

## Media-Informationen 2012

Titelpräsentation	Seite 2–3
Termin- und Themenplan	Seite 4–5
Preisliste Nr. 42, vom 1.10.2011	Seite 6–7
Informationsblatt Formate und Preise	Seite 8
Formate und technische Angaben	Seite 9
Titelporträt	Seite 10
Auflagen- und Verbreitungsanalyse	Seite 11
Beihefter	Seite 12
Beilagen	Seite 13
Karten 3-L	Seite 14–15
Allgemeine Geschäftsbedingungen	Seite 16–17
Ansprechpartner im Verlag/im Außendienst	Seite 18-19
Verlagsprogramm: Fachzeitschriften	Seite 20



# 10 Gründe, warum es sich lohnt in „güterverkehr“ zu werben!\*

1

Die Leser haben entschieden: **güterverkehr** ist Spitze!

Die Leser von **güterverkehr** bewerten **güterverkehr** als für ihre Arbeit wichtigsten Titel unter acht Fachzeitschriften

2

Qualität hat einen Namen

Fast 20% der Leser beurteilen die fachliche Qualität der Beiträge in **güterverkehr** mit sehr hoch, 75% mit eher hoch

3

Inhalte und Themen, die ankommen

Themen wie Fahrberichte, Fahrzeug- und Fuhrparkmanagement und Logistik aber auch die Top-Themen finden 80% der Leser von **güterverkehr** gut oder sehr gut

4

Hier liest der Chef

**güterverkehr** erreicht überwiegend die Geschäftsleitungsebene

5

Hier entscheidet der Chef

86% der Leser von **güterverkehr** haben direkten oder indirekten Einfluss auf Investitionen

6

Hohe Nutzung inklusive

Die Nutzung von **güterverkehr** ist gerade bei den Entscheidern sehr hoch. Fast 2/3 lesen in allen Ausgaben, weitere 12% in mindestens 7 Ausgaben

7

Beachtungschance ist beachtlich

Die durchschnittliche Seitenkontaktchance beträgt 80%

8

Interessante Informationen reicht man gerne weiter

Durchschnittlich errechnet sich für jedes Exemplar von **güterverkehr** eine Leserschaft von 3,1 Personen Kollegen

9

Werbung ohne Streuverlust

Die Leser von **güterverkehr** sind zu 98% im gewerblichen **güterverkehr** mit eigenem Fuhrpark tätig

10

Messeausgaben sind Top-Informationsquellen

Messen haben bei der Informationsbeschaffung der Befragten einen hohen Stellenwert, Messeausgaben von Zeitschriften sind für das Produktmarketing deshalb weiterhin unverzichtbar

\* Ergebnisse aus der Leser-Struktur-Analyse 2008. Durchführung der Untersuchung: Wissenschaftliches Institut für Presseforschung und Medienberatung, Köln  
Sind Sie an der Leserbefragung interessiert? Dann fordern Sie Ihr persönliches Leseexemplar an. Kurze E-Mail genügt: [e.kozur@kirschbaum.de](mailto:e.kozur@kirschbaum.de)

## Kurzcharakteristik

Fachzeitschrift für Nutzfahrzeugtechnik, Fuhrparkmanagement und Lagertechnik in Speditionen und Fuhrunternehmen mit eigenem Fuhrpark.

## Empfänger

Zielgruppe sind Geschäftsführer, Disponenten und Fuhrparkleiter.

## Branchenstruktur

### im gewerblichen Güterverkehr

(1.1.2009, Quelle Bundesamt für Güterverkehr)

Unternehmensgröße	Prozentualer Anteil
Bis 5 Beschäftigte	58 %
6 bis 19 Beschäftigte	29 %
20 bis 49 Beschäftigte	9 %
50 und mehr Beschäftigte	4 %

## Marktabdeckung

Güterverkehr deckt die Zielgruppe der Fuhrunternehmen mit > 20 Beschäftigten weitgehend ab. Fast 3/4 der Auflage gehen an Unternehmen unter 20 Beschäftigten.

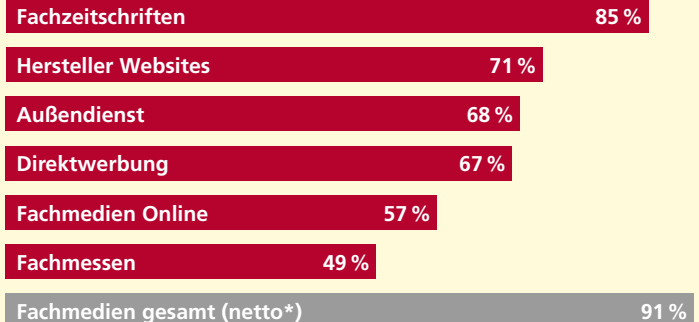
# B2B-Entscheideranalyse

## Nutzung von Fachmedien

**Tipp**

Die von der Deutschen Fachpresse durchgeführte B2B-Entscheideranalyse 2010 untersuchte das Mediennutzungsverhalten Professioneller Entscheider im B-to-B-Bereich. Dabei wurde die Frage beantwortet: Welche Medien werden genutzt und warum? Ergebnis (u. a.): Fachzeitschriften sind für Professionelle Entscheider die treibende Kraft und Orientierungsgeber im B-to-B-Informations- und Entscheidungsprozess!

## Welche Informationsquellen wurden in den letzten 12 Monaten beruflich genutzt?



\*Fachzeitschriften und/oder Fachmedien Online genutzt

## 85 % der Professionellen Entscheider nutzen Fachzeitschriften

Die vollständige Analyse schicken wir Ihnen gerne zu.  
Kurze E-Mail an: [e.kozur@kirschbaum.de](mailto:e.kozur@kirschbaum.de)



Heft-Nr. Monat	Erscheinungs- termin	Anzeigen-/ Druckunter- lagenschluss Textteil	Hauptthemen	Messen/ Kongresse	
1/2 Januar Februar	03.02.12	09.01.12	<b>Fahrzeugtest</b> <b>Fahrzeugtechnik:</b> <b>Fuhrpark:</b> <b>Lager/Logistik:</b>  <b>Trailer/Anhänger/Achsen</b>	Fahrbericht aus dem aktuellen Modell-Programm Kühlfahrzeuge Tank- und Servicekarten Verladeeinrichtungen/-hilfen, Ladebordwände, Stapler, Kräne, Dispositionssoftware	13.-15.03. LogiMAT, Stuttgart
3 März	02.03.12	06.02.12	<b>Fahrzeugtest</b> <b>Fahrzeugtechnik:</b> <b>Fuhrpark:</b> <b>Finanzmanagement:</b> <b>Trailer/Anhänger/Achsen</b>	Fahrbericht aus dem aktuellen Modell-Programm Tieflader/ Sondertransporte, Getriebe, Retarder Bremsen, Digitaler Tachograf, Wasch- und Reinigungsanlagen Versicherungen	09.-13.04. AMITEC, Leipzig
4 April	03.04.12	06.03.12	<b>Fahrzeugtest</b> <b>Fahrzeugtechnik:</b> <b>Fuhrpark:</b> <b>Fahrzeugkomfort:</b> <b>Finanzmanagement:</b> <b>Trailer/Anhänger/Achsen</b>	Fahrbericht aus dem aktuellen Modell-Programm Verdecke/Planen Schmier- und Treibstoffe, AdBlue Fahrersitze Miete/Leasing/Finanzierung	17.-21.04. BedrijfsautoRAI, Amsterdam 09.-11.05. RETTmobil, Fulda

5 Mai	18.05.12	23.04.12	<b>Fahrzeugtest</b> <b>Fahrzeugtechnik:</b> <b>Fuhrpark:</b> <b>Lager/Logistik:</b> <b>Verkehrssicherheit:</b> <b>Trailer/Anhänger/Achsen</b>	Fahrbericht aus dem aktuellen Modell-Programm Kühltechnik Alternative Antriebe, Reifen Lade- und Umschlagshilfen, Ladebordwände, Stapler, Kräne Ladungssicherung	05.-08.06. <b>Reifen, Essen</b>
6 Juni	15.06.12	18.05.12	<b>Fahrzeugtest</b> <b>Fahrzeugtechnik:</b> <b>Fuhrpark:</b> <b>Lager/Logistik:</b> <b>Finanzmanagement:</b> <b>Trailer/Anhänger/Achsen</b>	Fahrbericht aus dem aktuellen Modell-Programm Schwertransporte Motorinstandsetzung, Wasch- und Reinigungsanlagen Hallen, Rampen Miete/Leasing/Finanzierung	13.-15.07. <b>ADAC Truck-Grand-Prix, Nürburgring</b>
7/8 Juli/August	10.08.12	12.07.12	<b>Fahrzeugtest</b> <b>Fahrzeugtechnik:</b>  <b>Fuhrpark:</b> <b>Finanzmanagement:</b> <b>Trailer/Anhänger/Achsen</b>	Fahrbericht aus dem aktuellen Modell-Programm Transporter, Alternative Antriebe, Schiebeverdecke und Planen Winterausrüstung Versicherungen	11.-16.09. <b>automechanika, Frankfurt</b>
9 September	06.09.12	10.08.12	<b>Fahrzeugtest</b> <b>Fahrzeugtechnik:</b> <b>Fuhrpark:</b>  <b>Lager/Logistik:</b> <b>Trailer/Anhänger/Achsen</b>	Fahrbericht aus dem aktuellen Modell-Programm Motoren, Abgassysteme Schmier- und Treibstoffe, AdBlue, Reifen, Digitaler Tachograf Umschlag- und Lagerhallen, Dispositionssoftware	20.-27.09. <b>IAA, Hannover</b>
10 Oktober	12.10.12	14.09.12	<b>Fahrzeugtest</b> <b>Fahrzeugtechnik:</b> <b>Fuhrpark:</b> <b>Lager/Logistik:</b>  <b>Finanzmanagement:</b> <b>Verkehrssicherheit:</b> <b>Trailer/Anhänger/Achsen</b>	Fahrbericht aus dem aktuellen Modell-Programm Kühltechnik Wasch- und Reinigungsanlagen Verladeeinrichtungen, Stapler, Kräne, Ladebordwände Versicherungen Ladungssicherung	<b>Redaktionelle Ausrichtungen</b> <b>Fahrzeugtechnik:</b> Tieflader, Sondertransporte, Schwertransporte, Transporter, Kühlfahrzeuge, Kühltechnik, Baufahrzeuge, Motoren, Abgassysteme, Schiebeverdecke und Planen, Getriebe, Retarder, alternative Antriebe <b>Fuhrpark:</b> Tank- und Servicekarten, digitaler Tachograf, Reifen, Bremsen, Wasch- und Reinigungsanlagen, Motorsinstandsetzung, Schmier- und Treibstoffe, AdBlue, Winterausrüstung <b>Logistik:</b> Verladeeinrichtungen/-hilfen, Stapler, Kräne, Lagerhallen, Lade- Umschlagshilfen, Dispositions- und Lagersoftware, Rampen, Ladebordwände, <b>Finanzmanagement:</b> Versicherungen, Miete, Leasing, Finanzierung <b>Fahrzeugkomfort:</b> Fahrersitze, Kabinenaustattung <b>Verkehrssicherheit:</b> Ladungssicherung
11/12 November Dezember	26.11.12	29.10.12	<b>Fahrzeugtest</b> <b>Fahrzeugtechnik:</b> <b>Fuhrpark:</b> <b>Telematik:</b> <b>Fahrzeugkomfort:</b> <b>Trailer/Anhänger/Achsen</b>	Fahrbericht aus dem aktuellen Modell-Programm Kombis Bremsen, Getriebe, Retarder Navigationssysteme Fahrersitze	

\*) Digitale Druckvorlagen für den Textteil können Sie bis spätestens eine Woche nach Anzeigenschluss liefern.

**1 Anzeigenpreise und Formate** (Alle Preise in € zuzüglich Mehrwertsteuer)

Format	Satzspiegel-Formate Breite × Höhe in mm	Anschnitt-Formate Breite × Höhe in mm*	Grundpreise s/w	Preise 2-farbig	Preise 3-farbig	Preise 4-farbig
1/1 Seite	185 × 260	210 × 297	4 990,-	5 590,-	6 190,-	6 790,-
3/4 Seite quer hoch	185 × 192 138 × 260	210 × 189 152 × 297	3 890,-	4 460,-	5 030,-	5 560,-
2/3 Seite quer hoch	185 × 172 122 × 260	210 × 169 133 × 297	3 420,-	3 980,-	4 540,-	5 090,-
1/2 Seite quer hoch	185 × 128 91 × 260	210 × 146 104 × 297	2 600,-	3 060,-	3 520,-	3 980,-
1/3 Seite quer hoch	185 × 84 58 × 260	210 × 106 70 × 297	1 740,-	2 100,-	2 470,-	2 840,-
1/4 Seite quer 2-spaltig hoch	185 × 64 91 × 128 44 × 260	210 × 86 104 × 146 60 × 297	1 380,-	1 720,-	2 060,-	2 400,-
1/8 Seite quer 2-spaltig hoch	185 × 32 91 × 64 44 × 128	210 × 54 104 × 86 60 × 146	690,-	860,-	1 030,-	1 190,-
2. US	185 × 260	210 × 297	5 300,-	5 890,-	6 480,-	7 060,-
3. US	185 × 260	210 × 297	5 120,-	5 660,-	6 200,-	6 720,-
4. US	185 × 260	210 × 297	5 370,-	5 950,-	6 530,-	7 110,-
Titelseite	210 × 175		nur neutrale Abbildung			7 480,-

\*zuzüglich 3 mm Beschnittzugabe je Schnittkante  
Preise für Anschnitt-Formate auf Seite 8.  
tvA: 24849 Exemplare



## 2 Zuschläge:

### Farbe

Normalfarben (ISO-Farben) sind schon bei den jeweiligen Formaten eingerechnet s. o.

Je Sonderfarbe

€ 990,-

Bei Abrechnung nach Millimeter gilt die jeweils nächstliegende Formatanzeige als Berechnungsgrundlage.

Alle anderen Farbtöne gelten als Sonderfarbe

### Format

Anzeigen über Bund:

€ 700,-

Anzeigen über Satzspiegel, angeschnittene Anzeigen:

€ 490,-

## 3 Rabatte:

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

### Malstaffel

3-maliges Erscheinen 5 %

6-maliges Erscheinen 10 %

12-maliges Erscheinen 15 %

18-maliges Erscheinen 20 %

### Mengenstaffel

ab 2 Seiten 5 %

ab 4 Seiten 10 %

ab 6 Seiten 15 %

ab 12 Seiten 20 %

Technische Kosten werden nicht rabattiert.

**Mehrjahresaufträge/Kombinationsaufträge** auf Anfrage.

Produktanzeigen sowie Stellen- und Gelegenheitsanzeigen werden jeweils separat rabattiert.

## 4 Rubrik:

Millimeterpreis 1-sp. (= 44 mm breit) im 4-spaltigen Heftteil: € 1,90

Millimeterpreis 1-sp. (= 58 mm breit) im 3-spaltigen Heftteil: € 1,60

**Rubrikanzeigen (pro mm 1-sp):**

**Stellenangebote:** € 3,30

**Stellengesuche/Privatanzeigen:** € 1,60

**Sonstige Verkäufe/Kaufgesuche:** € 3,30

**Verschiedenes:** € 3,30

Chiffregebühr inkl. Porto: € 10,20

## 5 Sonderwerbformen:

### Beihefter

(Bruttopreis in € nach Papiergewicht)

bei Draht-  
heftung

bei Klebe-  
bindung

2-seitig = 1 Blatt

–

€ 6420,-

4-seitig = 2 Blatt

€ 8970,-

2-seitig mit Lasche = 1,5 Blatt

€ 6420,-

### Beilagen

lose eingelegt, maximale Größe 205 x 290 mm

Preis bis 25 g Gesamtgewicht

pro Tsd. € 190,-

Preis bis 50 g Gesamtgewicht

pro Tsd. € 230,-

inkl. Postgebühren

Beilagen werden nicht rabattiert. Eine Teilbelegung ist nach Postleitzahlen möglich, Mindestauflage 3 000 Exemplare.

Splittingpauschale

€ 230,-

### Werbemittel

Postkarten (Tipp-on-cards) und maschinell zu bearbeitende Aufkleber

pro Tsd. € 120,-

Warenproben oder beispielsweise elektronische Datenträger wie CDs, die evtl. nur manuell verarbeitet werden können:

Preis auf Anfrage

Mindestformat der Anzeige 1/1 Seite

Weitere Sonderwerbformen auf Anfrage.

## 6 Kontakt:

Kirschbaum Verlag GmbH

Siegfriedstraße 28, 53179 Bonn

www.kirschbaum.de

Telefon (0228) 95453-26, -23, -24, -46, -25

Telefax (0228) 95453-37

E-Mail anzeigen@kirschbaum.de

## 7 Zahlungsbedingungen:

### Bankverbindung

Postbank Köln (BLZ 37010050), Konto-Nr. 227620505

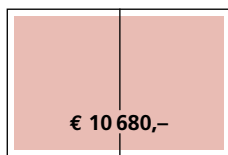
IBAN DE 22 37010050 0227 6205 05 S.W.I.F.T. PBNKDEFF 370

Zahlung innerhalb von 21 Tagen nach Rechnungserhalt netto ohne Abzug;

bei Bankeinzug bis zum Erscheinungstermin 2 % Skonto.

USt-Ident-Nr. DE 122272691

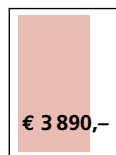
### Formate im Satzspiegel (immer Breite x Höhe), s/w-Preise



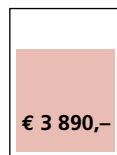
2/1 Seite über Bund  
396 x 260 mm



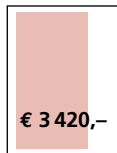
1/1 Seite  
185 x 260 mm



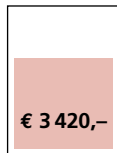
3/4 Seite hoch  
138 x 260 mm



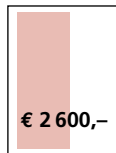
3/4 Seite quer  
185 x 192 mm



2/3 Seite hoch  
122 x 260 mm



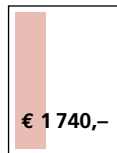
2/3 Seite quer  
185 x 172 mm



1/2 Seite hoch  
91 x 260 mm



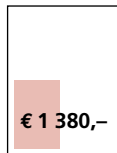
1/2 Seite quer  
185 x 128 mm



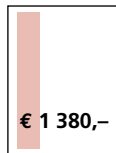
1/3 Seite hoch  
58 x 260 mm



1/3 Seite quer  
185 x 84 mm



1/4 Seite 2sp.  
91 x 128 mm



1/4 Seite hoch  
44 x 260 mm



1/4 Seite quer  
185 x 64 mm

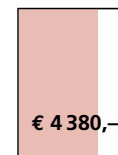
### Formate im Anschnitt (immer Breite x Höhe, **zuzüglich** Beschnittzugabe je Schnittkante 3 mm), s/w-Preise



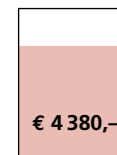
2/1 Seite über Bund  
420 x 297 mm



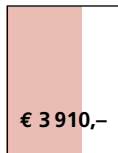
1/1 Seite  
210 x 297 mm



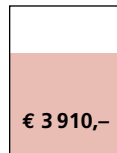
3/4 Seite hoch  
152 x 297 mm



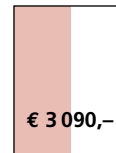
3/4 Seite quer  
210 x 189 mm



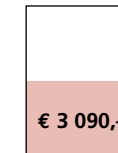
2/3 Seite hoch  
133 x 297 mm



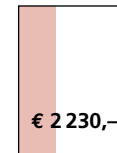
2/3 Seite quer  
210 x 169 mm



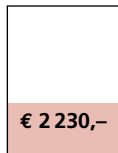
1/2 Seite hoch  
104 x 297 mm



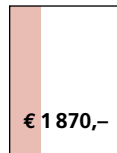
1/2 Seite quer  
210 x 146 mm



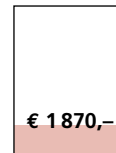
1/3 Seite hoch  
70 x 297 mm



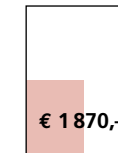
1/3 Seite quer  
210 x 106 mm



1/4 Seite hoch  
53 x 297 mm



1/4 Seite quer  
210 x 86 mm



1/4 Seite 2-sp.  
104 x 146 mm

- 1 Zeitschriftenformat:** 210 mm breit x 297 mm hoch, DIN A4  
Unbeschnitten: 213 mm breit x 303 mm hoch
- Satzspiegel:** 185 mm breit x 260 mm hoch  
4 Spalten á 44 mm Breite  
3 Spalten á 58 mm Breite
- 2 Druck- und Bindeverfahren:** Offsetdruck (Bogen), Rückstichheftung
- 3 Datenübermittlung:** E-Mail: anzeigen-druckunterlagen@kirschbaum.de  
Bei Rückfragen: Tel.: +49 (0) 228/9 54 53-23
- 4 Datenformate:** Wir empfehlen die Anlieferung von PDF/X-3 Daten. Offene Daten (z.B. InDesign, Quark XPress usw.) sind auch möglich. Mindestens muss die Datei druckfähig sein, d.h. alle verwendeten Schriften sind einzubetten, Halbtonbilder benötigen eine Auflösung von 300 dpi, Strichbilder mindestens 600 dpi.
- 5 Farben:** Druckfarben (CMYK) nach ISO 12647-2 (PSO), Sonderfarben sind in Absprache möglich. Zur Konvertierung und Kontrolle des Farbraums (ICC-Color Management) wird speziell auf die Standard-Offsetprofile der ECI verwiesen (kostenloser Bezug des Pakets „ECI\_Offset\_2009“ bei [www.eci.org](http://www.eci.org)).
- 6 Proof:** Farbverbindliches Proof nach „Medienstandard Druck“ (bvdm). Digital erstellte Prüfdrucke müssen zur Kontrolle der Farbverbindlichkeit den FOGRA Medienkeil enthalten (kostenpflichtig) zu beziehen bei [www.fogra.org](http://www.fogra.org). Andrucke müssen einen offiziellen Druckkontrollstreifen aufweisen.



- 7 Datenarchivierung:** Daten werden archiviert, unveränderte Wiederholungen sind deshalb in der Regel möglich. Eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.
- 8 Gewährleistung:** Bei Anlieferung von unvollständigen oder abweichenden Daten (Texte, Farben, Abbildungen) übernehmen wir keine Haftung für das Druckergebnis. Fehlbelichtungen aufgrund von unvollständigen oder fehlerhaften Dateien, falschen Einstellungen oder unvollständigen Angaben werden berechnet. Dies gilt auch für zusätzliche Satz- oder Reproarbeiten sowie für die Erstellung fehlerhafter Proofs.
- 9 Kontakt:** Dieter Sturm, stellv. Anzeigenleitung/Anzeigenposition  
Tel. (0228) 9 54 53 - 23

- 1 Titel:** Güterverkehr
- 2 Kurzcharakteristik:** „güterverkehr“ ist eine Fachzeitschrift für die Geschäfts- und Fuhrparkleitung in den Unternehmen des gewerblichen Straßengüterverkehrs, sowohl für Güternah- und Güterfern- als auch für Werkverkehr.
- 3 Zielgruppe:** Zum überwiegenden Teil sind die Empfänger von Güterverkehr Geschäftsführer, Disponenten und Fuhrparkleiter in Spedition und Fuhrunternehmen mit eigenem Fuhrpark.
- 4 Erscheinungsweise:** 9 Ausgaben
- 5 Heftformat:** DIN A4
- 6 Jahrgang:** 61. Jahrgang 2012
- 7 Bezugspreise**
- |  |                 |
|--|-----------------|
| Jahresabonnement                         | } inkl. Versand |
| Inland € 71,50 (inkl. MwSt.)             |                 |
| Ausland € 80,50 (ohne MwSt.)             |                 |
| Einzelverkaufspreis € 6,00 (inkl. MwSt.) |                 |
- 8 Organ:** -
- 9 Mitgliedschaft/Teilnahme:** IVW
- 10 Verlag:** Kirschbaum Verlag GmbH  
Postfach 210209, 53157 Bonn  
Siegfriedstr. 28, 53179 Bonn  
Telefon: (0228) 9 54 53-0  
Telefax: (0228) 9 54 53-27 (Zentrale)  
www.kirschbaum.de
- 11 Herausgeber:** Bernhard Kirschbaum
- 12 Anzeigen:** Volker Rutkowski (verantwortlich)  
Dieter Sturm (Stellvertretung)  
Telefon: (0228) 9 54 53-23  
E-Mail: d.sturm@kirschbaum.de  
Elisabeth Kozur  
Telefon (0228) 9 54 53-26  
E-Mail: e.kozur@kirschbaum.de

- 13 Redaktion:** Dirk Sanne (Chefredakteur),  
E-Mail: d.sanne@kirschbaum.de  
Markus Schmitz  
E-Mail: m.schmitz@kirschbaum.de  
Jacqueline Engler (CvD)  
E-Mail: j.engler@kirschbaum.de  
Ralf Theisen  
E-Mail: r.theisen@kirschbaum.de

### 14 Umfangs-Analyse 2010 = 10 Ausgaben

Gesamtumfang:	344 Seiten = 100,0 %
Redaktioneller Teil:	259 Seiten = 75,0 %
Anzeigenteil:	85 Seiten = 25,0 %
davon	
Stellen- und Gelegenheitsanzeigen:	7 Seiten = 8,2 %
Einhefter:	-
Verlagseigene Anzeigen:	17 Seiten = 20,0 %
Beilagen:	3 Stück

### 15 Inhalts-Analyse des Redaktionsteils:

Lkw (alle Lkw von 7,5 t GG aufwärts)	62 Seiten = 23,8 %
Transporter (alle Fahrzeuge bis 7,5 t GG)	24 Seiten = 9,3 %
Anhänger und Aufbauten (Trailer, Kühl-, Bau- und Kommunalfahrzeuge)	39 Seiten = 15,1 %
Andere Verkehrsträger (Fahren und kombinierter Verkehr)	8 Seiten = 3,1 %
Logistik (Leasing, Logistik, Telematik, Umschlag)	31 Seiten = 12,0 %
Fahrzeugkomponenten (Bremsen, Getriebe, Sitze, Reifen)	38 Seiten = 14,7 %
Fuhrpark (Werkstatt, Umwelt, Waschanlagen, Betriebsstoffe)	20 Seiten = 7,7 %
Service (Ratgeber, Messen, Sicherheit)	37 Seiten = 14,3 %



1 **Auflagenkontrolle:**



2 **Auflagen-Analyse:**

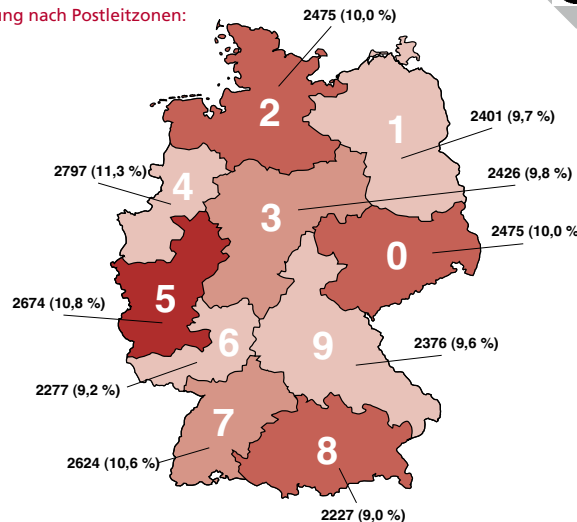
Exemplare pro Ausgabe im Durchschnitt für die Zeit  
(1. Juli 2010 bis 30. Juni 2011)

Druckauflage:	25037		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	24849	davon Ausland:	97
Verkaufte Auflage:	4211	davon Ausland:	15
Abonnierte Exemplare:	182		
Einzelverkauf:	-		
Sonstiger Verkauf:	4000		
Freistücke:	20637		
Rest-, Archiv- und Belegexemplare:	189		

3 **Geographische Verbreitungs-Analyse:**

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
<b>Inland</b>	99,6	24 752
Ausland	0,4	97
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	100,0	24 849

3.1 **Verbreitung nach Postleitzonen:**



**Kurzfassung der Erhebungsmethode**

1. Methode: Empfänger-Struktur-Analyse durch Dateiauswertung  
– Totalerhebung
2. Grundgesamtheit: tvA Inland 24752 = 100 %
3. Stichprobe: Totalerhebung
4. Zielperson der Untersuchung:  
Die in der Datei erfassten persönlichen Empfänger in Institutionen
5. Zeitraum der Untersuchung: 29.7. bis 3.8.2011
6. Durchführung der Untersuchung: Kirschbaum Verlag GmbH, Bonn

### Beihefter:

Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist ein verbindliches Muster, notfalls ein Blindmuster mit Größen- und Gewichtsangaben vorzulegen. Beihefter müssen so gestaltet werden, dass sie als Werbung erkennbar sind, nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können und dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungstreibenden werben. Die Platzierung von Beiheftern ist abhängig von den technischen Möglichkeiten. Beihefter, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach vorheriger, vom Verlag einzuholender Zustimmung der Post angenommen werden.

### Formate:

1 Blatt (= 2 Seiten) unbeschnitten 213 mm breit × 303 mm hoch für Klebebindung bzw. zuzüglich Klappe (Lasche) mit 100 Breite × 303 Höhe bei Drahtheftung.

2 Blatt (= 4 Seiten) unbeschnitten 426 mm breit × 303 mm hoch

3 Blatt (= 6 Seiten) unbeschnitten 618 mm breit × 303 mm hoch

4 Blatt (= 8 Seiten) = 2 × 2 Blatt

4 Blatt (Altarfalz) unbeschnitten 810 mm breit × 303 mm hoch

**Benötigte Auflage:** Druckauflage unterschiedlich, daher bitte stets abfragen. Zur Auflage ist noch ein technischer Zuschuss von 200 Expl. erforderlich.

**Anlieferungstermin:** Spätestens 14 Tage vor Erscheinen.

### Technische Angaben:

Beihefter sind unbeschnitten anzuliefern, mehrblättrige schon gefalzt, das gilt auch für 2-seitige Beihefter mit einer Klappe (Lasche). Die Vorderseite des Beihefters ist zu kennzeichnen.

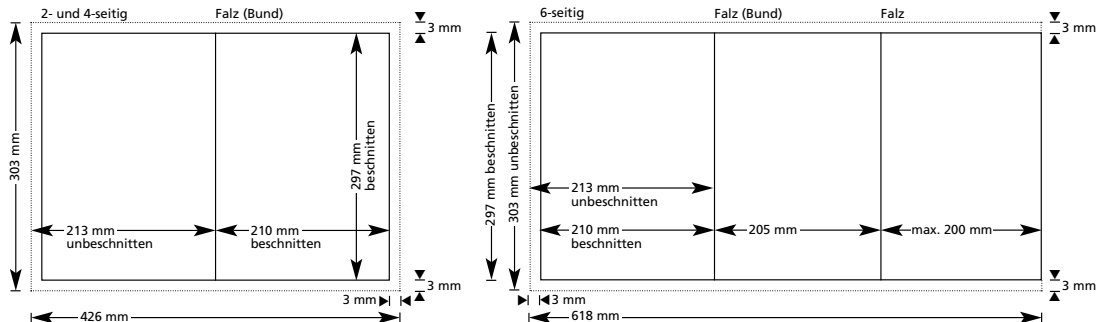
Beihefter sollen in der Art und Ausführung so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Aufbereitung und Bearbeitung entfällt. Erschwernisse und zusätzliche Falz- und Klebearbeiten werden gesondert berechnet.

Aufgeklebte Postkarten auf Beiheftern erwarten wir komplett konfektioniert (s. auch Sonderblatt Beilagen). Fertig aufgeklebte Booklets oder Warenproben auf Beiheftern könnten allerdings zu Produktionsschwierigkeiten führen. Daher bitte vorher unbedingt Muster schicken.

Hefte werden zwischendurch auch in Klebebindung hergestellt. Hierdurch ändern sich die Maße nicht. Jedoch sollte das bei der Gestaltung der Prospekte zum Bund hin berücksichtigt werden.

### Versandanschrift:

SDV Saarländische Druckerei & Verlag GmbH  
Werner-von-Siemens-Straße 31, 66793 Saarwellingen  
Liefervermerk: Güterverkehr, Heft Nr. ...



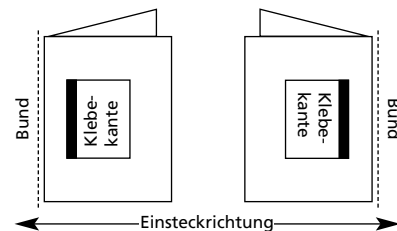
- Beilagen:** Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters, mit Größen- und Gewichtsangabe erforderlich. Beilagen müssen so gestaltet sein, dass sie als Werbung erkennbar sind und nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können. Die Platzierung von Beilagen erfolgt den technischen Möglichkeiten entsprechend.
- Beilagenhinweis:** Ein Beilagenhinweis wird kostenlos im Anzeigenteil aufgenommen.
- Benötigte Auflage:** 25 200 Exemplare
- Anliefertermin:** 14 Tage vor Erscheinen
- Format:** Maximal 205 mm breit × 290 mm hoch
- Versandanschrift:** SDV Saarländische Druckerei & Verlag GmbH  
Werner-von-Siemens-Straße 31, 66793 Saarwellingen  
Liefervermerk: Güterverkehr, Heft Nr. ...
- Technischer Angaben:** Beilagen werden lose eingelegt. Maximale Größe 205 × 290 mm. Sie müssen aus einem Stück bestehen und so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Bearbeitung entfällt. Erschwernisse bei der Verarbeitung und zusätzliche Arbeiten (z. B. Falzen) werden gesondert in Rechnung gestellt. Beilagen, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters zur Prüfung der Möglichkeiten von Verarbeitung und Versand angenommen werden.
- Aufgeklebte Werbemittel:** Aufgeklebte Werbemittel (Postkarten, Prospekte, Warenproben o. ä.) auf Beiheftern oder ganzseitigen Anzeigen müssen zusätzlich zum Träger und den Kosten für die technische Verarbeitung wie Beilagen berechnet werden. Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage des Anzeigenmotivs mit aufgeklebtem Werbemittel (Standmuster, notfalls Blindmuster) erforderlich.

Warenmuster können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters zur Prüfung der Möglichkeiten von Verarbeitung und Versand angenommen werden.

#### Formate:

Die Distanz des Aufklebers von den Beschnittkanten der Zeitschrift muss mindestens 10 mm betragen. Für Postkarten gelten die Format-Vorschriften der Deutschen Post AG: Länge von 140 mm bis 235 mm, Breite von 90 mm bis 125 mm. Die Länge muss mindestens das 1,41-fache der Breite betragen.

Bei aufgeklebten Postkarten oder Warenmustern müssen die Klebekanten parallel zum Bund und zum Bund hin liegen.



Beklebung auf der Vorderseite eines Druckbogens

Beklebung auf der Rückseite eines Druckbogens

Benötigte Auflage: 25 200 Exemplare

Druckauflage unterschiedlich, daher bitte stets abfragen. Zur Auflage ist noch ein technischer Zuschuss von 200 Expl. erforderlich.

#### Versandanschrift:

SDV Saarländische Druckerei & Verlag GmbH  
Werner-von-Siemens-Straße 31, 66793 Saarwellingen  
Liefervermerk: Güterverkehr, Heft Nr. ...

### Branchen/Wirtschaftszweige/Unternehmenstypen

WZ 2008 Code	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008)	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
		%	Projektion (circa)
60.24.5	Gewerblicher Güterverkehr national	92	22 861
	Gewerblicher Güterverkehr international	72	17 891
64.12.5.	Express-/ Paketdienst/ Kleintransport	1	248
	Werkverkehr	4	994
	Sonstige (Fahrzeughersteller, Großhändler, Vermittler von Frachten)	2	497

Mehrfachnennungen (100 % = 24 849 Leser)

### Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
1 – 4 Beschäftigte	8	1 988
5 – 9 Beschäftigte	21	5 218
10 – 19 Beschäftigte	19	4 721
20 – 49 Beschäftigte	26	6 461
50 – 149 Beschäftigte	14	3 479
150 – 600 Beschäftigte	11	2 733
Keine Angaben	1	248
	100	24 849

### Kurzfassung der Erhebungsmethode

1. Methode: Leser-Struktur-Analyse durch telefonische Erhebung – Stichprobenerhebung
2. Grundgesamtheit:  
Grundgesamtheit (tvA) 24 849 = 100 %
3. Stichprobe: 250 Netto Interviews, 70 % Ausschöpfung, Random Auswahl
4. Zielperson der Untersuchung: Befragt wurde der hauptsächliche Leser in der Institution
5. Zeitraum der Untersuchung: Die telefonische Befragung erfolgte vom 20. Mai bis 25. Juli 2008
6. Durchführung der Untersuchung: Wissenschaftliches Institut für Presseforschung und Medienberatung, Köln  
Die detaillierte Beschreibung der Erhebungsmethode kann angefordert werden unter: v.rutkowski@kirschbaum.de

### Investitionsentscheidung

	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
Ich entscheide allein	52	12 922
Ich entscheide zusammen mit Kollegen	37	9 194
Ich berate und bereite Entscheidungen vor	7	1 739
Ich habe keinen Einfluss auf die Entscheidungen	4	994
	100	24 849

### Position im Unternehmen

	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
Inhaber, Geschäftsführer, Vorstand	64	15 903
Disponent	12	2 982
Kaufmännischer/technischer Leiter, Abteilungsleiter	10	2 485
Prokurist, Verkaufsleiter	4	994
Angestellter	4	994
Fuhrparkleiter, Werkstattleiter	2	497
Sonstige	4	994
	100	24 849

### Interesse an Messen und Veranstaltungen

	Anteil der ermittelten Leser (WLK)	
	%	Projektion (circa)
IAA-Nutzfahrzeuge, Hannover	64	15 903
Transport Logistic, München	43	10 685
LogiMAT, Stuttgart	20	4 970
Automechanika, Frankfurt	14	3 479
BAUMA, München	14	3 479
AMI/AMITEC, Leipzig	8	1 988
Reifen, Essen	5	1 242
RETTmobil, Fulda	3	745
BedrifsautoRAI, Amsterdam	2	497
Trailer, Kortrijk	2	497

Mehrfachnennungen (100 % = 24 849 Leser)

## Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitschriften

### 1. Geltungsbereich

- 1.1 Für sämtliche Vereinbarungen mit dem Verlag über Anzeigen und Fremdbeilagen gelten ausschließlich die nachfolgenden Bedingungen. Zwischen dem Verlag und dem Auftraggeber wird beim ersten Vertragsschluss vereinbart, dass diese Bedingungen auch für sämtliche Folgegeschäfte – auch solche, die mündlich insbesondere telefonisch abgeschlossen werden – gelten. Einkaufs- und sonstige Bedingungen des Auftraggebers gelten nur insoweit, als sie den nachfolgenden Bedingungen nicht widersprechen.
- 1.2 Diese Bedingungen gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beihefter, technische Sonderausführungen sowie elektronische und andere Werbeformen.

### 2. Definitionen

- 2.1 „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen, elektronischer oder anderer Werbemittel (nachfolgend „Anzeigen“ genannt) von Werbungtreibenden in Medien des Verlages zum Zweck der Verbreitung.
- 2.2 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. 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 abgerufen und veröffentlicht wird.

### 3. Druckunterlagen, Auftragsbearbeitung

- 3.1 Der Auftraggeber ist verpflichtet, die (auch digitalen) Druckunterlagen ordnungsgemäß und rechtzeitig vor Schaltungsbeginn entsprechend den technischen und terminlichen Vorgaben des Verlages anzuliefern. Eventuelle Nachbearbeitungen gehen vorbehaltlich individueller Vereinbarung zu Lasten des Auftraggebers. Sollte der Auftraggeber dieser Verpflichtung nicht nachkommen und daher eine Schaltung nicht möglich sein, bleibt die Zahlungsverpflichtung des Auftraggebers hiervon unberührt.
- 3.2 Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ kenntlich gemacht.
- 3.3 Die Platzierung der Anzeige wird nach billigem Ermessen und größtmöglicher Berücksichtigung der Interessen des Auftraggebers vorgenommen. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
- 3.4 Für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen Platzierwünsche so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist.
- 3.5 Der Verlag ist in seiner Entscheidung frei, Anzeigen eines Konkurrenten des Auftraggebers zu veröffentlichen.
- 3.6 Druckunterlagen werden durch den Verlag nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Verbreitung der Anzeige.

### 4. Veröffentlichung, Ablehnungsbefugnis

- 4.1 Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge oder einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses abzulehnen, wenn z.B.
  - deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
  - deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist.

- 4.2 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.

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

### 5. Probeabzüge, Chiffrewerbung

5. 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. Bei Chiffrewerbung wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffrewerbung werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne jedoch dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einzelvertaglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen.

### 6. Anzeigenbeleg

6. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrags 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.

### 7. Gewährleistung

- 7.1 Vereinbarung ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in den aktuellen Mediadaten 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.
- 7.2 Entspricht die Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige 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 Gläubigers steht, oder
  - diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre.Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige ist die Rückgängigmachung des Auftrages ausgeschlossen.

### 8. Vergütung

- 8.1 Sämtliche Preise in der aktuellen Preisliste des Verlages verstehen sich zzgl. Mehrwertsteuer in gesetzlicher Höhe am Tag der Rechnungsstellung.
- 8.2 Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen.
- 8.3 Die Werbungsmitter und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die aktuelle Preisliste des Verlages zu halten.

- 8.4 Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind 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 schriftlich innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.
- 8.5 Rabatte werden außer bei besonderer Vereinbarung nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen.
- 8.6 Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber dem Verlag, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass zu erstatten (Rabattnachbelastung). Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen oder anderen Werbemitteln innerhalb eines Jahres-Abschlusses entsprechenden Nachlass.
9. **Zahlungsfrist, Verzug**  
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.
- 9.1 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags 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 offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
10. **Abtretung/Aufrechnung**  
Die Abtretung der Ansprüche aus dem Anzeigenauftrag bzw. Abschluss bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Verlags. Der Auftraggeber kann gegenüber Ansprüchen des Verlags nur dann aufrechnen, wenn die Forderung des Auftraggebers unbestritten oder rechtskräftig festgestellt ist. Ein Zurückbehaltungsrecht kann nur dann geltend gemacht werden, wenn der Zahlungsanspruch des Verlags und der Gegenanspruch des Auftraggebers auf demselben Vertragsverhältnis beruhen.
11. **Auflagenminderung**  
Aus einer Auflagenminderung kann 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 Garantieauflage unterschritten wird. Die Auflagenminderung ist jedoch nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie bei einer Garantieauflage bis zu 50000 Exemplaren mindestens 20 v.H. beträgt.  
Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 14 bleibt unberücksichtigt. Als Garantieauflage gilt die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder, wenn eine Auflage nicht genannt ist, die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften ggf. 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.

## 12. Rechte Dritter, Nutzungsrechte

- 12.1 Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter und den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung frei. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.
- 12.2 Der Auftraggeber überträgt dem Verlag die für die Schaltung der Anzeige nach Maßgabe des Anzeigenauftrags erforderlichen Vervielfältigungs- und Verbreitungsrechte.
13. **Haftung**
- 13.1 Der Verlag haftet für Schäden des Auftraggebers, die der Verlag, seine gesetzlichen Vertreter, leitenden Angestellten oder Erfüllungsgehilfen vorsätzlich oder grob fahrlässig herbeigeführt haben.
- 13.2 Der Schadensersatzanspruch ist auf den vorhersehbaren, vertragstypischen Schaden begrenzt, im Falle des Verzugs auf 5% des Auftragswerts. Die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt.
- 13.3 Schadenersatzansprüche gegen den Verlag verjähren nach Ablauf von 12 Monaten seit ihrer Entstehung, es sei denn, sie basieren auf einer unerlaubten oder vorsätzlichen Handlung.
- 13.4 Soweit die Haftung des Verlags ausgeschlossen ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung der Angestellten, Arbeitnehmer, Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen des Verlags.
- 13.5 Im Falle eines Überganges der Zeitschrift auf einen anderen Verlag, bedarf die Übernahme bestehender Anzeigenaufträge der Zustimmung des Auftraggebers. Sollte die Zeitschrift eingestellt werden, werden beide Vertragsparteien von ihren Leistungspflichten frei, ohne dass Schadensersatzansprüche geltend gemacht werden können.

## 14. Betriebsstörungen

- Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und sonstigen Ereignissen, die der Verlag nicht zu vertreten hat – sowohl im Betrieb des Verlags als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – ist die Haftung für Verzug und Unmöglichkeit ausgeschlossen. In diesen Fällen hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

## 15. Erfüllungsort, Gerichtsstand

- 15.1 Erfüllungsort ist der Sitz des Verlags.
- 15.2 Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlags. Soweit Ansprüche des Verlags nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz.
- 15.3 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 Verlags vereinbart.

# Ihr direkter Weg für eine individuelle Beratung:

## Im Verlag

Volker Rutkowski  
Anzeigenleitung  
Telefon (0228) 95453-25  
E-Mail:  
v.rutkowski@kirschbaum.de



Dieter Sturm  
stellv. Anzeigenleitung  
Anzeigendisposition  
Telefon (0228) 95453-23  
E-Mail:  
d.sturm@kirschbaum.de



Elisabeth Kozur  
Anzeigenverkauf  
Telefon (0228) 95453-26  
E-Mail:  
e.kozur@kirschbaum.de



## Für die Regionen

**Schleswig-Holstein, Hamburg,  
Bremen, Niedersachsen,  
Ostwestfalen**

Elisabeth Kozur  
Telefon (0228) 95453-26  
E-Mail:  
e.kozur@kirschbaum.de



**Mecklenburg-Vorpommern,  
Brandenburg, Sachsen-Anhalt,  
Sachsen, Thüringen, Berlin**

Medien-Service Sommerfeld  
Iserstraße 58  
14513 Teltow  
Telefon (03328) 3090566  
Telefax (03328) 3090567  
E-Mail:  
medien-service-sommerfeld@t-online.de



**Hessen, Rheinland-Pfalz,  
Saarland**

Kiefer Media Consulting  
Michael Kiefer  
Lahnstraße 26  
D-55296 Harxheim  
Telefon (06138) 976056  
Telefax (06138) 976052  
E-Mail:  
Kiefer@KieferMedia.eu



Sabine Pfenningsschmidt  
Media-Service  
Telefon (0228) 95453-46  
E-Mail:  
s.pfenningsschmidt@kirschbaum.de



**Kontakt zur Redaktion:**  
Chefredaktion güterverkehr  
Dirk Sanne  
Telefon (0228) 95453-44  
E-Mail:  
d.sanne@kirschbaum.de



**Kirschbaum Verlag GmbH**  
Siegfriedstraße 28, 53179 Bonn  
Postfach 210209, 53157 Bonn  
Telefax Anzeigenabt. (0228) 95453-37  
Telefax Zentrale (0228) 95453-27  
Internet: www.kirschbaum.de  
E-Mail: anzeigen@kirschbaum.de  
Druckunterlagen bitte an:  
anzeigen-druckunterlagen@kirschbaum.de

**Nordrhein-Westfalen  
(ohne Ostwestfalen)**  
Schmitz Media-  
Communication GmbH  
Peter Schmitz  
Holbeinstraße 12  
40237 Düsseldorf  
Telefon (0211) 690701-0  
Telefax (0211) 690701-15  
E-Mail:  
info@schmitz-media.eu



**Baden-Württemberg**  
Verlagsbüro G. Fahr  
Am Marktplatz 10  
72654 Neckartenzlingen  
Telefon (07127) 3084  
Telefax (07127) 21478  
Mobil (0170) 2101526  
E-Mail:  
simon.fahr@verlagsbuero-fahr.de



**Bayern und Österreich**  
Verlagsbüro G. Fahr  
Breitenbergstraße 17  
87629 Füssen  
Telefon (08362) 5054990  
Telefax (08362) 5054992  
Mobil (0170) 2101526  
E-Mail:  
simon.fahr@verlagsbuero-fahr.de

# Fachmedien „Straße“ im Kirschbaum Verlag



## güterverkehr

Zielgruppe:

Management (Geschäftsleitung, Fuhrparkleitung, Disposition) von mittelständischen Unternehmen des gewerblichen Straßen-güterverkehrs

Auflage: TvA 24849 Exemplare



## BUSMAGAZIN

Zielgruppe:

Management (Geschäftsleitung, Fuhrparkleitung, Programm-planung) von privaten Busunter-nehmen

Auflage: TvA 8 008 Exemplare



## Straße und Autobahn

Zielgruppe:  
Entscheider in

- Straßenbauunternehmen,
- Straßen- und Verkehrsver-waltungen auf Kommunal-, Landes- und Bundesebene,
- Planungs- und Ingenieurbüros,
- Hochschulen

Auflage: TvA 6452 Exemplare



## ZVS Zeitschrift für Verkehrssicherheit

Zielgruppe:

- Psychologen
- Mediziner
- Ingenieure und Juristen aus Wissenschaft, Forschung, Pra-xis, Verwaltung