach der

erstmaligen Veröffentlichung der Anzeige.

### **11. Rechte wegen Mängeln**

**11.1.** Der Auftraggeber hat die Anzeige unverzüglich nach ihrer Veröffentlichung auf etwaige Mängel hin zu überprüfen und, wenn sich ein offensichtlicher Mangel zeigt, diesen dem Verlag binnen einer Frist von einer Woche ab Veröffentlichung schriftlich anzuzeigen. Nicht offensichtliche Mängel hat der Auftraggeber binnen einem Jahr ab Veröffentlichung der Anzeige anzuzeigen. Versäumt der Auftraggeber die vorgenannten Ausschlussfristen, gilt die Anzeige als genehmigt mit der Folge, dass der Auftraggeber seine Mängelrechte nach Ziffer 11.2. und 11.4. verliert.

**11.2.** Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit, hat der Auftraggeber Anspruch auf Minderung der vereinbarten Vergütung oder die Veröffentlichung einer einwandfreien Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde.

**11.3.** Der Verlag hat das Recht, die Veröffentlichung einer Ersatzanzeige zu verweigern, wenn dies einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhaltes des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht oder dies für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich ist.

**11.4.** Lässt der Verlag eine ihm für die Veröffentlichung der Ersatzanzeige gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert der Verlag die Veröffentlichung einer Ersatzanzeige oder ist die veröffentlichte Ersatzanzeige erneut mangelhaft, kann der Auftraggeber die Vergütung mindern oder vom Vertrag zurücktre-

ten und Ersatz wegen vergeblicher Aufwendungen oder Schadensersatz anstatt Leistung verlangen. Die Rechte des Auftraggebers zum Rücktritt vom Vertrag und auf Schadensersatz anstatt der Leistung sind ausgeschlossen, wenn der Mangel nur unerheblich ist.

**11.5.** Die Ansprüche des Auftraggebers wegen Mängeln verjähren ein Jahr nach Veröffentlichung der Anzeige.

## **12. Haftung**

**12.1.** Der Verlag haftet unbeschränkt für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit.

**12.2.** Für einfache Fahrlässigkeit haftet der Verlag – außer im Falle der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit – nur, sofern nicht Pflichten verletzt werden, deren Erfüllung dem Vertrag das Gepräge gibt und auf die der Kunde vertrauen darf. Die Haftung des Verlages ist in diesen Fällen begrenzt auf den vertragstypischen und vorhersehbaren Schaden.

**12.3.** Der Verlag haftet nach Ziffer 12.2. höchstens bis zu einem Betrag in Höhe des Gesamtvolumens des Auftrages.

**12.4.** Eine Haftung für mittelbare und unvorhersehbare Schäden, entgangenen Gewinn, ausgebliebene Einsparungen und Vermögensschäden wegen Ansprüchen Dritter ist im Falle einfacher Fahrlässigkeit – außer bei Vorliegen der Haftungsvoraussetzungen nach Ziffer 12.2. – ausgeschlossen.

**12.5.** Die Haftungsbeschränkungen beziehungsweise -ausschlüsse nach Ziffern 12.2. und 12.4. gelten nicht für eine gesetzlich vorgeschriebene verschuldensunabhängige Haftung oder für die Haftung aus einer verschuldensunabhängigen Garantie.

**12.6.** Die Haftungsbeschränkungen beziehungsweise -ausschlüsse nach Ziffern 12.2.

und 12.4. gelten auch für persönliche Haftung der Arbeitnehmer, Angestellten, Vertreter, Organe und Erfüllungsgehilfen des Verlages.

## **13. Preise und Zahlungsbedingungen**

**13.1.** Preise, Aufschläge und Nachlässe beziehungsweise Rabatte ergeben sich für alle Auftraggeber einheitlich aus der im Zeitpunkt des Auftrages beziehungsweise des Abrufes gültigen Preisliste des Verlages.

**13.2.** Liegt zwischen dem Zeitpunkt des Auftrages beziehungsweise dem Zeitpunkt des Abrufes und der Veröffentlichung der Anzeige ein Zeitraum von mehr als vier Monaten und erhöhen sich während dieser Zeit aufseiten des Verlages die Kostenfaktoren für die Veröffentlichung der Anzeige (insbesondere infolge von Tarifabschlüssen, Lohnerhöhungen oder Materialpreisanhebungen), sodass der Verlag gezwungen ist, seine Preisliste entsprechend anzupassen, ist der Verlag berechtigt, die hieraus resultierenden erhöhten Preise gegenüber dem Auftraggeber geltend zu machen.

**13.3.** Der Verlag versendet die Rechnungen am Veröffentlichungstag der Anzeige. Die Rechnungen des Verlages werden innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen und vom Empfang der Rechnung an zu laufenden Frist zur Zahlung fällig, sofern nicht im Einzelfall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.

**13.4.** Der Verlag gewährt die in der Preisliste bezeichneten Nachlässe beziehungsweise Rabatte für alle innerhalb eines Jahres erscheinenden Anzeigen eines Werbungtreibenden. Rabatte werden nicht für Unternehmer gewährt, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Aufträge beziehungsweise Abschlüsse zu tätigen, um eine gemeinsame Rabattierung

zu beanspruchen.

**13.5.** Im Falle eines Verzuges des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, die weitere Ausführung des laufenden Auftrages beziehungsweise Abschlusses bis zur vollständigen Bezahlung der Außenstände zurückzustellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Die sich für den Fall des Verzuges des Auftraggebers aus dem Gesetz ergebenden Ansprüche des Verlages bleiben unberührt.

**13.6.** Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, die weitere Ausführung des laufenden Auftrages beziehungsweise Abschlusses von der teilweisen oder vollständigen Vorauszahlung aller dem Verlag nach dem Auftrag zustehenden Beträge abhängig zu machen.

**13.7.** Zu Beginn einer neuen Geschäftsbeziehung behält sich der Verlag vor, vom Auftraggeber Vorauszahlung bis zum Auftragsabschlusstermin zu verlangen.

**13.8.** Die Aufrechnung mit Gegenansprüchen des Auftraggebers oder die Zurückbehaltung von Zahlungen wegen solcher Ansprüche ist nur zulässig, soweit die Gegenansprüche unbestritten oder rechtskräftig festgestellt sind.

## **14. Anzeigenbeleg**

Der Verlag liefert auf ausdrücklichen schriftlichen Wunsch des Auftraggebers mit Veröffentlichung der Anzeige einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Auftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegstellen 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.

**15. Werbungsmitter und Werbeagenturen**  
Werbungsmitter und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlervergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

#### **16. Konzernrabattierung**

**16.1.** Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss innerhalb der ersten Hälfte eines Abschlusszeitraumes, ansonsten spätestens bis zum Abschluss des Insertionsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden.

**16.2.** Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen schriftlichen Bestätigung durch den Verlag. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

#### **17. Ziffernanzeigen**

Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die

Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Er übernimmt darüber hinaus keine Haftung. Einschreibbriefe 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. 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-A4 (Gewicht 1.000 Gramm) 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.

#### **18. Rechtsgarantie und Rechteeräumung**

**18.1.** Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelierten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Auftrages beziehungsweise Abschlusses von allen Ansprüchen Dritter frei, die von diesen gegen den Verlag im Zusammenhang mit der Veröffentlichung der Anzeigen geltend gemacht werden. Der Auftraggeber stellt den Verlag diesbezüglich zudem von den Kosten zur notwendigen

Rechtsverteidigung frei. Schließlich ist der Auftraggeber verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen und über Unterlassungserklärungen oder einstweilige Verfügungen im Hinblick auf Rechte Dritter unverzüglich schriftlich zu informieren.

**18.2.** Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbeanzeigen in Print- und Onlinemedien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlichen Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, Bearbeitung und Umgestaltung, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages notwendigen Umfang. Die vorgenannten Rechte werden in allen Fällen räumlich unbegrenzt übertragen.

#### **19. Höhere Gewalt**

**19.1.** Fälle höherer Gewalt berechtigen den Verlag, die Veröffentlichung der Anzeigen so lange hinauszuschieben, wie das Ereignis andauert. Wird dem Verlag die Veröffentlichung infolge höherer Gewalt – mindestens aber für einen Zeitraum von sechs Monaten – unmöglich, wird der Verlag von der Veröffentlichungspflicht frei. Unter den Begriff der höheren Gewalt fallen alle Umstände, welche der Verlag nicht zu vertreten hat und durch die dem Verlag die Veröffentlichung unmöglich gemacht oder unzumutbar erschwert wird, wie zum Beispiel bei Streik, rechtsmäßiger Aussperrung, (Bürger-)Krieg, Terrorakten, Unruhen, Naturkatastrophen, Ein- und Ausfuhrverboten, Energie- und Rohstoff-

mangel und vom Verlag nicht zu vertretender, nicht rechtzeitiger Selbstbelieferung. Wird der Verlag von der Veröffentlichungspflicht frei, ist der Auftraggeber berechtigt, vom Anzeigenauftrag beziehungsweise dem Abschluss zurückzutreten.

**19.2.** Beeinträchtigen Fälle der höheren Gewalt lediglich die Auflagenhöhe des Verlagsobjektes, hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80 Prozent 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.

## **20. Anzeigen aus dem Ausland**

Bei Anzeigen (Beilagen) aus dem Ausland erfolgt die Rechnungstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung unter der Voraussetzung, dass die Steuerbefreiung besteht und anerkannt wird. Der Verlag behält sich eine Nachberechnung der Mehrwertsteuer in der gesetzlich geschuldeten Höhe für den Fall vor, dass die Finanzverwaltung die Steuerpflicht der Anzeige (Beilage) bejaht.

## **21. Erfüllungsort und Gerichtsstand**

**21.1.** Der Anzeigenauftrag und Abschluss sowie die vorliegenden AGB unterliegen dem Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts (CISG).

**21.2.** Ausschließlicher Erfüllungsort für alle Pflichten des Auftraggebers ist der Sitz des Verlages.

**21.3.** Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder

bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist als ausschließlicher Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz.

**21.4.** Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als ausschließlicher Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

**21.5.** Änderungen und Ergänzungen der AGB sowie Nebenabreden bedürfen der Schriftform. Dies gilt auch für eine Abbedingung dieser Schriftformklausel.

**21.6.** Sollte eine der vorstehenden Bestimmungen unwirksam sein oder werden, bleibt die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen unberührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmung werden die Parteien eine wirksame Bestimmung treffen, die den AGB im Ganzen sowie den vertraglichen Absprachen in tatsächlicher, rechtlicher und wirtschaftlicher Hinsicht möglichst nahe kommt. Ebenso ist zu verfahren, wenn die AGB eine Lücke aufweisen sollte.

Stand: 1. November 2021

## Wohnhandwerker

**Magazin des Wirtschaftsverbandes  
Holz und Kunststoff Saar e. V.**

**mit Fachinformationen für  
Handwerker, Architekten,  
Bauträger und Raumdesigner**

**Internet:**

[www.wohnhandwerker.de](http://www.wohnhandwerker.de)

**Herausgeber:**

Wirtschaftsverband  
Holz und Kunststoff Saar e. V.

**Verlag:**

Schreinerservice Saar GmbH,  
Von der Heydt, Anlage 45-49,  
66115 Saarbrücken,  
Telefon 0681-991810,  
Fax 0681-9918131,  
E-Mail [info@wohnhandwerker.de](mailto:info@wohnhandwerker.de)

Geschäftsführung:  
Michael Peter

Registergericht:  
Amtsgericht Saarbrücken,  
HRB 15722,  
Steuer-Nr. 040/119/00734,  
Umsatzsteuer-ID DE248628474

Bankverbindung:  
Bank 1 Saar eG,  
IBAN DE40591900000103312000,  
BIC SABADE5S

**Zahlungsbedingungen:**

Die Rechnungsbeträge sind innerhalb von 10 Tagen nach Rechnungsdatum und ohne Abzug zu zahlen. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 4 Prozentpunkten über dem jeweils gültigen Basiszinssatz der Europäischen Zentralbank sowie die Einziehungskosten berechnet. Wechsel werden nicht angenommen.

**Allgemeine  
Geschäftsbedingungen:**

Alle Aufträge werden ausschließlich gemäß den Allgemeinen

Geschäftsbedingungen des Verlages ausgeführt.

**Druckdatenlieferung:**

Ansprechpartner für technische Rückfragen und die Lieferung der Anzeigendaten:  
[inplan-media GmbH](mailto:inplan-media GmbH),  
Telefon 06834-5790729,  
E-Mail [anzeigen@inplan-media.de](mailto:anzeigen@inplan-media.de)