



ARCHITEKTUR | INNENARCHITEKTUR | TECHNISCHER AUSBAU

2011

MEDIADATEN

www.ait-online.de



120 JAHRE FOKUS AUF DEN INNENRAUM



MEDIADATEN



Preisliste Nr. 50 - gültig ab 1. Oktober 2010



INHALTSVERZEICHNIS

	Seite	
Geografische Anwendung	3	
Redaktion, Verlag, Umfangs- und Inhaltsanalyse	4	1
Auflagen – und Verbreitungs-Analyse	6	2
Empfänger- und Struktur-Analyse	8	3
Erhebungsmethoden	10	
Kurzcharakteristik, Zielgruppe	12	
Termin- und Themenplan	13	T
Anzeigenformate	14	P
Zuschläge	15	P
Preisliste	16	P
Einhefter	17	P
Beilagen	19	P
Aufgeklebte Postkarte, Beikleber	20	P
Geschäftsbedingungen	21	
Unsere Verlagsvertretungen	24	



- **AIT und ABIT sind mehr als zwei Zeitschriften!**
- **AIT und ABIT sind Programm!**
- **10 x jährlich**
- **Auflage: AIT - 24.167 Exemplare, ABIT - 23.368 Exemplare**

www.ait-online.de

ZEITSCHRIFT FÜR ARCHITEKTEN UND INNENARCHITEKTEN

GEOGRAFISCHE VERBREITUNG DER AIT/ABIT IN EUROPA



Hauptverbreitungsgebiet der AIT/ABIT in:

Benelux
Dänemark
Deutschland
Italien
Österreich
Schweiz

Weitere Verbreitung in:

Norwegen
Schweden
Spanien

Zusätzliche Verbreitung in:

Finnland
Frankreich
Griechenland
Großbritannien
Portugal

Verbreitung in:

Bulgarien
Estland
Irland
Kroatien
Litauen
Serbien und Montenegro
Slowakei
Slowenien
Polen
Tschechien
Ungarn
Ukraine
Weissrussland



REDAKTION, VERLAG, UMFANGS- & INHALTS-ANALYSE

1 Kurzcharakteristik



„AIT“ - Architektur Innenarchitektur Technischer Ausbau - gibt als

Architekturfachzeitschrift im Rahmen ganzheitlicher Architekturbetrachtung mehr als andere dem Raum seine Bedeutung. Im Bereich der **Innenraumgestaltung** und des Innenausbaus kommt ihr besondere Kompetenz zu. Neben der Gestaltung, insbesondere von gewerblichen, industriellen und öffentlichen Bauten, thematisiert sie in einem besonderen Fachteil ausdrücklich auch deren **Technischen Ausbau**.

Sie erscheint in **themenorientierten Ausgaben**.



Drei dieser AIT-Schwerpunktausgaben erscheinen als „**ABIT**“ zum Themenbereich **Büro- und Verwaltungsbau, Banken, Versicherungen und Behörden** mit einem erweiterten Redaktionsteil zur **Arbeitsplatzgestaltung** und **Einrichtung**. Eine **erhöhte Auflage** ermöglicht interessante Zielgruppenergänzungen. Die ABIT-Ausgaben erscheinen im **April, Oktober und Dezember**.

2 Mitgliedschaften: Media-Datenbank der Deutschen Fachpresse

3 Organ: AIT - ABIT / Offizielles Organ des
BDIA (Bund Deutscher Innenarchitekten)

4 Herausgeber: Dipl.-Kfm. Karl-Heinz Weinbrenner
Dipl.-Kfm. Claudia Weinbrenner-Seibt

5 Redaktion: Dr.-Ing. Dietmar Danner (verantwortlich)
Dipl.-Ing. Petra Stephan (Ressortleitung)
Dipl.-Ing. Christiane Rumetsch
Dipl.-Arch. Ulrike Schettler
Dipl.-Ing. Uwe Bresan
Dipl.-Ing. Ralf Biehl
Dipl.-Ing. Friedrich Dassler
Dieter Zaiser (Schlussredaktion)

Telefon: (07 11) 75 91-2 86
Telefax: (07 11) 75 91-4 10
E-Mail: ait-red@ait-online.de

6 Anzeigen: (07 11) 75 91-2 52 Achim Wienert (Anzeigenmarketingleitung)
E-Mail: awienert@ait-online.de
(07 11) 75 91-2 54 Judith Hageloch (Anzeigenleitung)
E-Mail: jhageloch@ait-online.de
(07 11) 75 91-2 71 Petra Decker (Anzeigen- und
Druckunterlagenverwaltung)
E-Mail: pdecker@ait-online.de
(07 11) 75 91-4 15 Telefax

7 Jahrgang: 119. Jahrgang 2011
Erscheinungsweise: 10 x jährlich (7x AIT, 3x ABIT)

8 Verlag: Verlagsanstalt Alexander Koch GmbH

9 Postanschrift: Postfach 10 02 56, 70746 Leinfelden-Echterdingen
Hausanschrift: Fasanenweg 18, 70771 Leinfelden-Echterdingen

REDAKTION, VERLAG, UMFANGS- & INHALTS-ANALYSE

10	Telefon: (07 11) 75 91-0 Telefax: (07 11) 75 91 -4 15	15	Inhalts-Analyse des redaktionellen Teils: 2009 = 1.722 Seiten
11	Internet http://www.ait-online.de E-Mail: info@ait-online.de		AIT % ABIT %
12	Termin- und Themenplan: siehe Seite 13		Forum: Aktuelles Architekturgeschehen 9 8 Architektur/Innenarchitektur: Objekt- und Grundsatzbetrachtungen 54 56
13	Bezugspreis: Jahresabonnement einschl. Porto und MwSt. Inland 142,80 Euro Ausland 156,80 Euro Einzelverkaufspreis AIT 11,90 Euro ISSN-Nr.: 0173-8046		Design: Gestaltung für Ausbau, Einrichtung und Ausstattung 11 9 Einrichtung/Arbeitsplatzgestaltung 7 11 Technischer Ausbau: Technik des Ausbaus, Haus- und Gebäudetechnik 6 4
14	Umfangs-Analyse: 2009 = 7 Ausgaben AIT 3 Ausgaben ABIT Format der Zeitschrift: 235 mm breit x 310 mm hoch Gesamtumfang: 1.722 Seiten = 100,0 % Redaktioneller Teil: 1.362 Seiten = 79,10 % Anzeigenteil: 360 Seiten = 20,90 %		Markt, Messen, Produkte, UB 9 9 Daten, Fakten 2 2 Sonstiges - - BDIA-Informationen 2 1
	davon Stellen- und Gelegenheitsanzeigen: 17 Seiten 4,7 % Einhefter/Durchhefter: 14 Seiten = 3,8 % Verlagseigene Anzeigen: 24 Seiten = 6,6 %		
	Beilagen: 33 Beilagen		



AUFLAGEN- & VERBREITUNGS-ANALYSE

16 Auflagenkontrolle:
AIT (Ausgaben 1-2, 3, 5, 6, 7-8, 9, 11)



17 Auflagenanalyse :
AIT (Ausgaben 1-2, 3, 5, 6, 7-8, 9, 11)

Exemplare pro Ausgabe
im Jahresdurchschnitt
(1. Juli 2009 bis 30. Juli 2010)

Druckauflage: 24.167

**Tatsächlich:
verbreitete**

Auflage (tvA): 22.100 davon Ausland: 6.319

Verkaufte:

Auflage: 16.188 davon Ausland: 4.969

- Abonnierte

Exemplare: 14.678 davon Mitgliederstücke: 4.870

- Sonstiger

Verkauf: 477

- Einzelverkauf: 1.033

Freistücke: 5.913

**Rest-, Archiv- und
Belegexemplare:**

2.066

Abweichungen entstehen durch Rundungsdifferenzen.

16 Auflagenkontrolle:
ABIT (Ausgaben 4, 10 und 12)



17 Auflagenanalyse :
ABIT (Ausgaben 4, 10 und 12)

Exemplare pro Ausgabe
im Jahresdurchschnitt
(1. Juli 2009 bis 30. Juli 2010)

Druckauflage: 23.368

**Tatsächlich:
verbreitete**

Auflage (tvA): 21.391 davon Ausland: 6.499

Verkaufte:

Auflage: 15.868 davon Ausland: 4.931

- Abonnierte

Exemplare: 14.434 davon Mitgliederstücke: 4.876

- Sonstiger

Verkauf: 465

- Einzelverkauf: 969

Freistücke: 5.523

**Rest-, Archiv- und
Belegexemplare:**

1.978

Abweichungen entstehen durch Rundungsdifferenzen.

AUFLAGEN- & VERBREITUNGS-ANALYSE

18 Geografische Verbreiterungs-analyse:

AIT (Ausgaben 1-2, 3, 5, 6, 7-8, 9, 11)

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Deutschland	71	15.781
Ausland	29	6.319
tats. verbr. Auflage (tvA)	100	22.100

Aufgliederung der Inlands-Verbreitung:

AIT (Ausgaben 1-2, 3, 5, 6, 7-8, 9, 11)

Postleitgebiet	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
0	2,9	462
1	6,3	999
2	9,6	1.513
3	9,4	1.482
4	12,9	2.036
5	10,9	1.719
6	12,3	1.935
7	15,5	2.460
8	13,7	2.157
9	6,5	1.018
Inland	100,0	15.781

Aufgliederung der Auslands-Verbreitung:

AIT (Ausgaben 1-2, 3, 5, 6, 7-8, 9, 11)

Wirtschaftsraum (alphabetisch sortiert)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Benelux	21,1	1.331
Finnland	15,0	947
Italien	15,3	968
Norwegen	6,7	422
Österreich	10,7	676
Schweden	6,1	383
Schweiz	19,9	1.258
Sonstiges Ausland	5,3	334
Ausland	100,0	6.319

18 Geografische Verbreiterungs-analyse:

ABIT (Ausgaben 4, 10 und 12)

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Deutschland	70	14.892
Ausland	30	6.499
tats. verbr. Auflage (tvA)	100	21.391

Aufgliederung der Inlands-Verbreitung:

ABIT (Ausgaben 4, 10 und 12)

Postleitgebiet	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
0	2,9	436
1	6,3	938
2	9,6	1.431
3	9,4	1.400
4	12,9	1.921
5	10,9	1.619
6	12,3	1.826
7	15,7	2.331
8	13,6	2.031
9	6,4	959
Inland	100,0	14.892

Aufgliederung der Auslands-Verbreitung:

ABIT (Ausgaben 4, 10 und 12)

Wirtschaftsraum (alphabetisch sortiert)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Benelux	21,5	1.398
Finnland	5,1	333
Italien	16,9	1.101
Norwegen	7,3	473
Österreich	21,2	1.376
Schweden	11,2	729
Schweiz	12,7	823
Sonstiges Ausland	4,1	266
Ausland	100,0	6.499

Geringfügige Abweichungen entstehen durch Rundungsdifferenzen.



EMPFÄNGER-STRUKTUR-ANALYSE

Zielgruppenunterschiede der AIT und ABIT

AIT

- **die Fachzeitschrift für:** **Architekten
Innenarchitekten**
- **Im Mittelpunkt steht:** **Innenraumgestaltung
Innenausbau**

Empfänger der AIT und der ABIT:

- **Architekturbüros und Architekten**
- **Innenarchitekturbüros und Innenarchitekten**
- **Mitglieder von:**
BDIA (Bund Deutscher Innenarchitekten)
BÖIA (Bund Österreichischer Innenarchitekten)
VSI.ASAL (Vereinigung Schweizer Innenarchitekten)
creative inneneinrichter e.V.
und der folgenden nationalen Organisationen, die im **ECIA (European Council of Interior Architects)** zusammengeschlossen sind:
Norske interior-arkitekters og mobeldesigneres landsforening NIL, Norwegen,
Sveriges Arkitekter, Schweden, Beroepsvereniging Nederlandse Interieurarchitecten BNI, Niederlande und Sisustusarkitehdit SIO Inredningsarkitekterna SIO Association of Interior Architects SIO, Finnland, De Associatie van Interieurarchitecten van België Association des Architectes d'Intérieur, Belgien
- **Objekteinrichter**
- **Innenausbauer, Ladenbauer und Messebauer**
- **Planungsbüros**
- **Bauingenieure**, Ingenieurbüros für Technische Gebäudeausrüstung, beratende Ingenieure und Fachingenieure
- Gezielte Ergänzungen im qualifizierten Wechselsversand
- Gut sortierte **Buchhandlungen** und **Kioske**

Zielgruppenunterschiede der AIT und ABIT

ABIT:

ABIT 4 + ABIT 10 + ABIT 12

April Oktober Dezember

Basis für die Verbreitung jeder ABIT-Ausgabe

- ist die **Empfängerschaft der AIT-Ausgaben = 80% der ABIT-Empfänger**

Zielgruppenerweiterung:

- durch höhere Auflage 23.000 Exemplare
- an für das Thema besonders relevante Empfängergruppen

Die wesentliche Zielgruppenerweiterung:

- durch zusätzlichen qualifizierten Wechselsversand
- in drei Empfängergruppen.

Für ABIT 4 + ABIT 10 = ABIT Büro

Drei zusätzliche Empfängergruppen:

1. **Baubehörden**, behördliche Beschaffungsstellen und Bauämter
2. **Bau-/Planungsabteilungen** der Investitions- und Konsumgüterindustrie sowie des Handels in drei Empfängergruppen.
3. **Objekt- und Büroeinrichter**, maßgebender Büro- und Betriebseinrichtungshandel

Die **deutlich veränderten Werte** sind durch **Farbdruck** auf der Seite 15 hervorgehoben.

Für ABIT 12 = Banken, Versicherungen und Behörden

Drei zusätzliche Empfängergruppen:

1. **Baubehörden**, behördliche Beschaffungsstellen und Bauämter
2. **Bau-/Planungsabteilungen** der Banken, Versicherungen und Dienstleistungsbetriebe
3. **Objekt- und Büroeinrichter**, maßgebender Büro- und Betriebseinrichtungshandel

EMPFÄNGER-STRUKTUR-ANALYSE

Empfängergruppen	AIT AIT Ausgaben 1-2, 3, 5, 6, 7-8, 9, 11)		ABIT-Büro heute ABIT (Ausgaben 4 + 10)		ABIT-Banken, Versicherungen, Behörden (ABIT 12)	
	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage (Hochrechnung)					
	%	Exemplare	%	Exemplare	%	Exemplare
Architekturbüros, Architekten	41,3	9.138	33,7	7.205	33,7	7.205
Innenarchitekturbüros, Innenarchitekten (einschl. alle BDIA-Mitglieder)	36,2	8.002	29,5	6.317	29,5	6.317
Bauingenieurbüros, Ingenieurbüros für Technische Gebäudeausrüstung, beratende Ingenieure, Fachingenieure	5,2	1.140	5,4	1.147	5,4	1.147
Baubehörden und behördliche Beschaffungsstellen, Bauämter	2,8	617	8,1	1.724	8,1	1.724
Bauunternehmen, Wohn- und Siedlungs- baugesellschaften, Bauträgergesellschaften	2,5	558	2,6	554	2,6	554
Bau-/Planungsabteilungen der Investitions- und Konsumgüterindustrie sowie des Handels	1,0	231	10,1	2.159	1,1	234
Bau-/Planungsabteilungen der Banken, Versicherungen und Dienstleistungsbetriebe	1,2	255	1,1	234	10,1	2.159
Innenausbau, Ladenbau	2,8	623	2,9	626	2,9	626
Objekt- und Büroeinrichter, maßgebender Büro- und Betriebseinrichtungshandel	2,2	488	1,9	407	1,9	407
Verbände, Institutionen der Wissenschaft, Lehre, Forschung, Studenten	3,2	714	3,4	727	3,4	727
Sonstige Bezieher	1,5	335	1,4	291	1,4	291
Rundungsdifferenz	0,1	-1		0		0
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100	22.100	100	21.391	100	21.391

ERHEBUNGSMETHODEN

Leser-Struktur-Analyse = Empfänger-Struktur-Analyse

1. Untersuchungsmethode:

Leser-Struktur-Analyse durch telefonische Erhebung - Stichproben-Erhebung

2. Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1 Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Abonnenten auf EDV erfasst. Aufgrund der vorhandenen postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen bzw. nach Ländern sortiert werden.

2.2 **Gesamtzahl Empfänger in der Datei:** 102.541

2.3 **Gesamtzahl wechselnder Empfänger (Werbeexemplare):** 86.742

Die Empfänger erhalten im Wechsel jede 14. Ausgabe

2.4 **Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:**

- verkaufte Auflage		16.164
- davon Abonnenten	14.352	
- davon Einzelverkauf	808	
- sonstiger Verkauf	1.004	
- ständige Freistücke		443
- Werbeexemplare		<u>6.354</u>
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		22.961
- davon Bundesrepublik Deutschland		14.884
- davon Ausland		8.077

3. Beschreibung der Untersuchung

3.1 **Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):**

Grundgesamtheit (Abonnenten Deutschland und deutschsprachiges Ausland): 11.797 = 100,0%

Davon in der Untersuchung nicht erfasst:

Exemplare an Bibliotheken, Buchhandel 151 = 1,3%

ERHEBUNGSMETHODEN

Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (Abonnenten Deutschland und deutschsprachiges Ausland) 11.646 = 98,7%

3.2 Tag der Stichproben-Ziehung:

8. Dezember 2006

3.3 Beschreibung der Stichproben-Erhebung:

Einfache Random-Auswahl per Schrittziffer aus den Dateien der BDIA-Mitgliedsabonnenten und der sonstigen Abonnenten in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Ausgangs-Stichprobe		418 Fälle =	100,0%
Adressenbezogene Ausfälle		62 Fälle =	14,8%
Empfänger nicht zu ermitteln	22 Fälle =	5,3%	
Adresse/Telefonnummer falsch/nicht ermittelbar	40 Fälle=	9,6%	
<hr/>			
Brutto-Stichprobe		356 Fälle =	100,0%
Ausfälle		106 Fälle=	29,8%
Zielperson nicht erreicht	51 Fälle=	14,3%	
Zielperson verreist, krank	1 Fall=	0,3%	
Beantwortung der Befragung verweigert	54 Fälle=	15,2%	
<hr/>			
Netto-Stichprobe (auswertbare Fälle):		250 Fälle=	70,2%

3.4 Zielperson der Untersuchung:

Befragt wurde der Erstleser

3.5 Definition des Lesers:

Erstleser (Leser im WLK)

3.6 Befragungszeitraum:

13.12.06 bis 19.01.2007

3.7 Durchführung der Untersuchung:

TNS Emnid, Bielefeld

Gewichtung:

Proportionalgewichtung der disproportionalen Stichprobenanlage 2007.

Diese Untersuchung entspricht in der Anlage, Durchführung und Berichterstattung dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträger-Analysen in der aktuellen Fassung.

Die ausführliche Leser-Struktur-Analyse kann auf Wunsch Ihnen gerne übermittelt werden.

KURZCHARAKTERISTIK

AIT – Die Konzentration auf den Innenraum mit seinen vielfältigen Bezügen zur Architektur, zur Ausstattung und zum Design geben der AIT eine Sonderstellung unter den Architekturfachzeitschriften. Die Ausrichtung jeder Ausgabe auf einen speziellen Schwerpunkt wie Wohnbauten, Laden- und Messebau, Büro und Verwaltungen, Bauten für Kultur und Bildung, für Gastronomie und Hotellerie, für Krankenhäuser und Arztpraxen, sowie Banken und Behörden machen die AIT zu einem wichtigen Nachschlagewerk für Architekten und Innenarchitekten. Die umfangreiche fotografische Darstellung internationaler Projekte und die aufwendige Gestaltung des Titels lässt sie zu einem begehrten Sammelobjekt und zu einer wichtigen Inspirationsquelle für alle Gestalter werden.

ABIT – Drei dieser AIT-Schwerpunktausgaben erscheinen als „ABIT“ zum Themenbereich Büro- und Verwaltungsbau, Banken, Versicherungen und Behörden mit einem erweiterten Redaktionsteil zur Arbeitsplatzgestaltung und Einrichtung. Eine erhöhte Auflage ermöglicht interessante Zielgruppenergänzungen. Die ABIT-Ausgaben erscheinen im April, Oktober und Dezember.

ZIELGRUPPE

AIT – Architekten, Innenarchitekten, Objekteinrichter und Planungsbüros.

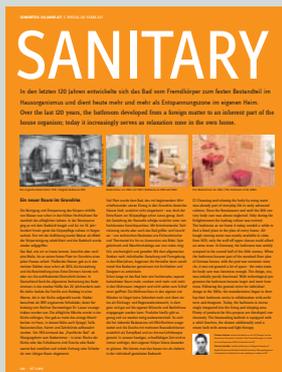
ABIT – Erweiterte Zielgruppe: Baubehörden, Bau-/Planungsabteilungen der Investitions- und Konsumgüterindustrie der Banken und Versicherungen.

ERSCHEINUNGSWEISE

10 x Jährlich

Mitglieder von:

BDIA (Bund Deutscher Innenarchitekten)
BÖIA (Bund Österreichischer Innenarchitekten)
VSI.ASAI. (Vereinigung Schweizer Innenarchitekten)
creative inneneinrichter e. V.
und der nationalen Organisationen, die im ECIA (European Council of Interior Architects) zusammengeschlossen sind.



AUFLAGE

AIT
Druckauflage:
24.167 Exemplare

ABIT
Druckauflage:
23.368 Exemplare

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):
22.100 Exemplare

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):
21.391 Exemplare

Verkaufte Auflage:
16.678 Exemplare

Verkaufte Auflage:
15.868 Exemplare

Abo-Auflage:
16.178 Exemplare

Abo-Auflage:
14.434 Exemplare

AIT | ABIT TERMINE 2011

MONAT	AUSGABEN	THEMA	ERSCHEINUNGSTERMIN	ANZEIGENSCHLUSS	DRUCKUNTERLAGEN-SCHLUSS
Januar/Februar	AIT 1-2	Einrichtungen für Verkauf und Präsentation	Fr. 28. Jan. 2011 <small>Messeausgabe zur EuroShop</small>	Do. 30. Dez. 2010	Fr. 7. Jan. 2011
März	AIT 3	Einrichtungen für privates Wohnen	Di. 1. März 2011 <small>Messeausgabe zur ISH</small>	Fr. 21. Jan. 2011	Fr. 28. Jan. 2011
April	ABIT 4	ABIT-Büro heute	Fr. 1. April 2011	Fr. 25. Feb. 2011	Fr. 4. März 2011
Mai	AIT 5	Einrichtungen für Öffentliche Bauten	Mo. 2. Mai 2011	Fr. 25. März 2011	Fr. 1. April 2011
Juni	AIT 6	Einrichtungen für Gastronomie und Hotels	Mi. 1. Juni 2011	Fr. 29. April 2011	Fr. 6. Mai 2011
Juli/August	AIT 7-8	Einrichtungen für Wohnen und Arbeiten	Mo. 25. Juli 2011	Fr. 24. Juni 2011	Fr. 1. Juli 2011
September	AIT 9	Einrichtungen für Verkauf und Präsentation	Do. 1. Sept. 2011	Fr. 29. Juli 2011	Fr. 5. Aug. 2011
Oktober	ABIT 10	ABIT-Büro heute	Di. 4. Okt. 2011	Fr. 26. Aug. 2011	Fr. 2. Sept. 2011
November	AIT 11	Einrichtungen für Gesundheit und Soziales	Mi. 2. Nov. 2011	Fr. 30. Sept. 2011	Fr. 7. Okt. 2011
Dezember	ABIT 12	ABIT-Banken	Do. 1. Dez. 2011 <small>Messeausgabe zur DEUBAU, DOMOTEX und imm cologne</small>	Fr. 28. Okt. 2011	Fr. 4. Nov. 2011
2012					
Januar	AIT 1-2	Einrichtungen für privates Wohnen	Fr. 27. Jan. 2012	Fr. 30. Dez. 2011	Mo. 9. Jan. 2012

Information zur digitalen Datenanlieferung

Versandanschrift

für Druckunterlagen: Verlagsanstalt Alexander Koch GmbH
AIT Anzeigenabteilung, Frau Petra Decker
Fasanenweg 18, 70771 Leinfelden-Echterdingen
Postfach 10 02 56, 70746 Leinfelden-Echterdingen
Telefon: (07 11) 75 91-271
E-Mail: pdecker@ait-online.de

Dateiformat:

Bitte liefern Sie Ihre Anzeigen als hochauflösende Druck-PDF-Datei im cmyk-Modus mit mindestens 300 dpi Auflösung und eingebundenen Schriften.

Für drucktechnische Fragen:

HKS Artmedia
Frau Linda Hansel
Tel.: 07 11/2 58 55 55-15

Für weitere Rückfragen:

Frau Petra Decker
Tel.: 07 11/75 91-2 71

AIT | ABIT ANZEIGENFORMATE

	BREITE x HÖHE (in mm)	BREITE x HÖHE (in mm)
FORMAT	SATZSPIEGEL	ANSCHNIITT*
1/1-Seite	212 x 280	235 x 310
2/1-Seite	424 x 280	470 x 310
2/3-Seite	140 x 280	152 x 310
1/2-Seite hoch	104 x 280	115 x 310
1/2-Seite quer	212 x 136	235 x 155
1/3-Seite hoch	68 x 280	78 x 310
1/3-Seite quer	212 x 90	235 x 103
1/4 Seite hoch, 1-spaltig	50 x 280	59 x 310
1/4 Seite hoch, 2-spaltig	104 x 136	115 x 146
1/4 Seite quer	212 x 66	235 x 86
1/8 Seite hoch, 1-spaltig	50 x 136	61 x 146
1/8 Seite hoch, 2-spaltig	104 x 66	115 x 76
1/8 Seite quer	212 x 32	235 x 39

HEFTFORMAT 235 x 310 mm

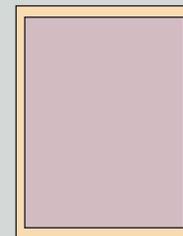
* ZZGL. JE 3 MM BESCHNITZZUGABE AN ALLEN ANSCHNITTKANTEN ANLIEFERN



2/1 SEITEN

Satzspiegel: 424 x 280

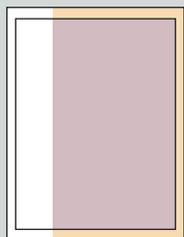
Angeschnitten: 470 x 310*



1/1 SEITEN

Satzspiegel: 212 x 280

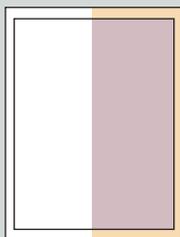
Angeschnitten: 235 x 310*



2/3 SEITE

Satzspiegel: 140 x 280

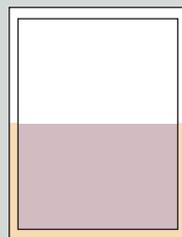
Angeschnitten: 152 x 310*



1/2 SEITE HOCH

Satzspiegel: 104 x 280

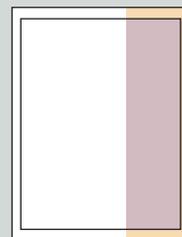
Angeschnitten: 115 x 310*



1/2 SEITE QUER

Satzspiegel: 212 x 136

Angeschnitten: 235 x 155*



1/3 SEITE HOCH

Satzspiegel: 68 x 280

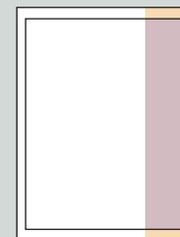
Angeschnitten: 78 x 310*



1/3 SEITE QUER

Satzspiegel: 212 x 90

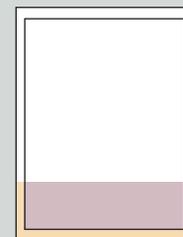
Angeschnitten: 235 x 103*



1/4 SEITE HOCH

Satzspiegel: 50 x 280

Angeschnitten: 59 x 310*



1/4 SEITE QUER

Satzspiegel: 212 x 66

Angeschnitten: 235 x 86*

ZUSCHLÄGE, BEILAGEN, RABATTE, WICHTIGE INFORMATIONEN

- 1. ZEISCHRIFTEN-FORMAT:** 235 mm breit x 310 mm hoch
- 2. SATZSPIEGEL:** 212 mm breit x 280 mm hoch
SPALTENANZAHL: 4 Spalten je 50 mm, 3 Spalten je 68 mm
- 3. DRUCK:** Bogenoffset
BINDEVERFAHREN: Klebebindung
VORLAGEN: Bei Vorlage von Reinzeichnungen, Aufsichtsvorlagen oder Dias werden die Produktionskosten in Rechnung gestellt.
Der Druck erfolgt auf 115 gr. mattgestrichenem Offsetpapier/ Bilderdruckpapier.
- 4. TERMINE:** monatlich, 10 Ausgaben (7 AIT + 3 ABIT)
Erscheinungsweise: Doppelnummer AIT 1/2 – Januar/Februar
Doppelnummer AIT 7/8 – Juli/August
Erscheinungstermin: siehe Termin- und Themenplan Seite 13
Anzeigenschluss: siehe Termin- und Themenplan Seite 13
- 5. VERLAG:** Verlagsanstalt Alexander Koch GmbH
Hausanschrift: Fasanenweg 18, 70771 Leinfelden-Echterdingen
Postanschrift: Postfach 10 02 56, 70746 Leinfelden-Echterdingen
Internet: <http://www.ait-online.de>
Anzeigenabteilung: Telefon: (07 11) 75 91-254, -271, -252
Telefax: (07 11) 75 91-415
E-Mail: ait-anz@ait-online.de
- 6. ZAHLUNGS-BEDINGUNGEN:** Allgemeine Zahlungsfrist 30 Tage nach Rechnungsdatum rein netto, innerhalb 10 Tagen mit 2% Skonto, bei Bankeinzug 3% Skonto, Kreditkarten: Eurocard/MasterCard, Visa, American Express
USt-Ident-Nr. DE-147831043
- 7. ANZEIGENFORMATE UND PREISE:** Seite 14 und Seite 16

BANKVERBINDUNGEN:

Volksbank Stuttgart eG (BLZ 600 901 00) Konto-Nr. 311 209 009
IBAN DE14 6009 0100 0311 2090 09, BIC VOBAD533
Baden-Württembergische Bank (BLZ 600 501 01) Konto-Nr. 2 160 508
IBAN DE07 6005 0101 0002 1605 08, BIC SOLADEST

8. PLATZIERUNGS-ZUSCHLÄGE:

(rabattfähig)

9. FARB ZUSCHLÄGE:

(rabattfähig)

10. FORMAT ZUSCHLÄGE:

11. STELLEN ANZEIGEN:

(rabattfähig)
AE Provision möglich

12. RABATTE:

4. Umschlagseite 50 % vom Grundpreis
2. und 3. Umschlagseite 30 % vom Grundpreis
bindende Platzvorschrift 20 % vom Grundpreis

Im vorderen Heftteil sind nur großformatige Anzeigen möglich.

	AIT	ABIT
Je Normalfarbe (Euro-Skala)	715,-	820,-
Eine Sonderfarbe	920,-	1.075,-
Mehrere Sonderfarben auf Anfrage. Sonderfarben sind alle HKS-Farben und Pantone, außer HKS 3, HKS 25 und HKS 47.		

Anzeigen über Bund und angeschnittene Anzeigen:
jeweils 15 % vom Grundpreis

Stellenangebote:	seitenanteilig vom jeweiligen Grundpreis
Stellengesuche:	50 % vom Grundpreis
Chiffre-Gebühr:	In- und Ausland 16,- Euro
mm-Preis:	je Spalte, 50 mm breit,
	AIT: 4,10 Euro ABIT: 4,80 Euro

Texte werden gemäß Ihren Vorlagen gesetzt. Nachträgliche Änderungen werden nach Aufwand berechnet. Die Bezahlung von Stellengesuchen erfolgt über Bank-einzug mit 3% Skonto. **Ansprechpartner:** Petra Decker Telefon: (07 11) 75 91-2 71 | Telefax: (07 11) 75 91-4 15 Mail: pdecker@ait-online.de

gelten bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres (Beginn mit dem Erscheinen der ersten Anzeige). Gilt gesamt für AIT, ABIT und xia IntelligenteArchitektur.

MALSTAFFEL		MENGENSTAFFEL	
3-maliges Erscheinen	3 %	3 Seiten	5 %
6-maliges Erscheinen	5 %	6 Seiten	10 %
9-maliges Erscheinen	10 %	12 Seiten	15 %

Farb-, Anschnitt- und Platzierungszuschläge werden rabattiert. Auf Beilagen und Einkleber können keine Nachlässe gewährt werden. Mittlervergütung: 15 % (auch Ausland) bei Anlieferung druckfertiger Anzeigenvorlagen. Die Preise sind zuzügl. der gesetzl. Mehrwertsteuer.

ANZEIGENFORMATE UND PREISE

7.

AIT FORMAT	GRUNDPREIS s/w			2-FARBIG (EUROSKALA)		3-FARBIG (EUROSKALA)		4-FARBIG (EUROSKALA)	
	IM SATZSPIEGEL	ANSCHNITT 15 % vom Grundpreis	INKL. ANSCHNITT	IM SATZSPIEGEL	INKL. ANSCHNITT	IM SATZSPIEGEL	INKL. ANSCHNITT	IM SATZSPIEGEL	INKL. ANSCHNITT
1/1-Seite	4.270,00 €	640,50 €	4.910,50 €	4.985,00 €	5.625,50 €	5.700,00 €	6.340,50 €	6.415,00 €	7.055,50 €
2/1-Seite	8.540,00 €	1.281,00 €	9.821,00 €	9.970,00 €	11.251,00 €	11.400,00 €	12.681,00 €	12.830,00 €	14.111,00 €
2/3-Seite	2.847,00 €	427,05 €	3.274,05 €	3.562,00 €	3.989,05 €	4.277,00 €	4.704,05 €	4.992,00 €	5.419,05 €
1/2-Seite	2.562,00 €	384,30 €	2.964,30 €	3.277,00 €	3.661,30 €	3.992,00 €	4.376,30 €	4.707,00 €	5.091,30 €
1/3-Seite	1.423,00 €	213,45 €	1.636,45 €	2.138,00 €	2.351,45 €	2.853,00 €	3.066,45 €	3.568,00 €	3.781,45 €
1/4-Seite	1.068,00 €	160,20 €	1.228,20 €	1.783,00 €	1.943,20 €	2.498,00 €	2.658,20 €	3.213,00 €	3.373,20 €
1/8-Seite	534,00 €	80,10 €	614,10 €	1.249,00 €	1.329,10 €	1.964,00 €	2.044,10 €	2.679,00 €	2.759,10 €

mm-Preis je Spalte 50 mm breit: 4,10 Euro.

Farbe und Anschnitt sind rabattierbar. Alle Preise in Euro und zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer

ABIT FORMAT	GRUNDPREIS s/w			2-FARBIG (EUROSKALA)		3-FARBIG (EUROSKALA)		4-FARBIG (EUROSKALA)	
	IM SATZSPIEGEL	ANSCHNITT 15 % vom Grundpreis	INKL. ANSCHNITT	IM SATZSPIEGEL	INKL. ANSCHNITT	IM SATZSPIEGEL	INKL. ANSCHNITT	IM SATZSPIEGEL	INKL. ANSCHNITT
1/1-Seite	5.285,00 €	792,75 €	6.077,75 €	6.105,00 €	6.897,75 €	6.925,00 €	7.717,75 €	7.745,00 €	8.537,75 €
2/1-Seite	10.570,00 €	1.585,50 €	12.155,50 €	12.210,00 €	13.795,50 €	13.850,00 €	15.435,50 €	15.490,00 €	17.075,50 €
2/3-Seite	3.523,00 €	528,45 €	4.051,45 €	4.343,00 €	4.871,45 €	5.163,00 €	5.691,45 €	5.983,00 €	6.511,45 €
1/2-Seite	3.171,00 €	475,65 €	3.646,65 €	3.991,00 €	4.466,65 €	4.811,00 €	5.286,65 €	5.631,00 €	6.106,65 €
1/3-Seite	1.762,00 €	264,30 €	2.026,30 €	2.582,00 €	2.846,30 €	3.402,00 €	3.666,30 €	4.222,00 €	4.486,30 €
1/4-Seite	1.321,00 €	198,15 €	1.519,15 €	2.141,00 €	2.339,15 €	2.961,00 €	3.159,15 €	3.781,00 €	3.979,15 €
1/8-Seite	661,00 €	99,15 €	760,15 €	1.481,00 €	1.580,15 €	2.301,00 €	2.400,15 €	3.121,00 €	3.220,15 €

mm-Preis je Spalte 50 mm breit: 4,80 Euro.

Farbe und Anschnitt sind rabattierbar. Alle Preise in Euro und zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer

EINHEFTER

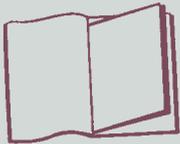
13.

Rabattierung:

Die Rabattierung erfolgt nach der Mengestaffel:
1 Blatt = 1 Anzeigenseite
* Klappe = halbseitiges Ausklappblatt

Preise:

zuzügl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer



Einhefter	AIT	ABIT
Formate	Euro	Euro
2-seitig	4.870,-	6.050,-
2-seitig + Klappe*	7.312,-	9.073,-
4-seitig	8.460,-	10.735,-
4-seitig + Klappe*	10.852,-	13.463,-
6-seitig	12.058,-	14.961,-
8-seitig	14.469,-	17.951,-

Die Preise gelten für alle Einhefter, die ohne zusätzlichen Zeitaufwand (maschinell) verarbeitet werden können, z.B. Einhefter ohne aufgeklebte oder anhängende Antwortkarte oder Warenmuster.

Leporello-Einhefter, Preis auf Anfrage.

In allen anderen Fällen muss ein Erschwerniszuschlag berechnet werden.

Formate:

Alle Einhefter Alle Einhefter im unbeschnittenen Format anliefern.
1 Blatt = 2 Seiten

Anzulieferndes Format:

Unbeschnitten: 241 mm breit x 320 mm hoch
Mehrlättrige Einhefter müssen gefalzt angeliefert werden.
2 Blatt = 4 Seiten
3 Blatt = 6 Seiten
(siehe Beschnittschema)
Andere Formate auf Anfrage.

Beschnittzugabe:

Kopfbeschnitt: 5 mm Fußbeschnitt: 5 mm
Fräsrand im Bund: 3 mm Außenkante: 3 mm

Kennzeichnung:

Bei Einheftern bitte „**Vorderseite**“ genau bezeichnen.

Benötigte Auflage:

AIT - 20.300 Einhefter
ABIT - 23.300 Einhefter

Bitte genaue Liefermenge bei Frau Decker erfragen, da evtl. steigende Druckauflage, Telefon (07 11) 75 91-2 71

Anlieferung:

Lose auf Palette gesetzt, transportsicher und frei Haus.

Anlieferungstermin:

Ist der **Druckunterlagenschluss** der jeweiligen Ausgabe.

Liefervermerk:

Die Begleitpapiere müssen Angaben über die Stückzahl, Zeitschriftentitel und Heft-Nr. enthalten. An jeder Verpackungseinheit sollte sichtbar ein Muster angebracht werden.

Versandanschrift:

W. Kohlhammer
Druckerei GmbH + Co. KG
z. Hd. Herrn Ott
Augsburger Straße 722
70329 Stuttgart-Obertürkheim

Liefervermerk: Für AIT und ABIT-Ausgabe ...(Nr.)

BESCHNITTSCHEMA EINHEFTER

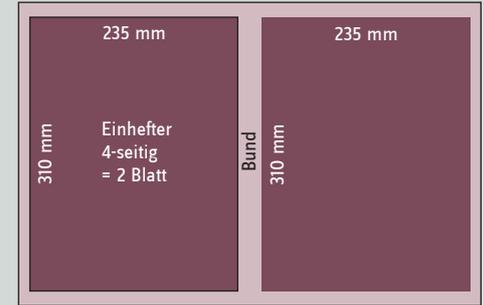
Kopf- und Fußbeschnitt: 5 mm, alle anderen Kanten 3 mm Beschnitt



241 mm breit x 320 mm hoch
(anzulieferndes Format)



348 mm breit x 320 mm hoch
(anzulieferndes Format)



482 mm breit x 320 mm hoch
(anzulieferndes Format)



587 mm breit x 320 mm hoch (anzulieferndes Format)

Druckservice

Wir erleichtern Ihnen die Abwicklung bei Einhefter- und Beilagen-Produktionen. Gerne erhalten Sie ein Angebot zu günstigen Konditionen.

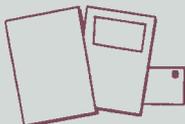
Bitte fordern Sie Ihr Angebot bei Herrn Müller an:

Tel.: (07 11) 75 91-3 41 oder Fax: (07 11) 75 91-3 83

E-Mail: omueller@weinbrenner.de

BEILAGEN

14.



nicht rabattfähig

Gewicht der Beilage	je 1.000 Beilagen	AIT 20.000 Beilagen	ABIT 23.000 Beilagen
bis 25 g	250,-	5.000,-	5.750,-
bis 30 g	275,-	5.500,-	6.325,-
bis 35 g	300,-	6.000,-	6.900,-
bis 40 g	325,-	6.500,-	7.475,-
bis 45 g	350,-	7.000,-	8.050,-
bis 50 g	375,-	7.500,-	8.625,-
je weitere 5 g mehr	plus 25,-	plus 500,-	plus 575,-
Die Postgebühren übernehmen wir für Sie. Preise in Euro zuzügl. Mehrwertsteuer.			

- Beilagen:** Beilagen sind Drucksachen, Prospekte, Broschüren, die lose in die AIT/ABIT eingelegt werden.
Materialprobe als Beilage ist möglich, Preis auf Anfrage.
Bedingung für die Auftragsannahme ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, siehe Beilagenmuster.
- Formate:** Maximale Größe: 230 mm breit x 305 mm hoch.
Sie müssen so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Bearbeitung entfällt. Erschwernisse und zusätzliche Arbeiten (z. B. falzen) werden gesondert in Rechnung gestellt.
- Beilagenmuster:** Bedingung für die Auftragsannahme und -bestätigung durch den Verlag ist die **Vorlage eines verbindlichen Musters**, notfalls eines Blindmusters mit Größen- und Gewichtsangabe.
- Beilagenhinweis:** Ein Beilagenhinweis wird **kostenlos** in der Zeitschrift veröffentlicht.
- Benötigte Auflage:** **AIT - 20.300 Beilagen**
ABIT - 23.300 Beilagen
Bitte genaue Liefermenge bei Frau Decker erfragen, da evtl. steigende Druckauflage, Telefon (07 11) 75 91-2 71
- Anlieferung:** Lose auf Palette gesetzt, transportsicher und frei Haus.
- Anlieferungstermin:** Ist der **Druckunterlagenschluss** der jeweiligen Ausgabe.
- Liefervermerk:** Die Begleitpapiere müssen Angaben über die Stückzahl, Zeitschriftentitel und Heft-Nr. enthalten. An jeder Verpackungseinheit sollte sichtbar ein Muster angebracht werden.
- Versandanschrift:** W. Kohlhammer
Druckerei GmbH + Co. KG
z. Hd. Herrn Ott
Augsburger Straße 722
70329 Stuttgart-Obertürkheim

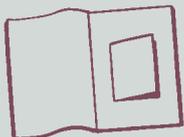
Liefervermerk: Für AIT und ABIT-Ausgabe ...(Nr.)

AUFGEKLEBTE POSTKARTE, BEIKLEBER

15.

Rabattierung:

Anzeigen- bzw. Einhefterpreis +
technische Kosten für die Postkarte:



nicht rabattfähig

Die Preise gelten für maschinelles Aufkleben.
In allen anderen Fällen muss ein Erschwerniszuschlag
berechnet werden.
Prospekte und Warenmuster auf Anfrage.

Formate: Mindestformat: 90 mm breit x 140 mm lang
Maximalformat: 125 mm breit x 235 mm lang
Flächengewicht: 50 bis 200 g/m²

Höhere Gewichte auf Anfrage

Stand : Für die maschinelle Verarbeitung muss die Klebekante der
Postkarte zum Bund hin mind. 2 cm betragen, max. 5 cm
und parallel verlaufen. In anderen Fällen, auch bei schräger
Platzierung der Postkarte, ist ein manuelles Aufkleben erfor-
derlich. Preis auf Anfrage.

Muster: Bedingung für die Auftragsannahme und -bestätigung durch
den Verlag ist eine Vorlage des Trägermotivs mit Einkleber
(Original, notfalls Blindmuster) als Standmuster.

je 1.000 Postkarten	AIT 20.000 Beikleber	ABIT 23.000 Beikleber
130,-	2.600,-	2.990,-
Die Postgebühren übernehmen wir für Sie. Preise in Euro zuzügl. Mehrwertsteuer.		

Kennzeichnung: Bei Einklebern bitte „Vorderseite“ genau bezeichnen.

Benötigte Auflage: AIT - 20.300 Beikleber, Postkarten
ABIT - 23.300 Beikleber, Postkarten
Bitte genaue Liefermenge bei Frau Decker erfragen, da evtl.
steigende Druckauflage, Telefon (07 11) 75 91-2 71

Anlieferung: Lose auf Palette gesetzt, transportsicher und frei Haus.

Anlieferungstermin: Ist der **Druckunterlagenschluss** der jeweiligen Ausgabe.

Liefervermerk: Die Begleitpapiere müssen Angaben über die Stückzahl, Zeit-
schriftentitel und Heft-Nr. enthalten. An jeder Verpackung-
seinheit sollte sichtbar ein Muster angebracht werden.

Versandanschrift: W. Kohlhammer
Druckerei GmbH + Co. KG
z. Hd. Herrn Ott
Augsburger Straße 722
70329 Stuttgart-Obertürkheim

Liefervermerk: Für AIT und ABIT-Ausgabe ...(Nr.)

Ziffer 1

„Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Zeitung oder Zeitschrift zum Zweck der Verbreitung.

Ziffer 2

Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Aufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird.

Ziffer 3

Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten.

Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.

Ziffer 4

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

Ziffer 5

Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Hefnummern, 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 6

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

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

Ziffer 7

Der Verlag behält sich vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen, wenn

- deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
 - deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
 - deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist
- Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten.

Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Musters und dessen Billigung bindend.

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

Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

Ziffer 8

Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern.

Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen.

Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.

Ziffer 9

Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Verbreitung der Anzeige.

Ziffer 10

Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde.

zu Ziffer 10

Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn – diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder – diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre.

Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden.

Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde.

Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

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 bis zum Anzeigenschluss oder 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

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.

Ziffer 14

Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

Ziffer 15

Der Verlag liefert 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.

Ziffer 16a

Aus einer Auflagenminderung kann – vorbehaltlich der Regelung der Ziffer 16b – nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantief Auflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie bei einer Garantief Auflage bis zu 50 000 Exemplaren mindestens 20 v. H., bei einer Garantief Auflage bis zu 100 000 Exemplaren mindestens 15 v. H., bei einer Garantief Auflage bis zu 500 000 Exemplaren mindestens 10 v. H., bei einer Garantief Auflage über 500 000 Exemplaren mindestens 5 v. H. beträgt.

Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt.

Als Garantief Auflage gilt 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 vorausgegangenen Kalenderjahres.

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 16b

(Sondervorschrift bei Auflagenminderungen für Titel, die heftbezogene Auflagen Daten veröffentlichen). Abweichend von Nummer 16a berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagen Daten veröffentlichen, nur dann zu einer Preisminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (Garantief Auflage) von bis zu 500 000 Exemplaren 10 v.H. und bei einer Auflage (Garantief Auflage) von über 500 000 Exemplaren 5 v.H. überschreitet.

zu Ziffer 16b

Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt.

Die der Garantie zugrundeliegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IVW. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr aus dem Auflagendurchschnitt der vier Quartale vor dem Insertionsjahr, soweit nicht vom Verlag eine absolute Auflagenzahl als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde.

Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengenstaffel und für mindestens drei Ausgaben.

Grundlage für die Berechnung der Preisminderung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde.

Die mögliche Auflagenminderung errechnet sich als Saldo der Auflagenüber- und Auflagenunterschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Insertionsjahres.

Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalgutschrift oder wenn dies nicht mehr möglich ist als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2.500 Euro beträgt.

Ziffer 17

Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Expressbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein.

Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht ... g) überschreiten, sowie Waren, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

Ziffer 18

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 des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Ziffer 19

Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten.

Ziffer 20

Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind gegenüber Unternehmern wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

Ziffer 21

Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht.

Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss spätestens bis zum Abschluss des Insertionsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

Ziffer 22

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 zugelieferten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Auftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.

Ziffer 23

Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkaufte 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.

- **Schleswig-Holstein, Niedersachsen Nord, Bremen, Hamburg, Bezirk Münster, Mecklenburg-Vorpommern, Dänemark**
- Walfried Kramer**
In der Stroth 10, D-48157 Münster
Telefon: (02 51) 32 92 03
Telefax: (02 51) 32 92 04
E-Mail: Walfried.Kramer@t-online.de
- **Baden-Württemberg, Schweiz**
- Eckhard Läufer**
Glemsweg 11, D-71263 Weil der Stadt
Telefon: (0 70 33) 1 39 02
Telefax: (0 70 33) 1 39 04
E-Mail: verlagsbuero-laeufer@t-online.de
- **Ostwestfalen, Niedersachsen Süd, Berlin, Sachsen-Anhalt Nord, Brandenburg Niederlande, Belgien, Luxemburg**
- Peter Mayer**
Wangener Weg 22, D-73760 Ostfildern
Telefon: (07 11) 3 58 50 64
Telefax: (07 11) 3 58 50 65
E-Mail: akkum@arcor.de
- **Bayern, Österreich**
- Mark-Oliver Felchner**
Alte Steige 26, D-87600 Kaufbeuren
Telefon: (0 83 41) 87 14 01
Telefax: (0 83 41) 87 14 04
E-Mail: m.felchner@verlagsbuero-felchner.de
- **Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen-Anhalt Süd, Sachsen, Thüringen, Nordrhein-Westfalen ohne Ostwestfalen u. Bezirk Münster**
- Rainer Karpenfeld**
Baumweg 19, D-60316 Frankfurt/Main
Telefon: (0 69) 94 33 31-22
Telefax: (0 69) 4 99 03 86
E-Mail: karpenfeld@mdmedien.de
- **Italien**
- Cesare Casiraghi**
Pubblicità internazionale
Via Cardano 81, I-22100 Como
Telefon: (00 39) (0 31) 26 14 07
Telefax: (00 39) (0 31) 26 13 80
E-Mail: info@casiraghi.info

Verlagsanstalt Alexander Koch GmbH

**Postfach 10 02 56
70746 Leinfelden-Echterdingen**

**Fasanenweg 18
70771 Leinfelden-Echterdingen**

Telefon: (07 11) 75 91-0

Telefon: (07 11) 75 91-2 52

Telefon: (07 11) 75 91-2 54

Achim Wienert, Anzeigenmarketingleitung
E-Mail: awienert@ait-online.de

Judith Hageloch, Anzeigenleitung
E-Mail: jhageloch@ait-online.de

Telefon: (07 11) 75 91-2 71

Telefax: (07 11) 75 91-4 15

Telefax (07 11) 75 91-4 10

Petra Decker, Anzeigen- und Druckunterlagenverwaltung
E-Mail: pdecker@ait-online.de

Anzeigenabteilung
E-Mail: ait-anz@ait-online.de

Redaktion
E-Mail: ait-red@ait-online.de