

Fachinformationen
für erfolgreiche
Reisebus-
unternehmer-
/innen

BUSNEWS

BUSMAGAZIN
digital

Der Newsletter für erfolgreiche
Busunternehmerinnen und Busunternehmer

Ausgabe 20 vom 17.10.2025

Liebe Leserin, lieber Leser,

Klimafreundlich, „grün“, „nachhaltig“ – diese Worte klingen gut, sind aber künftig in der Werbung riskant. Mit der neuen EU-Richtlinie „Empowering Consumers“ (EmpCo) rückt das Thema Greenwashing auch für die Reisebranche in den Fokus. Ab 2026 gelten strengere Anforderungen: Wer mit CO₂-Einsparung oder Klimaneutralität wirbt, muss nachvollziehbare Belege liefern und zwar direkt.

In unserem Leit-Beitrag erläutert Roman Müller-Böhm als ausgewiesener Experte für Tourismus-Politik, wie EU-Recht, nationale Urteile und neue Kontrollmechanismen künftig zusammenspielen – und was das konkret für Reise- und Busunternehmen bedeutet.

Die Botschaft ist klar: Pauschale Versprechen ohne Faktenbasis werden künftig als unlauter gewertet. Für Busunternehmen heißt das: Transparenz ist Pflicht, Glaubwürdigkeit der neue Wettbewerbsfaktor.

Gleichzeitig bewegt sich viel in der Branche – von neuen Buskonzepten über smarte Routenoptimierung bis hin zu alternativen Antrieben. In dieser Ausgabe lesen Sie, wie sich Unternehmen auf die neuen Regeln vorbereiten können, welche Chancen im nachhaltigen Flottenmanagement liegen und welche Praxisbeispiele zeigen, dass Klimaschutz und Wirtschaftlichkeit Hand in Hand gehen können.

Doch nicht nur in der Branche, auch bei uns selbst bewegt sich etwas: Dieser Newsletter für Busunternehmer und Busunternehmerinnen schlägt als **BUSMAGAZIN digital** ein neues Kapitel auf. Wir hoffen, dass er Ihnen weiterhin gefällt – als digitales Medium für alle, die die Reisebusbranche mit Leidenschaft, unternehmerischem Mut und Weitblick weiterentwickeln. Bleiben Sie uns verbunden und begleiten Sie uns auf diesem neuen Weg!

Ihr Peter Strohbach
Verlagsleiter print & digital



**WENIGER BLINDSPOTS
FÜR IHR BUSINESS.**

Service Busse Coach

Mehr erfahren

Mercedes-Benz
The standard for buses



Green
EU zie

Wer heute
enger gew
Umweltto
Consumer
die ursprüng
Reisevertr
Wohlfühl

Klare Red

Die Linie d
Ankündig
Substanz
Fahrplan i
Airline pas
einem Kle
Verbrauch
Komment
passt das
mehrfach
Emission
Webseite, d
gemessen

Auch auß
Werbeauf
und neuen
„sauberst
Lebenszy

Weiterlesen

BUSMAGAZIN
digital



www.grouperia.de

Reiseziele und Angebote für die Planung und Organisation von Gruppen

BUSMAGAZIN BUSNEWS grouperia BUSTREFF

FACHBEITRÄGE



Richard Wagner: Voller großer Schaffenskraft

Das Richard Wagner Museum in Bayreuth ist der Nukleus, wenn es um den großen Künstler und seine Werke geht. Eine

[BEITRAG LESEN >](#)



10.000 Stück Silber pro Fass

Sachsen war einst sehr reich, jedoch oft auch ein bedrohtes Land. Gut, wenn man für diese Fälle eine uneinnehmbare Festung

[BEITRAG LESEN >](#)

AKTUELLES



Antwerpen: Museum DIVA öffnet März 2023 wieder

4. November 2022

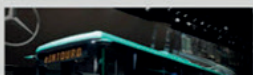
[WEITER >](#)



Wien: 60 eCitaro bestellt

3. November 2022

[WEITER >](#)



Daimler Buses präsentiert elektrischen Überlandbus mit 100 km Reichweite

Daimler Buses hat auf der

Liebe Leserin, lieber Leser,

Mit **Busmagazin Digital** führen wir die Marke **Busmagazin** in der digitalen Zukunft weiter. Unser Fokus liegt nun vollständig auf unseren **Online-Kanälen** – der **Webseite** www.busmagazin.de und dem regelmäßig erscheinenden **E-Mail-Newsletter Busmagazin Digital**.

Damit informieren wir über aktuelle Themen aus Technik, Tourismus, Verkehrspolitik und Branchenpraxis. Somit erreichen Sie mit uns weiterhin gezielt Entscheiderinnen und Entscheider aus Verkehrsbetrieben, Reisebusunternehmen, Herstellern und Dienstleistern.



Peter Strohbach

Die konstant hohen **Zugriffszahlen** und eine stetig **wachsende Reichweite** bestätigen: Das Interesse an unseren digitalen Angeboten ist groß. Nutzen Sie diese Reichweite, um Ihre Produkte und Dienstleistungen in einem professionellen Umfeld sichtbar zu machen – **präzise, aktuell und direkt in Ihrer Zielgruppe**.

Busmagazin Digital ist somit eine optimale Kombination aus Push- und Pullmarketing!

Ihr

Peter Strohbach

Verlagsleiter Fachzeitschriften
print & digital
Telefon (02 28) 9 54 53-47
p.strohbach@kirschbaum.de

Mitglied im



Kontakt

Mediaberatung, Technik und Dienstleistungen

Mediaberatung für Touristikkunden

Verlag



Michael Kiefer

Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland

Kiefer Media Consulting
Lahnstraße 26
55296 Harxheim
Telefon (0 61 38) 97 60 56
Telefax (0 61 38) 97 60 52
Kiefer@KieferMedia.eu



Armin Schaum

Nordrhein-Westfalen (ohne Ostwestfalen),

Verlagsbüro Schaum
Im Feldchen 24
60437 Frankfurt
Telefon 06101-48708
verlagsbuero.schaum@t-online.de



Simon Fahr

Baden-Württemberg

Verlagsbüro G. Fahr
Uhlandstraße 23
72654 Neckartenzlingen
Telefon (0 71 27) 30 84
Mobil (01 70) 2 10 15 26
info@verlagsbuero-fahr.de

Bayern und Österreich

Breitenbergstraße 17
87629 Füssen
Telefon (0 83 62) 5 05 49 90
Mobil (01 70) 2 10 15 26
info@verlagsbuero-fahr.de



Ralf Puzalowski

Mediaberatung
Technik und Touristik

Kirschbaum Verlag GmbH
Siegfriedstraße 28
53179 Bonn
Telefon
(02 28) 9 54 53-26
r.puzalowski@kirschbaum.de



Kerstin Ficht

Mediaberatung Touristik

Kirschbaum Verlag GmbH
Siegfriedstraße 28
53179 Bonn
Telefon
(02 28) 9 54 53-45
k.ficht@kirschbaum.de



Peter Strohbach

Verlagsleitung
Fachzeitschriften
print & digital

Kirschbaum Verlag GmbH
Siegfriedstraße 28
53179 Bonn
Telefon
(02 28) 9 54 53-47
p.strohbach@kirschbaum.de



Bettina Nübel-Lewalder

Disposition
werbliche Medien
print & digital

Kirschbaum Verlag GmbH
Siegfriedstraße 28
53179 Bonn
Telefon
(02 28) 9 54 53-23
b.nuebel-lewalder@kirschbaum.de

Der Newsletter für erfolgreiche Reisebusunternehmer und Reisebusunternehmerinnen

Erreichen Sie jetzt Ihre Zielgruppe über unseren E-Mail-Newsletter

BUSMAGAZIN digital ist ein aktueller und gut recherchierter E-Mail-Newsletter. Er berichtet über aktuelle Trends und Themen aus der Branche. Für Sie als Werbetreibende ist es ein ideales Push-Medium, um etwa auf Ihre erfolgreichste Landingpage direkt zu verlinken.

Newsletter | Portrait

1 Name

BUSMAGAZIN
digital

2 Kurzcharakteristik

BUSMAGAZIN digital ist der Newsletter für erfolgreiche Reisebusunternehmer und Reisebusunternehmerinnen. Der Fokus des Newsletters liegt auf praktischen und aktuellen Informationen aus der Welt der Bus- und Gruppentouristik. Zudem dient der Newsletter als Verbreitungskanal für Ihre Content-Formate.

3 Zielgruppe

Busunternehmer, Gruppenreiseveranstalter, Omnibushändler, Busfahrer, Reisebüros und andere Dienstleister der Branche.

4 Erscheinungsweise

24x im Jahr

5 Verlag

Kirschbaum Verlag GmbH
 Postfach 21 02 09 · 53157 Bonn
 Siegfriedstr. 28 · 53179 Bonn
 Telefon: (0228) 95453-0
 E-Mail: info@kirschbaum.de
 www.kirschbaum.de

Newsletter | Nutzungsdaten

1 Empfänger

Busunternehmer, Gruppenreiseveranstalter, Omnibushändler, Busfahrer, Reisebüros, Destinationen, Leistungsanbieter und andere Dienstleister der Branche.

2 Verbreitung

5.861 Empfänger
 Erhebungszeitpunkt: 31.08.2025

Ausgabe 20 vom 17.10.2025

BUSNEWS
BUSMAGAZIN
 digital
 Der Newsletter für erfolgreiche Busunternehmerinnen und Busunternehmer

Liebe Leserin, lieber Leser,

Klimafreundlich, „grün“, „nachhaltig“ – diese Worte klingen gut, sind aber künftig in der Werbung riskant. Mit der neuen EU-Richtlinie „Empowering Consumers“ (EmpCo) rückt das Thema Greenwashing auch für die Busreisebranche in den Fokus. Ab 2026 gelten strengere Anforderungen: Wer mit CO₂-Einsparung oder Klimaneutralität wirbt, muss nachvollziehbare Belege liefern und zwar direkt.

In unserem Leit-Beitrag erläutert Roman Müller-Böhm als ausgewiesener Experte für Tourismus-Politik, wie EU-Recht, nationale Urteile und neue Kontrollmechanismen künftig zusammenspielen – und was das konkret für Reise- und Busunternehmen bedeutet.

Die Botschaft ist klar: Pauschale Versprechen ohne Faktenbasis werden künftig als unlauter gewertet. Für Busunternehmen heißt das: Transparenz ist Pflicht, Glaubwürdigkeit der neue Wettbewerbsfaktor.

Gleichzeitig bewegt sich viel in der Branche – von neuen Buskonzepten über smarte Routenoptimierung bis hin zu alternativen Antrieben. In dieser Ausgabe lesen Sie, wie sich Unternehmen auf die neuen Regeln vorbereiten können, welche Chancen im nachhaltigen Flottenmanagement liegen und welche Praxisbeispiele zeigen, dass Klimaschutz und Wirtschaftlichkeit Hand in Hand gehen können.

Doch nicht nur in der Branche, auch bei uns selbst bewegt sich etwas: Dieser Newsletter für Busunternehmer und Busunternehmerinnen schlägt als **BUSMAGAZIN digital** ein neues Kapitel auf. Wir hoffen, dass er Ihnen weiterhin gefällt – als digitales Medium für alle, die die Reisebusbranche mit Leidenschaft, unternehmerischem Mut und Weitblick weiterentwickeln. Bleiben Sie uns verbunden und begleiten Sie uns auf diesem neuen Weg!

Ihr Peter Strohbach
 Verlagsleiter print & digital

WENIGER BLINDSPOTS FÜR IHR BUSINESS.
 Service Baseline Coach.
 Mehr erfahren.
 Mercedes-Benz
 The standard for luxury.

**Greenwashing im Visier:
 EU zieht die Zügel für Umweltwerbung spürbar an**
 Wer heute im Tourismus mit „grünen“ Versprechen wirbt fährt auf Sicht und zwar durch deutlich enger gewordene Leitplanken. Behörden, Verbraucherverbände und Gerichte legen die Latte für Umweltclaims spürbar höher. Zugleich sortiert die EU ihr Regelwerk neu: Mit der „Empowering Consumers“-Richtlinie (EmpCo) kommen präzise Verbote und Begründungspflichten, während die unangelegentlich genutzte Green Claims Directive auf der Stelle tritt. Ein

Newsletter	Erscheinungstermin	Buchungsschluss
1	08.01.26	05.01.26
2	22.01.26	16.01.26
3	05.02.26	29.01.26
4	19.02.26	13.02.26
5	05.03.26	27.02.26
6	19.03.26	13.03.26
7	02.04.26	27.03.26
8	16.04.26	10.04.26
9	30.04.26	24.04.26
10	13.05.26	07.05.26
11	28.05.26	22.05.26
12	11.06.26	03.06.26

Newsletter	Erscheinungstermin	Buchungsschluss
13	25.06.26	19.06.26
14	09.07.26	03.07.26
15	23.07.26	17.07.26
16	20.08.26	14.08.26
17	03.09.26	28.07.26
18	17.09.26	11.09.26
19	01.10.26	25.09.26
20	15.10.26	09.10.26
21	29.10.26	23.10.26
22	12.11.26	06.11.26
23	26.11.26	20.11.26
24	10.12.26	04.12.26

Der Newsletter für erfolgreiche Reisebusunternehmen und Reisebusunternehmerinnen

Newsletter | Formate und Preise

Anzeigen-Preisliste Nr. 5 | Gültig ab 1. Oktober 2025

Werbeform	Formate in Pixel (B x H)	Preis pro Aussendung
-----------	--------------------------	----------------------

Newsletter-Banner

Platzierung zwischen „Editorial“ und dem ersten Beitrag oder zwischen den einzelnen News im oberen Teils des Newsletters.	Format 1 600 x 300, jpg, max. 70 KB	€ 980,-
	Format 2 600 x 200, jpg, max. 70 KB	€ 795,-

Textanzeige mit Bild

Die Textanzeigen werden aufgebaut wie die Meldungen. Sie sind nur zwischen den einzelnen News möglich. Sie enthalten 1 Bild, 1 Headline (max. 50 Zeichen, inkl. Leerzeichen) und den Teasertext (max. 200 Zeichen, inkl. Leerzeichen) mit Verlinkung auf Ihre Wunsch-URL Bild-Text-Platzierung links oder rechts. Textanzeigen werden vom Verlag gesetzt.	Bild 290 x 150, jpg, max. 70 KB	€ 795,-
--	------------------------------------	---------

Online-Advertorial

Präsentieren Sie Ihr Unternehmen mit einem eigenen Beitrag im redaktionellen Umfeld unserer Website. Das Advertorial wird im Newsletter angeteasert und für 30 Tage auf unserer Website ausgespielt.	1.090,- €
Leistung: Teaser im Newsletter inkl. Verlinkung auf das vollständige Advertorial auf unserer Website.	
Laufzeit: 30 Tage	

Standalone-Newsletter

Belegen Sie unseren Newsletter exklusiv!

- Bieten Sie Ihr neues Produkt an oder bewerben Sie Ihre touristischen Highlights für Gruppen
- **Alleinstellung** im Newsletter, individuell und effizient
- **Verlinkung** Ihrer Inhalte ausschließlich auf Ihre Landingpage
- **Versandtermin** nach Absprache
- **Achtung:** Limitierte Verfügbarkeit von 12 Stand-Alone-Newsletter pro Jahr

Die von Ihnen gelieferten Inhalte werden ausschließlich auf Ihre Landingpage verlinkt. Der Versandtermin erfolgt nach Absprache. Die Anzahl der Standalone-Newsletter wird seitens des Verlags limitiert.	Insgesamt max. 3.000 Zeichen in max. 3 Beiträgen	€ 1.995,-
---	--	-----------

Änderungen in Formaten, Preisen und Empfängerzahl vorbehalten.

Da die Anzahl der Werbeplätze pro Newsletter limitiert ist, empfehlen wir vor der Buchung die Verfügbarkeit des gewünschten Platzes zu erfragen.

Alle Preise in € zuzüglich Mehrwertsteuer.

Es gelten die AGB für Anzeigen: <https://www.kirschbaum.de/service-support/agb-1.html>



Liebe Leserin, lieber Leser,

„Klimafreundlich“, „grün“, „nachhaltig“ – diese Worte klingen gut, sind aber künftig in der Werbung riskant. Mit der neuen EU-Richtlinie „Empowering Consumers“ (EmpCo) rückt das Thema Greenwashing auch für die Busreisebranche in den Fokus. Ab 2026 gelten strengere Anforderungen: Wer mit CO₂-Einsparung oder Klimaneutralität wirbt, muss nachvollziehbare Belege liefern und zwar direkt.

In unserem Leit-Beitrag erläutert Roman Müller-Böhm als ausgewiesener Experte für Tourismus-Politik, wie EU-Recht, nationale Urteile und neue Kontrollmechanismen künftig zusammenspielen – und was das konkret für Reise- und Busunternehmen bedeutet.

Die Botschaft ist klar: Pauschale Versprechen ohne Faktenbasis werden künftig als unlauter gewertet. Für Busunternehmen heißt das: Transparenz ist Pflicht, Glaubwürdigkeit der neue Wettbewerbsfaktor.

Gleichzeitig bewegt sich viel in der Branche – von neuen Buskonzepten über smarte Routenoptimierung bis hin zu alternativen Antrieben. In dieser Ausgabe lesen Sie, wie sich Unternehmen auf die neuen Regeln vorbereiten können, welche Chancen im nachhaltigen Flottenmanagement liegen und welche Praxisbeispiele zeigen, dass Klimaschutz und Wirtschaftlichkeit Hand in Hand gehen können.

Doch nicht nur in der Branche, auch bei uns selbst bewegt sich etwas: Dieser Newsletter für Busunternehmen und Busunternehmerinnen schlägt als **BUSMAGAZIN digital** ein neues Kapitel auf. Wir hoffen, dass er Ihnen weiterhin gefällt – als digitales Medium für alle, die die Reisebusbranche mit Leidenschaft, unternehmerischem Mut und Weitblick weiterentwickeln. Bleiben Sie uns verbunden und begleiten Sie uns auf diesem neuen Weg!

Ihr Peter Strohbach
Verlagsleiter print & digital

Newsletter-Banner



Greenwashing im Visier: EU zieht die Zügel für Umweltwerbung spürbar an

Wer heute im Tourismus mit „grünen“ Versprechen wirbt fährt auf Sicht und zwar durch deutlich enger gewordene Leitplanken. Behörden, Verbraucherverbände und Gerichte legen die Latte für Umweltclaims spürbar höher. Zugleich sortiert die EU ihr Regelwerk neu: Mit der „Empowering Consumers“-Richtlinie (EmpCo) kommen präzise Verbote und Begründungspflichten, während die ursprünglich geplante Green-Claims-Richtlinie politisch auf der Stelle tritt. Für Reiseveranstalter, Airlines, Kreuzfahrten und auch für Busunternehmen heißt das: Pauschale Wohlfühlformeln raus, belastbare Fakten und klare Sprache rein.

Klare Rechtsprechung zeichnet sich ab

Die Linie der Rechtsprechung ist unübersehbar: Das Landgericht Hamburg kassierte 2024 die Ankündigung von TUI Cruises, bis 2050 „Net-Zero“ zu werden: Zu viel Pathos und zu wenig Substanz, befand das Gericht. Ein Zukunftsversprechen ohne belastbaren und erklärten Fahrplan in der Werbung bleibt irreführend. Im März 2025 untersagte das Landgericht Köln einer Airline pauschale CO₂-Kompensationsversprechen. Wer suggeriert, man könne Emissionen mit einem Klick „wegkompensieren“, muss die Mechanik dahinter so transparent machen, dass Verbraucherinnen und Verbraucher die Aussage tragen können, sonst ist es unlauter. Juristische Kommentare heben den Kern hervor: fehlende Transparenz, zu pauschale Aussagen. Dazu passt das Grundsatzurteil des Bundesgerichtshofs vom 27.6.2024: „Klimaneutral“ ist ein mehrdeutiger Begriff und deshalb nur zulässig, wenn die Werbung selbst klarstellt, ob echte Emissionsminderungen vorliegen oder nur Ausgleichsmaßnahmen. Hinweise, versteckt auf einer Website, genügen nicht. Für die Praxis ist das die Messlatte, an der künftig alle Umweltclaims gemessen werden.

Auch außerhalb Deutschlands zieht sich die Schlinge um blumige Versprechen zu. Die britische Werbeaufsicht ASA kassiert seit 2023/24 regelmäßig Airline-Slogans à la „fly more sustainably“ und neuerdings grüne Übertreibungen rund um LNG-Kreuzfahrtschiffe. Wer LNG als „saubersten“ Schiffstreibstoff anpreist, unterschlägt schnell den Methanschlupf und Lebenszyklus-Emissionen.

Weiterlesen

Anzeige

Textanzeige
mit Bild

Freie Fahrt voraus mit Trimble Roadworks 3D

Dank der Trimble® Roadworks 3D-Steuerungsplattform für Asphaltfräse wird mehr in kürzerer Zeit erledigt: Ebenere Oberflächen, zuverlässige Terminreue und nicht zuletzt höhere Wirtschaftlichkeit.

Die Website für erfolgreiche Reisebusunternehmer und Reisebusunternehmerinnen

Website | Portrait

1 Webadresse

www.busmagazin.de

2 Kurzcharakteristik

BUSMAGAZIN digital ist das Branchenportal für Busunternehmer und Gruppenreiseveranstalter. Das Portal behandelt sowohl technische Themen wie die neuesten Fahrzeugtests als auch touristische Inhalte.

3 Zielgruppe

Busunternehmer, Gruppenreiseveranstalter, Busfahrer, Reisebüros und andere Dienstleister der Branche

4 Verlag

Kirschbaum Verlag GmbH
 Postfach 210209, 53157 Bonn
 Telefon: (0228) 95453-0
 E-Mail: info@kirschbaum.de
 www.kirschbaum.de

5 Datenanlieferung

Mindestens 5 Werktage vor Schaltbeginn per E-Mail an b.nuebel-lewalder@kirschbaum.de

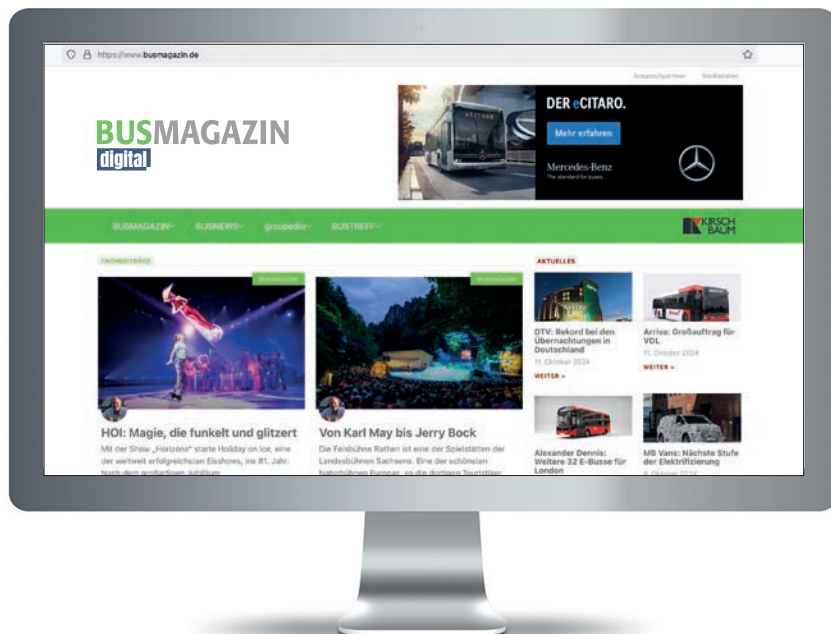
Dateiformate: GIF, JPG, Flash (Shockwave) (max. 75 KB), keine Scripte. Fordern Sie die speziellen technischen Spezifikationen an.

6 Rabatte

3 Monate -5% 6 Monate -10%
 9 Monate -15% 12 Monate -20%

7 Zahlungsbedingungen

Zahlung innerhalb von 21 Tagen nach Rechnungserhalt netto ohne Abzug; bei Bankeinzug bis zum Erscheinungstermin 2 % Skonto
 Bankverbindung: Postbank Köln
 IBAN DE 22 3701 0050 0227 6205 05 BIC PBNKDE33XXX
 USt-Ident-Nr. DE 122272691



Website | Anzeigenpreise

Anzeigen-Preisliste Nr. 4 | Gültig ab 1. Oktober 2025

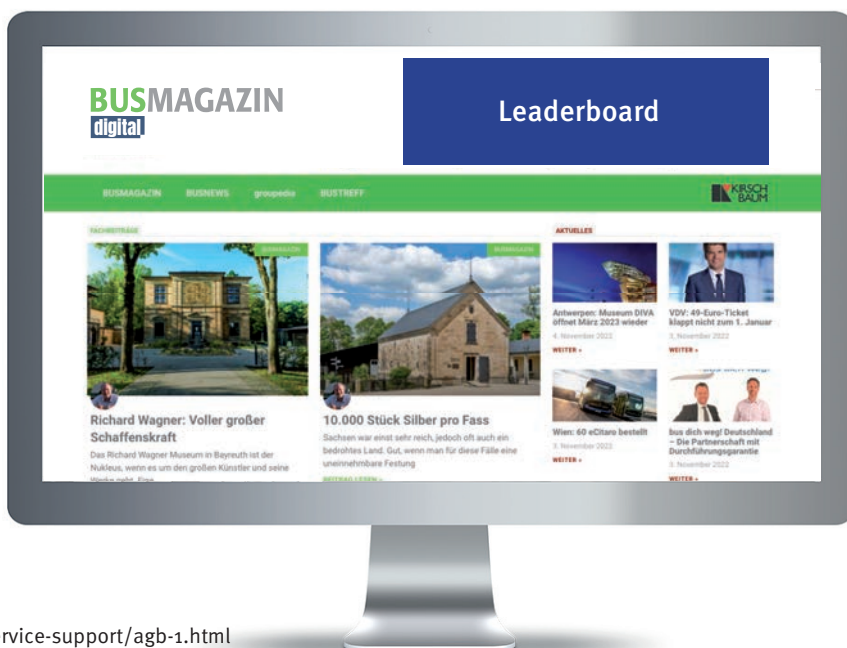
Bannerformate Website

Leaderboard (rotierend)

Format	Preis für 1 Monat:
600 x 200 Pixel	€ 590,-
600 x 300 Pixel	€ 690,-

3er-Rotation, auf allen Seiten

Unique Users/Monat 3.333
 Page Impressions/Monat 8.367*
 *8-Monats-Durchschnitt von
 Januar bis August 2025



Alle Preise in € zuzüglich Mehrwertsteuer.

Es gelten die AGB für Anzeigen: <https://www.kirschbaum.de/service-support/agb-1.html>

Allgemeine Geschäftsbedingungen

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 Vertragsabschluss 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, Auftragsbearbeitungen

- 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 zulasten 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 Platzierungswünsche 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

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 Verwertung 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 einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen.

6. Anzeigenbeleg

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 Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in den aktuellen Mediadaten sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderer 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 Auftrags 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 Werbungsmitler 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 offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

10. Abtretung/Aufrechnung

Die Abtretung der Ansprüche aus dem Anzeigenauftrag bzw. Abschluss bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Verlages. Der Auftraggeber kann gegenüber Ansprüchen des Verlages 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 Verlages 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 50.000 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 Schadenersatzanspruch 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 Verlages ausgeschlossen ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung der Angestellten, Arbeitnehmer, Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen des Verlages.
- 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 Schadenersatzansprüche 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 Verlages 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 Verlages.
- 15.2 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.
- 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 Verlages vereinbart.

Auf die Datenschutzerklärung in jeweils gültiger Form wird hingewiesen

Hinweis: Als Online-Unternehmen sind wir verpflichtet, Sie als Verbraucher auf die Plattform zur Online-Streitbeilegung (OS-Plattform) der Europäischen Kommission hinzuweisen. Diese OS-Plattform ist über folgenden Link erreichbar: <https://webgate.ec.europa.eu/odr>. Wir nehmen an einem Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle allerdings nicht teil, da wir der festen Überzeugung sind, angesichts einer extrem kleinen Reklamationszahl unsere Kunden im bilateralen Kontakt besser zufriedenstellen zu können.