

MEDIA

Informationen 2007



VOGEL 

VERLAG HEINRICH VOGEL



TRUCKER, das monatliche Fernfahrer-Magazin für alle Berufskraftfahrer und selbstfahrenden Transportunternehmer.

Seit über 25 Jahren ist **TRUCKER** – das FernfahrerMagazin treuer Begleiter für Lkw-Fahrer. Monat für Monat bietet das Magazin Tests und Technik sowie Reportagen rund um den Beruf des Lkw-Fahrers - eine bunte Mischung aus Nutzwert und Unterhaltung. **TRUCKER** ist das Sprachrohr der Lkw-Fahrer und bietet mit dem **TRUCKER-Club** diesen auch eine virtuelle Heimat.

Zielgruppe:

- Berufskraftfahrer
- Selbstfahrende Unternehmer
- Fahrer im Nahverkehr



51.827 Exemplare* verkaufte Auflage

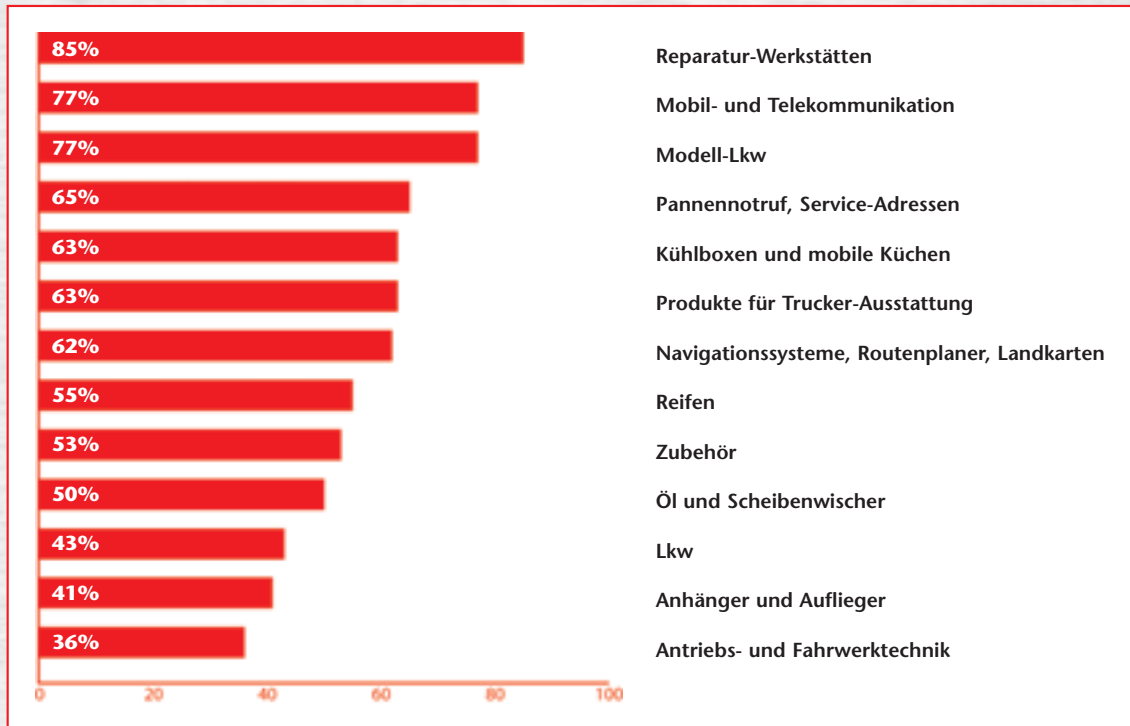
54.306 Exemplare* verbreitete Auflage

Durchschnittlich 1,3 weitere Leser pro Ausgabe
= eine Gesamtleserschaft von über 130.000 pro Ausgabe.**

* IVW Jahresdurchschnitt/**LAA 1999/SMR, Frankfurt

Entscheidungskompetenz/Produktkauf

Unsere Leser investieren in:



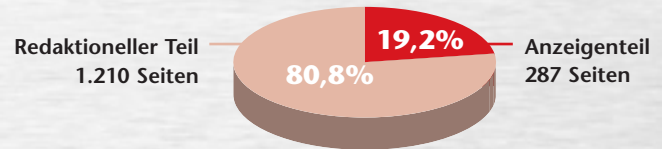
1 Kurzcharakteristik: TRUCKER – das FernfahrerMagazin. Seit 28 Jahren ist TRUCKER der Special-Interest-Titel für den Lkw-Fahrer. Monat für Monat werden neue Trucks, neue Technologien vorgestellt und verglichen. Fahrerberichte, Servicethemen und spannende Reportagen aus dem Alltag runden das Magazin ab. Zu den Lesern zählen hauptsächlich Berufskraftfahrer, die überwiegend im Fernverkehr tätig sind sowie selbstfahrende Transportunternehmer.

- 2 Erscheinungsweise:** monatlich
- 3 Jahrgang:** 28. Jahrgang 2007
- 4 Web-Adresse (URL):** www.trucker.de
- 5 Mitgliedschaften:** -
- 6 Organ:** -
- 7 Herausgeber:** -

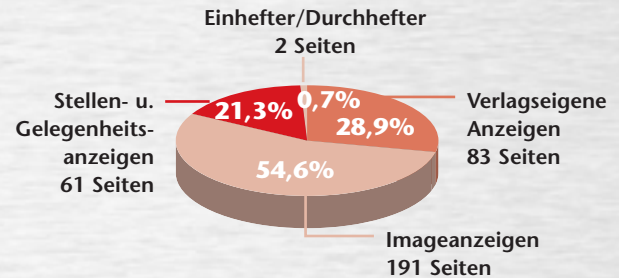
8 Verlag: Springer Transport Media GmbH
Postanschrift: Postfach 80 20 20, 81620 München
Hausanschrift: Neumarkter Straße 18, 81673 München
Telefon: (089) 43 72-0
Telefax: (089) 43 72-23 98
Internet: www.verlag-heinrich-vogel.de
E-mail: anzeigen-vhv@springer.com

- 9 Redaktion:** Chefredakteur: Oliver Willms
oliver.willms@springer.com
- 10 Anzeigen:** Gesamtanzeigenleiterin: Michaela Lenz
Anzeigenleiter: Thomas Merz
thomas.merz@springer.com
- 11 Vertrieb:** Jutta Rethmann
Telefon: 01 80/5 26 26 18 (0,14 €/min)
E-mail: vertriebsservice@springer.com

- 12 Bezugspreis:**
 Jahresabo Inland: 38,40 € (inkl. MwSt.)
 Jahresabo Ausland: 44,40 € (inkl. MwSt. und Versand)
 Einzelverkaufspreis: 3,50 € (inkl. MwSt. zzgl. 1,90 € Versand)
- 13 ISSN-Nr.:** 0946-3216
- 14 Umfangs-Analyse:** 2005 = 12 Ausgaben
 Format: 230 mm (B), 300 mm (H)
 Gesamtumfang: 1.497 Seiten=100,0%



Anzeigen:



Beilagen: 5 Stück

15 Inhalts-Analyse Redaktion: -

16 Auflagenkontrolle: IVW

17 Auflagen-Analyse: Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt (1. Juli 2005 – 30. Juni 2006)

Druckauflage:	98.941
Tatsächlich verbreitete	
Auflage: (TvA)	54.306
davon Ausland:	6.512
Verkaufte Auflage:	
davon Ausland:	6.354
Abonnierte Exemplare:	11.240
davon Mitgliederstücke:	–
Einzelverkauf:	–
Sonstiger Verkauf:	5.108

18 Geographische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	88,0	47.794
Ausland	12,0	6.512
Tatsächlich verbreitete		
Auflage: (TvA)	100,0	54.306

Nr.	ET	AS	DU	Themenplan	Messen
2	09.01.07	05.12.06	14.12.06	Übersicht Neuheiten 2007	
3	13.02.07	16.01.07	25.01.07	Transporter-Test	
4	13.03.07	09.02.07	22.02.07	Arctic-Truck-Test	CeBIT , Hannover, 15.03.-21.03.07
5	10.04.07	12.03.07	21.03.07	Arctic-Van-Test • TRUCKER wählt den SuperTruck	
6	08.05.07	05.04.07	18.04.07	Euro-Truck-Test	
7	12.06.07	10.05.07	18.05.07	Trailer-Neuheiten im Vergleich	Truck-Grand-Prix , Nürburgring 06.07.-08.07.07
8	10.07.07	12.06.07	21.06.07	Vorschau Nürburgring	
9	14.08.07	18.07.07	27.07.07	Nürburgring Special	
10	11.09.07	13.08.07	23.08.07	Reifen • TRUCKER wählt den SuperTruck	
11	09.10.07	10.09.07	19.09.07	Winterzubehör	Nutzfahrzeug-RAI , Amsterdam 25.10.-03.11.07
12	13.11.07	15.10.07	24.10.07	Vergleichstest LKW Messe RAI	
1/08	11.12.07	13.11.07	22.11.07	Truck/Van of the Year	
2/08	08.01.08	30.11.07	07.12.07	Neuheiten 2008	

Truck Grand Prix Nürburgring 2007 06.-08. Juli 2007

Veranstalter: ADAC Mittelrhein e.V.
Kooperationspartner: TRUCKER Fernfahrer Magazin
 Neumarkter Straße 18
 81673 München
Auflage: 20.000 Exemplare
Druck: Offset, Druckvorlagen 54er Raster
Erscheinungstag: 6. Juli 2007
Anzeigenschluss: 6. Juni 2007
Druckunterlagenschluss: 11. Juni 2007



Größe in Seitenteilen	Satzspiegel		Angeschnittene Anzeigen*		Preise	
	Breite mm	Höhe mm	Breite mm	Höhe mm	sw €	farbig €
2/1	396	252	420	280	5.050,-	7.070,-
1/1	185	252	210	280	2.525,-	3.535,-
1/2 hoch, zweispaltig	90	252	102	280	1.415,-	1.820,-
1/2 quer, vierspaltig	185	126	210	140		
1/4 hoch, einspaltig	45	252	57	280	760,-	910,-
1/4 quer, vierspaltig	185	63	210	76		
1/4 zweispaltig	90	126	102	139		
2., 3. und 4. Umschlagseite						4.040,-
Anschnittzuschlag					253,-	
Platzierungszuschlag					253,-	

* Beschnittzugabe an allen Seiten je 5 mm.

Es gelten die AGB der Springer Transport Media GmbH.

1 Auflage:

Druckauflage:	98.941
Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt (lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17):	54.306

2 Zeitschriftenformat:

Magazinformat:	230 mm breit, 300 mm hoch beschnitten 235 mm breit, 310 mm hoch unbeschnitten (siehe auch Informationsblatt „Formate“)
Satzspiegel:	200 mm breit, 268 mm hoch
Spaltenzahl:	4 Spalten je 47 mm (Seitenaufbau siehe Informationsblatt „Formate“)

3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:

Offsetdruck, Klammerheftung: Bei der Anlieferung digitaler Daten beachten Sie bitte unser Merkblatt „Richtlinien für die Übernahme digitaler Daten“. Positiv-Filme (seitenverkehrt) bis 54er Raster werden redigitalisiert. Bei Lithos, Reinzeichnungen, Aufsichtsvorlagen oder Dias werden die Reproduktionskosten in Rechnung gestellt.

4 Termine:

Erscheinungsweise: monatlich
Erscheinungstermine, Anzeigen- und Druckunterlagenchluss: siehe Themen- und Terminplan

5 Verlag:

Springer Transport Media GmbH
Hausanschrift: Neumarkter Straße 18, 81673 München
Postanschrift: Postfach 80 20 20, 81620 München
Anzeigenabteilung:
Jürgen Kathke
Telefon: 089/43 72-29 27, Telefax: 089/43 72-23 98
E-Mail: anzeigen-vhv@springer.com

6 Zahlungsbedingungen:

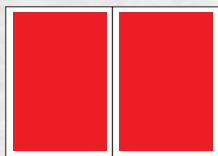
- per Bankeinzug	3 % Skonto
- innerhalb von 10 Tagen	2 % Skonto
- innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum	netto
UST-Ident-Nr.	DE 152942001

Bankverbindungen:

Postbank München (BLZ 700 100 80); Konto-Nr. 40 10-804
Commerzbank München (BLZ 700 400 41); Konto-Nr. 5 903 893

7 Anzeigenformate und Preise

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.



2/1 Seite:	B 430 x H 268
2/1 Seite im Anschnitt:*	B 460 x H 300
s/w und 2farbig	9.850,- €
3- und 4farbig	17.665,- €



1/1 Seite:	B 200 x H 268
1/1 Seite im Anschnitt:*	B 230 x H 300
s/w und 2farbig	4.850,- €
3- und 4farbig	8.705,- €



1/2 Seite hoch:	B 98 x H 268
1/2 Seite im Anschnitt:*	B 113 x H 300
1/2 Seite quer:	B 200 x H 134
1/2 Seite im Anschnitt:*	B 230 x H 150
s/w und 2farbig	2.525,- €
3- und 4farbig	4.385,- €



1/3 Seite hoch:	B 64 x H 268
1/3 Seite im Anschnitt:*	B 79 x H 300
1/3 Seite quer:	B 200 x H 90
1/3 Seite im Anschnitt:*	B 230 x H 100
s/w und 2farbig	1.670,- €
3- und 4farbig	2.475,- €



1/4 Seite hoch 1spaltig:	B 47 x H 268
1/4 Seite 2spaltig:	B 98 x H 134
1/4 Seite quer:	B 200 x H 67
s/w und 2farbig	1.315,- €
3- und 4farbig	2.190,- €



1/8 Seite hoch 1spaltig:	B 47 x H 134
1/8 Seite 2spaltig:	B 98 x H 67
1/8 Seite quer:	B 200 x H 33
Grundpreis s/w und 2farbig	590,- €

2., 3., 4. Umschlagseite	
Grundpreis 3/4farbig	8.995,- €

Booklets auf Titelseite	
Themen und Preise	auf Anfrage
Gatefolder	auf Anfrage
Jahreskalender	auf Anfrage

* Anschnittzuschlag = 470,- €
+ 4 mm Beschnitt an allen anzuschneidenden Seiten

8 Zuschläge: (rabattierbar)

8.1 Farbe:

Euroskala nach DIN 16539, Berechnung nach Sichtfarbe, Farbangleichung aus technischen Gründen vorbehalten je Normalfarbe (Euroskala)

8.2 Platzierung:

Bindende Platzierungsvorschriften: -

8.3 Formate:

Anzeigen über Bund -

Anzeigen über Satzspiegel 475,- €

Druckunterlagenformate für angeschnittene Anzeigen:
siehe rechte Grafik

9 Rubrikanzeigen:

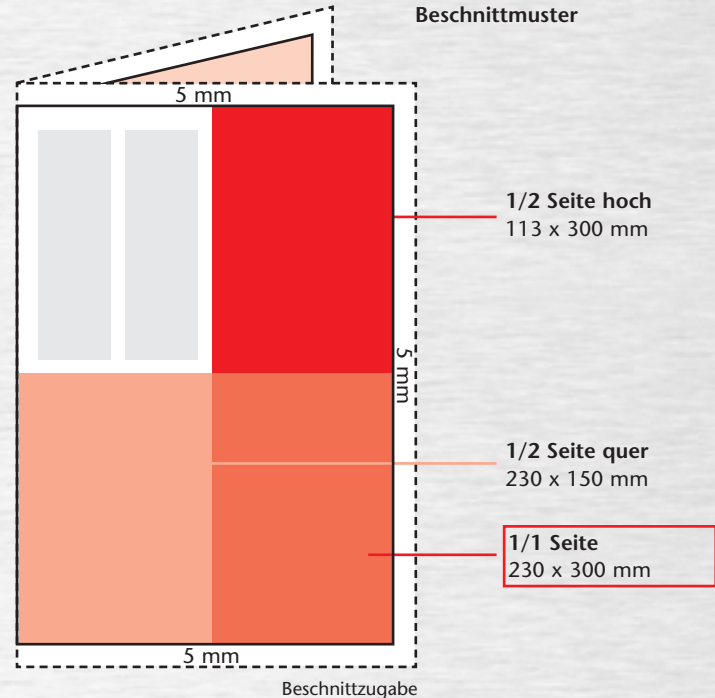
Preis pro mm (1spaltig, B 43 mm)

Rubrikanzeigen, sw	2,73 €
Rubrikanzeigen, farbig	5,70 €
Stellengesuche	1,00 €
Chiffregebühr	10,00 €

10 Sonderwerbformen:

Fort-/Sonderdrucke	auf Anfrage
Weitere Werbeformen	auf Anfrage

Beschnittmuster



11 Rabatte:

bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres
(Beginn mit dem Erscheinen der ersten Anzeige)

Malstaffel		Mengenstaffel	
3maliges Erscheinen	3%	3 Seiten	3%
6maliges Erscheinen	5%	6 Seiten	5%
12maliges Erscheinen	10%	9 Seiten	10%
		12 Seiten	12%
		15 Seiten	15%

Alle Zuschläge werden rabattiert.

12 Kombinationen:

13 Einhefter:

zweiseitig	4.850,- €
vierseitig	9.700,- €
sechsstufig	14.550,- €
achtseitig	19.400,- €

(Rabatt: 1 Blatt = 1/1 Anzeigenseite)

Einhefter bitte im unbeschnittenen Format von 235 mm Breite und 310 mm Höhe (gefalzt) anliefern. Zweiseitige Beihefter müssen mit einer bedruckten Lasche von 8 cm Breite versehen werden. Der Preis gilt für Papiergewicht bis 170 g/qm (stärkere Papiere auf Anfrage).

14 Beilagen:

lose eingelegt, max. Größe: 228 mm x 295 mm

bis 25 g 120,00 €/Tsd.

bis 50 g 190,00 €/Tsd.

über 50 g Auf Anfrage

Anzahl der Beilagen auf Anfrage. Teilbeilagen ab 5.000 Exemplaren möglich.

15 Aufgeklebte Werbemittel:

Postkarten pro Tsd. 82,- €.

Prospekte/Warenmuster auf Anfrage, nach Vorlage eines Musters.

Benötigte Liefermenge auf Anfrage. Nur in Verbindung mit 1/1 Seite Basisanzeige (Preise s.o.).

Beilagen und aufgeklebte Werbemittel werden nicht rabattiert.

16 Lieferanschrift für die Positionen 13 bis 15:

Oberndorfer Druckerei

Mittergöming 12

A – 5110 Oberndorf

(Liefervermerk: für TRUCKER Nr. ...)

10 Muster jeweils vorab an die Anzeigenabteilung.

1 Web-Adresse (URL):

www.trucker.de

2 Kurzcharakteristik:

Aktuelle Inhalte – große Interaktivität.

www.trucker.de ist die Internet-Community für 600.000 Berufskraftfahrer im Fern- und Nahverkehr. Hier finden die User alles rund um die Welt des Nutzfahrzeuges.

3 Werbeformen und Preise:

Banner	Format (BxH) in Pixel	Preis* (TKP**)
Superbanner	728x90	42,- €
Skyscraper	120x600 oder 200x400	42,- €
Kombi-Paket	Gleichzeitige Einblendung von:	62,- €
	- Superbanner	
	- Skyscraper	
Pop-Up/Under/Layer	Größe auf Anfrage	42,- €
Hockey Stick (Winkelbanner)		62,- €

* Alle Preise zzgl. gesetzl. Mehrwertsteuer

** Alle TKP: pro 1.000 Einblendungen

Weitere Formate auf Anfrage

4 Online-Werbeformen:

Sponsoring und Kooperationen auf Anfrage

5 Datenanlieferung:

online-inserate@springer.com

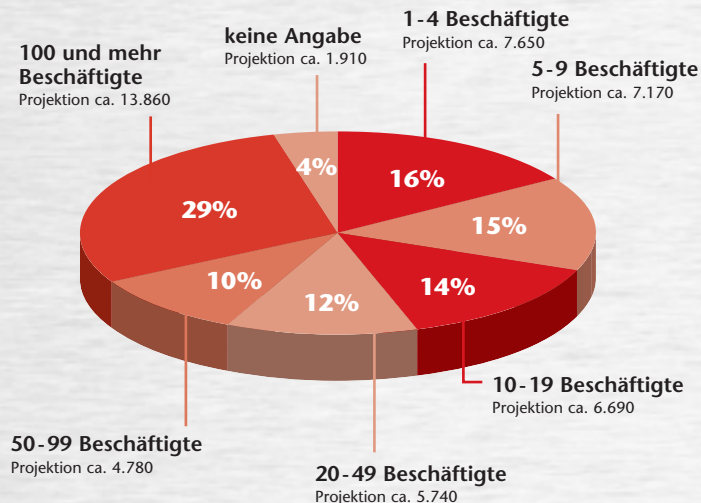
Unsere AGBs finden Sie unter www.mediacentrum.de



4.1 Media-Profil:

20 Größe der Wirtschaftseinheit:

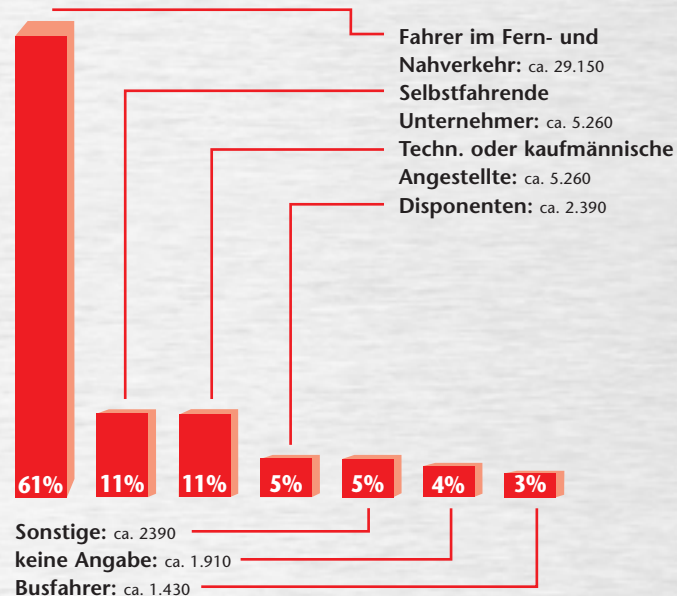
Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage:
(Abrundungsdifferenz Projektion ca. +6)



tvA Inland	47.794
Ausland (nicht erhoben)	6.512
Tatsächlich verbreitete Auflage	54.306

21.2 Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb

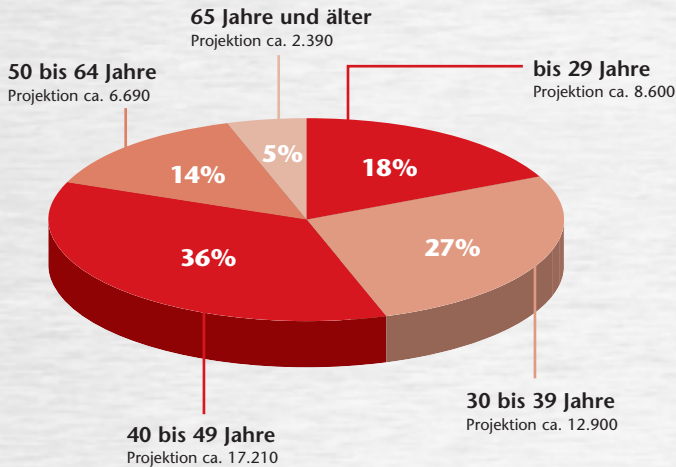
Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage:
(Abrundungsdifferenz Projektion ca. +4)



tvA Inland	47.794
Ausland (nicht erhoben)	6.512
Tatsächlich verbreitete Auflage	54.306

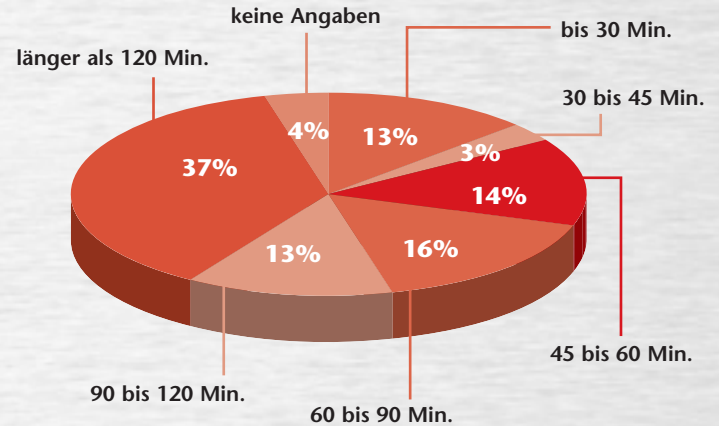
23 Alter:

Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage:
(Abrundungsdifferenz Projektion ca. +4)
Durchschnittsalter: 40,5 Jahre



tvA Inland	47.794
Ausland (nicht erhoben)	6.512
Tatsächlich verbreitete Auflage	54.306

Durchschnittliche Lesedauer in Minuten: 108 Min. (1 Std. 48 Min.)



TRUCKER wird intensiv, d.h. im Schnitt knapp 2 Stunden gelesen.
Für diese mobile Zielgruppe ein Spitzenwert!

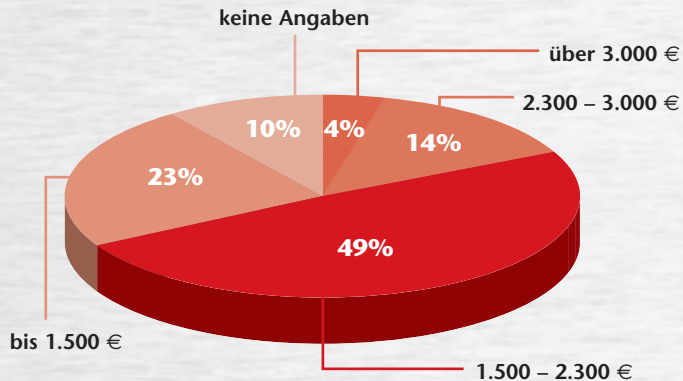
Von den Befragten lesen:

Fast alle Seiten	63%
3/4 der Seiten	15%
1/2 der Seiten	16%

Daraus ergibt sich eine hohe Seitenkontaktchance von **84%**.

Durchführung der Abonnentenbefragung durch TNS-Emnid, Bielefeld

Was verdienen die Trucker?



In Relation zur Ausbildung ein überdurchschnittliches Einkommen. (Leserakzeptanz-Analyse 1999)

Anzahl der Kinder

Keine Kinder	33%
1 Kind	25%
2 Kinder	26%
3 Kinder und mehr	16%

42% der Trucker haben 2 und mehr Kinder. (eigene Leserbefragung 2002)

Einkaufsverhalten: 85% nutzen Versandhandel

Welche Produkte kauft der Trucker über den Versandhandel?

Bekleidung	61%
Bücher, CD's	42%
Möbiliar, Haushaltswaren	19%
Erotikprodukte	11%
Sonstiges	7%

Shopping on the Road:

Straßen-/Landkarten	70%
Zigaretten	48%
Süßwaren	42%
Softdrinks	42%
Sonstiges	15%

„Fahrer kaufen an Autohöfen, was sie auf großer Fahrt benötigen!“

Quelle: Leserbefragung 2002

Bitte ausgefüllt per Fax an 0911-32 00 22 69
NUREG NEUE MEDIEN, Dorfäckerstraße 31, 90427 Nürnberg



Alle angelieferten Anzeigen müssen mit Ordner, Kundenname, Zeitschriftentitel und Ausgabe gekennzeichnet und zusätzlich als Fax an NUREG NEUE MEDIEN gesendet werden!
Rückfragen: 0911-32002217 Hr. Bülow

Kundenname _____

Ansprechpartner _____

Telefon _____

Datei-/Ordnername _____

Anzeige erscheint in:

TRUCKER

Telefon 089-4372-2119 Petra Wenninger

Telefon

Telefon

Datenübermittlung

Datum der Übertragung:

Datenträger

CD ZIP Diskette

Online

e-mail **buelow@nureg.de**

ISDN **0911-32 00 21 21**

(Grand Central Pro, Leonardo Übertragungsrate 128 KBit/s)

Datenbeschreibung

Programm	Mac	PC	Version
Acrobat PDF	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
QuarkXPress	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3.32/4.43
PageMaker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	bis 6.5
FreeHand	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	bis 10.0
Illustrator	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	bis 9.0
Photoshop	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	bis 6.0
Corel Draw	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Schriften

beige stellt in Pfade umgewandelt

Muster

Proof

Farbausdruck

s/w-Ausdruck

Versand am:

Auftrag, Datenträger, Ausdruck an:

Springer Transport Media GmbH
Anzeigenabteilung
Neumarkter Str. 18, 81664 München

Art der Daten: Um Problemen aus dem Weg zu gehen, sollten die Anzeigen als geschlossenes Dateiformat geschickt werden (Farbanzeigen müssen im CMYK-Farbmodus geliefert werden; Sonderfarben und Daten im RGB-Farbmodus sind nicht zu verarbeiten). Gewähr für Reproqualität und korrekte Datenübermittlung übernimmt der Auftraggeber. In angelieferten Daten werden durch die Druckerei keine Korrekturen vorgenommen.

Produktionsdaten

Alle üblichen Gestaltungsprogramme wie z.B. QuarkXPress, FreeHand, CorelDraw... bieten die Möglichkeit, die aus einzelnen Objekten bestehende Datei als eine komplette Datei abzuspeichern!

Word- und Excel-Dateien können nicht verwendet werden!

TIFF: Strichvorlagen mit mind. 1000 dpi Auflösung, Graustufen-Daten mit mind. 300 dpi, 4c-Daten (CMYK-Modus!) mit mind. 300 dpi.

JPG bzw. JPEG: Hier gelten dieselben Vorgaben wie für TIFF. Zusätzlich kann prinzipbedingt (verlustbehaftete Komprimierung) keine Qualitätsgarantie übernommen werden, sollte stark komprimiert worden sein.

DCS: Am besten als DCS 2.0 (mit hoher JPEG-Qualität, als „Farb-Composite-Einzeldatei mit 72 dpi“) abspeichern. Nur zu empfehlen für 4c-Daten und für aktuelle AdobePhotoshop Versionen ab 5.0!

EPS: Beim Erzeugen von EPSen sämtliche Schriften in die EPS-Datei einfügen oder die Schriften vorher in Zeichenwege umwandeln. Bilder als Feindaten! Sie dürfen keine JPEG Komprimierung enthalten (keine JPEGs, Photoshop EPSe mit JPEG Komprimierung, DCS 1.0 oder 2.0)

PDF: Beim Erzeugen Bilder nicht durch den Distiller auf 72 dpi runterrechnen oder JPEG komprimieren. Sämtliche Schriften mit in das PDF einrechnen. Bei 4c-Anzeigen PDF nach dem CMYK-Standard separieren. Farbreihenfolge (Cyan, Magenta, Gelb, Schwarz) beachten.

PostScript: Post-Script Level2 Daten verwenden. Schriften einbinden, Bilder als Feindaten!

für Anzeigen und Beilagen und Online-Werbeformen Juli 2006

Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für alle Anzeigenaufträge, die der Springer Transport Media GmbH (Verlag) in Auftrag gegeben werden.

- 1. Anzeigenauftrag** im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über Schaltung einer oder mehrerer Anzeigen, Fremdbeilagen oder sonstiger Werbemittel (inkl. Online-Werbeformen) unter Beachtung der von dem Verlag angebotenen Rabattstaffeln, wobei die rechtsverbindlichen Anzeigenaufträge jeweils erst durch schriftliche Bestätigung des Auftrags zustande kommen. Aufträge für Gelegenheitsanzeigen können aus zeitlichen Gründen nicht bestätigt werden.
- 2. Abruf** ist die Aufforderung des Auftraggebers an den Verlag, auf Grundlage des Anzeigenauftrags eine konkrete Anzeige, Fremdbeilage oder sonstiges Werbemittel (inkl. Online-Werbeformen) zu veröffentlichen. Der Auftraggeber sendet dazu die für die Produktion erforderlichen Texte und Vorlagen rechtzeitig vor Anzeigenschluss an den Verlag.
- 3. Aufträge** für Anzeigen können persönlich, telefonisch, schriftlich, per E-Mail oder per Internet aufgegeben werden. Bei telefonisch aufgegebenen Aufträgen oder Änderungen von Anzeigenaufträgen haftet der Verlag nicht für Übermittlungsfehler.
- 4. Beilagenaufträge:** Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beilagen (Beikleber, Beihefter, Warenmuster, etc.) oder technische Sonderausführungen. Beilagenaufträge werden grundsätzlich vom Verlag erst nach Vorlage eines Musters angenommen.
- 5. Abruf eines Auftrags:** Ist kein Erscheinungstermin vereinbart, sind Anzeigen innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist vertraglich 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. Der Auftraggeber ist berechtigt innerhalb der vereinbarten bzw. der in Satz 1 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigengruppe hinaus weitere Anzeigen zu den vertraglich vereinbarten Konditionen abzurufen. Wurden keine gesonderten Konditionen vereinbart, gilt die Preisliste.
- 6. Ablehnung von Aufträgen:** Der Verlag ist berechtigt, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtauftrages – nach sachgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, vom deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder Beilagen durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich nach Kenntniserlangung des betreffenden Inhalts mitgeteilt. Sinngemäß gilt dies auch auf Online-Werbeformen.
- 7. Rücktritt vom Vertrag:** Soweit der Verlag im Rahmen eines Geschäftsbesorgungsverhältnisses für Dritte tätig wird (z. B. der Akquisition von Anzeigenkunden für Dritte) behält sich der Verlag das Recht zum Rücktritt vom Vertrag vor, falls der Dritte ein sachlich begründetes Veto gegen den Anzeigenauftrag einlegt. Bereits gezahltes Entgelt wird erstattet. Für einen darüber hinaus gehenden Schaden wird nicht gehaftet.
- 8. Anzeigenschluss:** Die in den Preislisten angegebenen Anzeigenschlüsse sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, Anzeigenschlusstermine kurzfristig, dem Produktionsablauf entsprechend, anzupassen.
- 9. Kündigung von Aufträgen/Höhere Gewalt:** Anzeigenaufträge können nur schriftlich, auch per Telefax und E-Mail gekündigt werden. Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, hat der Auftraggeber die Anzeige zu bezahlen. Andernfalls kann der Verlag die Erstattung der bis zur Kündigung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen. Der Verlag wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Verlag unverschuldeten Arbeitskämpfen von der Verpflichtung zur Auftragsbefreiung freigegeben.

22. Abweichende Preise: Für Anzeigen in Verlagsbeilagen und redaktionell gestaltete Anzeigen, Anzeigen in Sonderveröffentlichungen und Kollektiven, sowie für Anzeigen, welche nach Anzeigenschluss verkauft werden, kann der Verlag von der Preisliste abweichende Preise festlegen.

23. Rabattzusammenschlüsse: Für die Gewährung eines Rabattzusammenschlusses für konzernangehörige Firmen ist die schriftliche Bestätigung einer Kapitalbeteiligung von mehr als 75% erforderlich.

24. Auflagenminderung: Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn sie bei einer Auflage („Garantieauflage“) von bis zu 500.000 Exemplaren 10 v.H. und bei einer Auflage („Garantieauflage“) von über 500.000 Exemplaren 5 v.H. überschreitet. Die der Garantie zugrunde gelegte Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IVW. Sie errechnet sich aus dem Auflagendurchschnitt der vier Quartale für das Insertionsjahr, soweit nicht vom Verlag eine absolute Auflagenzahl als selbstständige Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preiserminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengenstaffel und für mindestens drei Ausgaben. Ein Rückvergütungsanspruch besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2.500 EUR beträgt. Darüber hinaus sind Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Verlag zurücktreten konnte.

25. Anzeigenrechnungen sind, falls keine Vorauszahlung vereinbart ist, innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufende Frist zu bezahlen. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden die gesetzlichen Zinsen ab Fälligkeit des Rechnungsbetrages sowie die Mahn- und Inkassokosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offener stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Der Verlag ist berechtigt, fehlerhafte Anzeigenrechnungen innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung zu korrigieren.

26. Gewährleistung: Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel muss der Auftraggeber spätestens ein Jahr nach dem Erscheinen der Anzeige reklamieren. Die Übersendung von mehr als zwei Farbvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus. Der Verlag behält sich die Berechnung entstehender Mehrkosten vor.

Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckunterlagen und rechtzeitiger Reklamation kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige (Nacherfüllung) verlangen. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert er die Nacherfüllung, ist dem Verlag die Nacherfüllung nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsminderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Gewährleistungsansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist. Eventuell entstehende Mehrkosten, z.B. zur Nachbesserung der Druckunterlagen oder für den Maschinenstillstand, werden berechnet. Gewährleistungsansprüche verjähren mit Ablauf des 31. Dezember des auf die Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige oder Beilage folgenden Jahres.

Schadensersatzansprüche aus diesem Grund bestehen nicht. Sind jedoch bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt (z. B. Arbeitskämpfe, Beschlagnahme) die Aufträge mit 80% der garantierten verkauften Auflage erfüllt, so hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen. Geringere Leistungen sind nach dem Tausender-Seitenpreis gemäß der im Tarif genannten garantierten verkauften Auflage zu bezahlen.

10. Platzierung von Anzeigen: Anzeigen werden in bestimmten Nummern, Ausgaben oder an bestimmten Stellen der Druckschrift oder Internet-Seite veröffentlicht, wenn dies bei der Auftragserteilung schriftlich, auch per Telefax und E-Mail vereinbart und vom Verlag bestätigt wird. Rubrikanzeigen werden grundsätzlich nur in der jeweiligen Rubrik veröffentlicht. Sofern keine eindeutigen Platzierungsvorgaben gemacht werden, kann der Verlag die Platzierung frei bestimmen.

11. Druckunterlagen: Die Schlusstermine für Druckunterlagen sind der jeweiligen Anzeigenpreisliste des Verlages zu entnehmen. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen 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 Druckunterlage gegebenen Möglichkeiten. Druckunterlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet sechs Wochen nach der Veröffentlichung der Anzeige.

12. Abdruckhöhe von Anzeigen: Sind keine besonderen Größenvorschriften vereinbart oder vorgegeben, wird die Anzeige mit der für eine solche Anzeige üblichen Höhe abgedruckt und berechnet. Weicht bei einer fertig angelegierten Druckunterlage die Abdruckhöhe von der bestellten Abdruckhöhe im Auftrag ab, gilt das Maß der in Abdruck gebrachten Anzeigehöhe. Angefangene Millimeter werden dabei auf volle Millimeter nach oben gerundet.

13. Redaktionell gestaltete Anzeigen/Textteil-Anzeigen: Die Aufmachung und Kennzeichnung redaktionell gestalteter Anzeigen ist rechtzeitig vor Erscheinen mit dem Verlag abzustimmen. Der Verlag ist berechtigt, Anzeigen deutlich mit dem Wort „Anzeige“ zu versehen, die nicht als solche zu erkennen sind.

14. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht innerhalb der gesetzten Frist zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge.

15. Haftung für die Inhalt der Anzeige: Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Anzeige zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Anzeigenaufträge daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Auftraggeber, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegenanstellung zu tragen, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifes.

16. Anzeigenbeleg: Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg in Kopie. 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. Originalbelege werden nur gegen Berechnung geliefert.

17. Chiffreanzeigen: Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen zur Abholung aufbewahrt bzw. dem Auftraggeber auf dem normalen Postweg weitergeleitet, auch wenn es sich um Einschreibesendungen und Eilbriefe handelt. 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. Der Auftraggeber kann den Verlag berechneten, Zuschriften auf Ziffernanzeigen zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

18. Errechnung Abnahmehöhe: Bei der Errechnung der Abnahmehöhe werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

9. Satzkosten: Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen. Gleiches gilt für vom Auftraggeber gelieferte Druckvorlagen, die zusätzliche Satz-, Litho- und Filmkosten verursachen.

20. Nachlässe: 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.

21. Preisänderungen: Bei Änderung der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge – sofern keine anders lautende, schriftliche Vereinbarung getroffen wurde – mit dem Einführungsdatum des neuen Tarifs in Kraft.

27. Haftung: Der Verlag haftet für Schäden, gleich aus welchem Rechtsgrund, einschließlich unerlaubter Handlung nur, soweit sie.

27.1. durch schuldhaftes Verletzung vertragswesentlicher Pflichten (sog. Kardinalpflichten) durch den Verlag in einer das Erreichen des Vertragszwecks gefährdenden Weise verursacht werden oder

27.2. auf grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz seitens des Verlages zurückzuführen sind.

Haftet der Verlag gemäß Ziff. 27.1. für die Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht, ohne dass ihm grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz zur Last fallen, ist die Haftung des Verlages auf den vertragstypischen Schaden beschränkt, mit dessen Entstehen der Verlag bei Auftragserteilung aufgrund der ihm zu diesem Zeitpunkt bekannten Umstände rechnen musste. Haftet der Verlag gem. Ziff. 27.1. oder Ziff. 27.2. für grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz von Mitarbeitern, die nicht Geschäftsführer oder leitende Angestellte des Verlages sind, ist die Haftung des Verlages ebenfalls auf den vorgenannten Höchstbetrag begrenzt. Für mittelbare Schäden, Mangelgeschäden, entgangenen Gewinn oder den Ersatz vergeblicher Aufwendungen haftet der Verlag nicht, sofern diese nicht auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit von Geschäftsführern oder leitenden Angestellten des Verlages zurückzuführen sind. Der vorstehende Ausschluss oder die Begrenzung von Ansprüchen gilt auch für Ansprüche gegen Mitarbeiter und Beauftragte des Verlages. Eine Haftung des Verlages wegen Personenschäden, Fehlens zugesicherter Eigenschaften oder nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt.

28. Werbeagenturen und Werbungsmitler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

29. Speicherung von Kundendaten: Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die Kundendaten mit Hilfe der elektronischen Datenverarbeitung nach den Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes.

30. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages, derzeit München.

31. Gerichtsstand für Klagen im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist der Sitz des Verlages, derzeit München. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des deutschen Gesetzgebers verlegt, ist als Gerichtsstand ebenfalls der Sitz des Verlages vereinbart.

32. Anwendbares Recht: Es gilt deutsches Recht.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen für die digitale Übermittlung von Anzeigen-Druckvorlagen und Online-Werbeformen Juli 2006

Werden Druckvorlagen oder Online-Werbeformen digital, also durch Datenträger (z.B. Diskette, CD-ROM, Cartridges) oder durch Fernübertragung (z.B. ISDN, eMail) papierlos an den Verlag übermittelt, gelten zusätzlich die folgenden Bestimmungen:

- 1. Dateiformat:** Anzeigenvorlagen sollen nur mit geschlossenen Dateien digital übertragen werden, die der Verlag inhaltlich nicht ändern kann. Der Verlag kann offene Dateien (z.B. unter Corel Draw, QuarkXPress, Freehand gespeicherte Dateien) ablehnen. Der Verlag haftet nicht bei fehlerhafter Veröffentlichung von Anzeigen (Print), die mit offenen Dateien übermittelt werden.
- 2. Creatives für die angebotenen Online-Werbeformen** müssen vom Auftraggeber nach Absprache in geeigneten Dateiformaten angefertigt werden. Größenbeschränkungen der einzelnen Online-Werbeformen sind zu beachten. Der Verlag haftet nicht für fehlerhaft angelegte Dateien.
- 3. Zusammengehörende Dateien** sind vom Kunden in einem gemeinsamen Verzeichnis (Ordner) zu senden bzw. zu speichern.
- 4. Farbanzeigen:** Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist vom Auftraggeber ein Farb-Proof mit Fogra Medienkeil auf Zeitungspapier mitzuliefern. Anderenfalls bestehen keine Ersatzansprüche des Auftraggebers wegen etwaiger Farbabweichungen beim Anzeigendruck.
- 5. Computerviren:** Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten bzw. gespeicherten Dateien frei von Computerviren sind. Der Verlag ist berechtigt, Dateien mit Computerviren zu löschen, ohne dass dem Auftraggeber hieraus Ansprüche entständen. Der Verlag behält sich zudem Ersatzansprüche gegen den Auftraggeber vor, falls die Computerviren beim Verlag weiteren Schaden verursachen.
- 6. Ansprüche wegen fehlerhafter Veröffentlichung:** Beachtet der Auftraggeber diese Geschäftsbedingungen oder die Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen und Online-Werbeformen nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu.
- 7. Datenträger:** An den Verlag übermittelte Disketten oder CD-ROM mit Druckvorlagen gehen in das Eigentum des Verlages über. Sie werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und gegen eine Versandgebühr von 5,00 EUR an den Auftraggeber auf dessen Risiko zurück gesendet.



Thomas Merz
Anzeigenleiter
Tel. 0 89/43 72-21 36
Fax 0 89/43 72-23 98
thomas.merz@springer.com



Jürgen Kathke
Mediaberater
Tel. 0 89/43 72-29 27
Fax 0 89/43 72-23 98
juergen.kathke@springer.com



Petra Wenninger
Anzeigenverwaltung
Tel. 0 89/43 72-21 19
Fax 0 89/43 72-21 58
anzeigen.trucker@springer.com

Trucker bietet mehr:

- Kostenloser Mediaservice
- Repräsentative Empfängerstrukturanalysen
 - Auflagenstruktur-Poster
 - Wettbewerbsbeobachtungen
 - Güterverkehrsstudie Teil I + II
- Statistiken des Kraftfahrtbundesamtes, der Verkehrsverbände und des Statistischen Bundesamtes
Weitere Dienstleistungen auf Anfrage

Die aktuellen Media-Informationen für alle unsere Fachtitel finden Sie auch unter: www.mediacentrum.de

Springer Transport Media GmbH • Neumarkter Straße 18 • 81673 München
Telefon 089/43 72-22 24 • Fax 089/43 72-23 98 • anzeigen-vhv@springer.com • www.trucker.de

