



COMPUTERN

Fachmagazin für Bauhaupt- und Baunebengewerbe

IM HANDWERK

MEDIA INFORMATIONEN **2021**

Das Handwerk schafft Mehrwert ...

96%

nutzen Fachmedien

B2B-Studie siehe S. 11

COMPUTERN IM HANDWERK

Digitalisierung im Handwerk 2021

Seit 36 Jahren das Print-Magazin.
Seit 25 Jahren mit Leserservice im Netz.
Also präsent in Print, im Web und in
Social Media.
Empfohlen von den Beratern der
Handwerkskammern.

www.handwerke.de



INHALT MEDIADATEN

Konzeption, Kontakte	3
Anzeigenformate	4
Auflage, Verbreitung	5
Preise	7
Termine und Themen	9
Print vor Online	11

KONZEPTION, REDAKTION UND VERLAG

KURZCHARAKTERISTIK

COMPUTERN IM HANDWERK, dient seit **1984**, also seit **37** Jahren, als Fachmagazin den TOP Handwerksbetrieben im Bauhaupt- und -nebengewerbe mit portioniertem Wissens- und Technologie-Transfer.

VERLAG

CV Computern-Verlags GmbH
Goethestraße 41, 80336 München
Telefon 0 89/54 46 56-0
Telefax 0 89/54 46 56-50
E-Mail: info@cv-verlag.de
www.handwerke.de

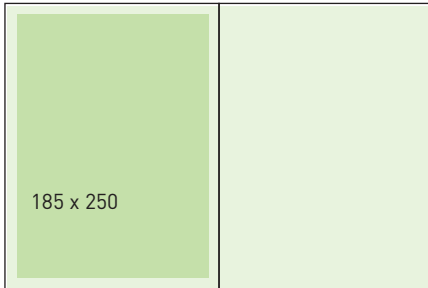
Anzeigenvertretung:
Medienmarketing SANDERS
75045 Walzbachtal
Tel.: 0 72 03/50 27 27-10, Fax -18
E-Mail: cih@mm-sanders.de

VERLAGSDATEN

Gründungs-herausgeber	Horst Neureuther
Redaktion	Horst Neureuther (verantwort.)
Ständige Mitarbeiter	Dipl.-Ing. (Arch.) Marian Behaneck Prof. Dr. Klaus Kruczynski Margrit Lingner Björn Lorenz Gundo Sanders Ernst W. Speidel Elke H. Zobel
Anzeigen	Dipl.-Vw. Heide Tschinkel-Neureuther
Jahrgang/Jahr	37. Jahrgang 2021
Erscheinungsweise	10 x p.a.
Bezugspreis	Jahresabonnement incl. 7% MwSt. € 29,- zzgl. Versandkosten Einzelverkaufspreis incl. 7% MwSt. € 2,90

ANZEIGENFORMATE

1/1 Seite



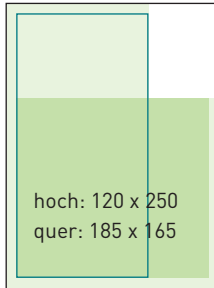
210 x 280 + 3

2/1 Seite



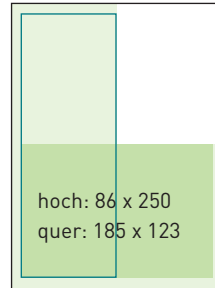
420 x 280 + 3

2/3 Seite



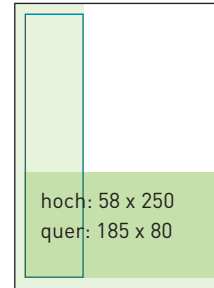
hoch: 135 x 280 + 3
quer: 210 x 180 + 3

1/2 Seite



hoch: 105 x 280 + 3
quer: 210 x 140 + 3

1/3 Seite



hoch: 70 x 280
quer: 210 x 90

Zeitschriftenformat:

210 x 280 mm

Satzspiegel:

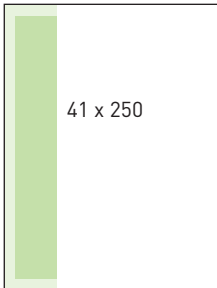
185 x 250 mm

Anschnittformate:
hellgrün unterlegt

Formatangaben:

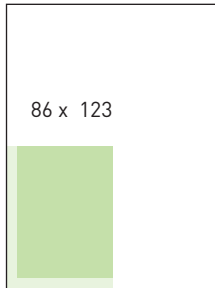
Breite x Höhe

1/4 Seite



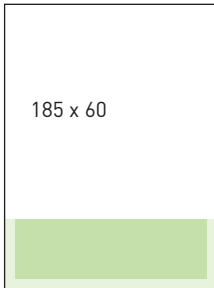
50 x 280 + 3

1/4 Seite



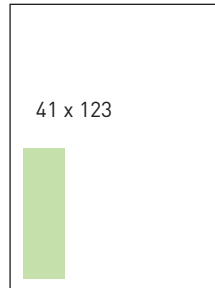
100 x 140 + 3

1/4 Seite



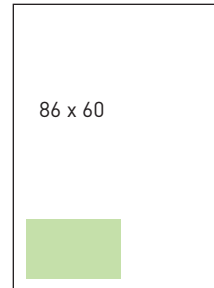
210 x 70 + 3

1/8 Seite



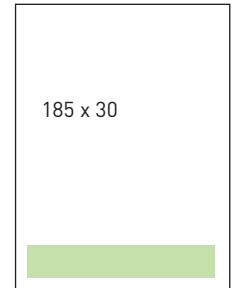
41 x 123

1/8 Seite



86 x 60

1/8 Seite



185 x 30

AUFLAGE UND VERBREITUNG

COMPUTERN IM HANDWERK erreicht pro Ausgabe ausgewählte Zielgruppen im Handwerk

Druckauflage 52.500 Exemplare (IVW III/20)

Tatsächliche Verbreitung 51.412 Exemplare (IVW III/20)

Auflage und Verbreitung kontrolliert



AUSGEWÄHLTE HANDWERKSBEREICHE

TATSÄCHLICH VERBREITETE AUFLAGE

... AUS DEN GEWERKEN

Baunternehmungen (Handwerksbetriebe)	5.060
Dachdeckerbetriebe	2.820
Elektroinstallationsbetriebe	10.220
Malerbetriebe	5.500
Metallbaubetriebe	1.115
HAUSTECHNIK: Sanitär-/Heizung-/Klima-Betriebe	10.320
Planungs-/Ingenieurbüros	1.090
Holzbearbeitende Betriebe	9.100
Betriebsberater/Betriebe über Handwerkskammern/ Meisterschulen/Innungen/Genossenschaften/Verbände/ Kreishandwerkerschaften, etc.	1.680
Industriefirmen/AEs/Fachgroßhandel/Computerhändler, etc.	4.507
	51.412



WISSEN, WAS ZÄHLT

Geprüfte Auflage

Klare Basis für den Werbemarkt

TATSÄCHLICHE VERBREITUNG (nach Verbreitungsgebieten)

	Exemplare	Prozent
NIELSEN 1 Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen, Niedersachsen	7.400	14,4
NIELSEN 2 Nordrhein-Westfalen	13.650	26,5
NIELSEN 3a Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland	8.550	16,6
NIELSEN 3b Baden-Württemberg	6.790	13,2
NIELSEN 4 Bayern	9.100	17,7
NIELSEN 5 Berlin (gesamt)	1.070	2,1
NIELSEN 6 Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen-Anhalt, Brandenburg	2.320	4,6
NIELSEN 7 Thüringen, Sachsen	2.532	4,9
	51.412	100,0

FUNKTION/ALTER/BETRIEBSGRÖSSE (tatsächl. Verbreitung)

- 95%** der Empfänger gehören zur Unternehmensspitze: Inhaber und Geschäftsführer des Handwerksbetriebs.
- 97%** gehören zur Zielgruppe „Kaufentscheider“ (Inhaber, Meister und leitende Angestellte).
- 85%** der Empfänger sind zwischen 20 und 50 Jahre alt. Jung genug, um aufgeschlossen zu sein für die Themen Computern und Telekommunikation im Handwerk.
- 40%** erreichen Handwerksbetriebe mit mehr als 20 Beschäftigten.

**Fachzeitschriften sind Top-Influencer:
96% nutzen Fachmedien**

Quelle: B2B Entscheideranalyse 2017

Alle Zahlen für Sie online:
www.handwerke.de oder direkt
www.fachpresse.de

CV Computern-Verlags GmbH Telefon 0 89/54 46 56-0
Goethestraße 41 Telefax 0 89/54 46 56-10
80336 München E-Mail: anzeigen@cv-verlag.de

PREISLISTE NR. 38 (GÜLTIG AB 01.11.2020)

ZEITSCHRIFTENFORMAT

210 mm breit, 280 mm hoch

SONDERFORMATE

Auf Anfrage.

TEXTTEILANZEIGEN

1-spaltig (41 mm breit) € 13,55

1-spaltig (58 mm breit) € 18,00

Textteilanzeigen sind auf 3 Seiten von Text umgeben.

Textteilanzeigen sind nicht rabattierbar!

BEIHEFTER/BEIKLEBER/BEILAGEN

Beihefter: bis 4-seitig € 210,- %

Beikleber: Preis auf Anfrage

Beilagen: bis 20g gesamt € 220,- %

Teilaufgabe € 253,- %

LESERSERVICE ONLINE

Anzeigenübernahme kostenfrei

Anreicherung pro Anzeige € 450,-

Adspecial-Integration: Auf Anfrage



WISSEN, WAS ZÄHLT

Geprüfte Auflage

Klare Basis für den Werbermarkt

ANZEIGENGRUNDFORMATE/GRUNDPREISE

Seiten- anteil	B x H (in mm)	Grundpreise in Euro			
		s/w	2c	3c	4c
1/1	185 x 250	8.400,-	9.220,-	10.040,-	10.860,-
3/4	135 x 250	6.300,-	6.915,-	7.530,-	8.145,-
2/3	120 x 250 185 x 165	5.600,-	6.148,-	6.694,-	7.240,-
1/2	86 x 250 185 x 123	4.200,-	4.610,-	5.020,-	5.430,-
1/3	58 x 250 185 x 80	2.800,-	3.074,-	3.347,-	3.620,-
1/4	41 x 250 86 x 123 185 x 60	2.100,-	2.305,-	2.510,-	2.715,-
1/8	41 x 123 86 x 60 185 x 30	1.050,-	1.153,-	1.255,-	1.358,-

Anschnittformate siehe Seite 4. Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird zusätzlich berechnet.

TITELBILD AUF ANFRAGE!

FARBANZEIGEN

Sonderfarben auf Anfrage. Farbzuschläge werden für jede mit Skalenfarben belegte Seite extra berechnet. Geringe Farb-/Tonwertabweichungen sind durch das Druckverfahren bedingt. Farbprofil: PSO_LWC_Improved_eci

ANSCHNITTSZUSCHLAG/BUNDDURCHDRUCK

10% vom s/w-Preis. Anschnittformat: + 3 mm an jeder Seite

ANZEIGENSCHLUSS

Siehe Erscheinungsplan

NACHLÄSSE

Bei Abnahme innerhalb eines Jahres (ausgenommen sind Textteil-/mm-Anzeigen), Rabattierung auch auf den Farbzuschlag!

Malstaffel				
3x	6x	12x	mehr als 12x	
5%	10%	15%	20%	
Mengenstaffel				
1 S.	3 S.	6 S.	12 S.	mehr als 12 S.
3%	5%	10%	15%	20%

AGENTURPROVISION

15% vom Nettobetrag

ZAHLUNGS-/GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Netto nach Erhalt der Rechnung, bei Vorauskasse bis Druckbeginn 2% Skonto. Für die Abwicklung von Aufträgen gelten die Geschäftsbedingungen des Verlages (Seite 15).

DRUCKUNTERLAGEN

Belichtungsfähige Daten mit farbverbindlichem Proof als offene Dateien oder Druck-PDF CMYK mit Farbprofil PSO_LWC_Improved_eci. Zusatzarbeiten werden gesondert berechnet.

RÜCKTRITTMÖGLICHKEIT

Bis 2 Wochen schriftlich vor jeweiligem Anzeigenschlußtermin.

ANZEIGENLEITUNG

CV Computern-Verlags GmbH
Dipl.-Vw. Heide Tschinkel-Neureuther
Goethestraße 41, 80336 München
Telefon 0 89/54 46 56-40, Telefax 0 89/54 46 56-50
E-Mail: anzeigen@cv-verlag.de
Alle Planungsdaten + Analysen online:
www.handwerke.de, www.fachpresse.de

THEMEN- UND ERSCHEINUNGSPLAN 2021

TERMINE

Monat Heft Nr.	Jan. /Feb. 1/2	März 3	April 4	Mai 5	Juni 6	Juli/Aug. 7/8	Sept. 9	Okt. 10	Nov. 11	Dez. 12
Computern im Handwerk erscheint am:	05.02.	05.03.	09.04.	07.05.	11.06.	30.07.	03.09.	01.10.	05.11.	03.12.
Anzeigenschluß:	22.01.	19.02.	26.03.	23.04.	28.05.	16.07.	20.08.	17.09.	22.10.	19.11.
Druckunterlagenschluß:	27.01.	24.02.	31.03.	28.04.	02.06.	21.07.	25.08.	22.09.	27.10.	24.11.

THEMEN

Gut zu wissen

Kurzmeldungen



Wirtschaft/Betriebsführung

Aktuelles
Wirtschaft & Finanzen

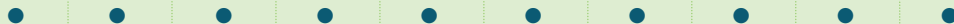


Neue Energien



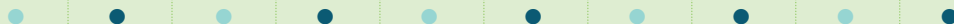
Digitalisierung: Handwerk 4.0

Schnelle Netze/Breitband



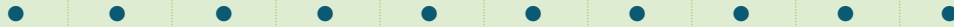
E-Business



Cloud Computing / Mobile Security / IP-Telefonie / Suchmaschinen / Internet-Präsenz / Elektronische Rechnung



Mobiles Arbeiten im Betrieb

Apps, Praxisbeispiele, Marktübersichten, Lösungen und Erfahrungen



Hardware Trends & Tests 	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Specials	Digitalisierung	IP-Telefonie	Ruggedized	Cloud	Smart Home	Smarte Drucker	Convertibles	NFZ	Mobilität	Branchen-Software
Techniken & Handwerk Profiwerkzeuge Marktübersichten, Tests & Anwenderberichte	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Nutzfahrzeuge im Handwerk 	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Software News, Test-/Anwenderberichte 32. Marktübersicht Branchensoftware	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Messeberichte (nach Ansage)	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Heft Nr.	1/2	3	4	5	6	7/8	9	10	11	12

Änderungen vorbehalten.

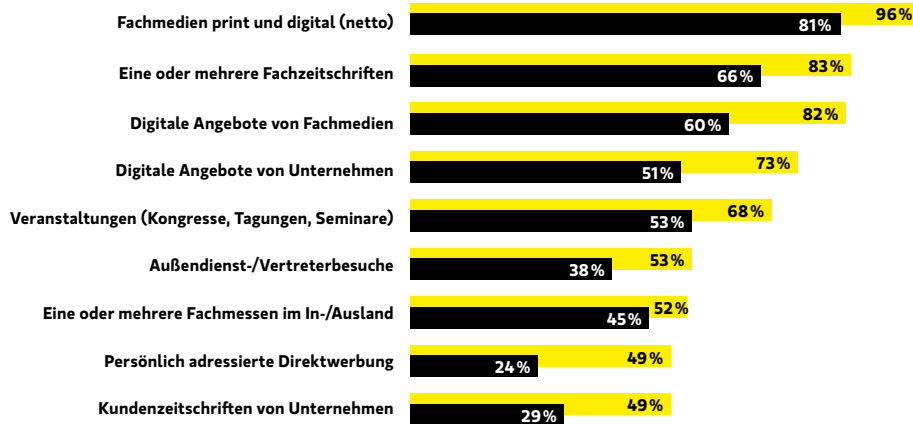
CV Computern-Verlags GmbH, Goethestraße 41, 80336 München
Telefon 0 89/54 46 56-0, Telefax 0 89/54 46 56-50, E-Mail: anzeigen@cv-verlag.de
Alle Planungsdaten + Analysen online: www.handwerke.de, www.fachpresse.de

B2B–Entscheideranalyse 2016/17

Fachmedien sind die Top-Influencer der professionellen Entscheider in Deutschland

Fachmedien sind nicht nur die meist genutzte Informationsquelle der professionellen Entscheider, sondern haben auch den breitesten Einfluss auf die Entscheider in den wichtigsten Phasen des Kaufprozesses.

Nutzung und Einfluss von B2B-Informationsquellen



■ Anteil mindestens gelegentliche Nutzung

■ Anteil mindestens gelegentliche Nutzung und Beeinflussung im Kaufprozess (Durchschnitt von sechs ReasonWhy-Statements*, Statements im Wortlaut siehe Grafik rechts)

* ReasonWhy-Statements, %-Anteil der Entscheider mit TOP3-Zustimmung in Bezug auf die genutzten Fachmedien

DEUTSCHE

FACHPRESSE

das b2b-netzwerk

Print bleibt die Autorität im Markt

Wer und was ist wichtig in der Branche/Berufsgruppe? Diese Frage beantworten sich die meisten Entscheider über gedruckte Fachzeitschriften. Zu den Statements, denen die meisten Printnutzer zustimmen (TOP3 von 6er Skale) zählen:

»Ist glaubwürdig,
das heißt, die
Informationen sind
neutral und seriös«
(5,3 Mio. Entscheider)

»Vermittelt mir,
welche aktuellen Pro-
dukte und Angebote
ein Anbieter hat«
(5,1 Mio. Entscheider)

»Vermittelt mir die
Erfahrungen anderer
mit Produkten
und Lösungen«
(4,9 Mio. Entscheider)

Steigende Verweildauer – bei Print

Seit der B2B-Entscheideranalyse 2014/15 ist die Lesedauer von 113 über 125 auf jetzt 134 Minuten pro Woche gestiegen. Das heißt, in Zeiten wachsender Informationsflut ist Print der Fels in der Brandung.

Fachmedien print und digital: Die ständigen Begleiter im Kaufprozess

Fachmedien setzen Impulse:

81%

der Entscheider sind in den letzten 12 Monaten durch Investitionsimpulse aus Fachmedien aktiv geworden.

Das im digitalen Marketing verbreitete Customer-Journey-Modell löst zunehmend den bisherigen linearen SalesFunnel ab und trägt der Komplexität der heutigen Kaufprozesse Rechnung.

Es gibt auch bei der Customer Journey die Abfolge von Phasen, diese haben jedoch nicht den Kauf als Endpunkt, sondern führen nahtlos weiter – im Sinne von »nach dem Kauf ist vor dem Kauf«. Dabei werden alle Phasen als durchlässig und jederzeit beeinflussbar verstanden. Umso wichtiger, die »Touchpoints« der Zielgruppe mit Anbietern und Produkten sorgfältig zu steuern. Fachmedien bieten dazu in allen Phasen optimale Kommunikationschancen.

Fachmedien- nutzung print + digital:

96%

der Entscheider
nutzen Fachmedien.

B2B-Entscheideranalyse 2016/17
© Deutsche Fachpresse, www.deutsche-fachpresse.de
Autorin: Andrea Stegemann, Konradin Mediengruppe,
Mitglied der Kommission AMF Mediamarketing

Ziffer 1 „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

Ziffer 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.

Ziffer 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.

Ziffer 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.

Ziffer 5 Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

Ziffer 6 Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, 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.

Ziffer 7 Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen.

Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

Ziffer 8 Der Verlag behält sich vor, Auftragsaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages 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.

Ziffer 9 Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und 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.

Ziffer 10 Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf eine 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 Fehlers zugesicherten Eigenschaften bleibt unberührt.

Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Käufern 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 von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

Ziffer 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 innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

Ziffer 12 Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

Ziffer 13 Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung 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.

Ziffer 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 Vorauszahlungen 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.

Ziffer 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 über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

Ziffer 16 Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen, Filme und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

Ziffer 17 Aus einer Auflagenminderung kann bei dem Abschluß über mehrerer Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung 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 (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20 v.H. beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche 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.

Ziffer 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 Vermittlungsgewinnungen ist der Verlag nicht verpflichtet.

Ziffer 19 Filme werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

Ziffer 20 Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.

Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Käufern nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluß seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes gelegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.