



Preisänderungen bleiben vorbehalten.  
Es gilt die am Erscheinungstag gültige Preisliste.

## Inhalt

Allgemeine Angaben	1
Technische Daten	2
Preise und Termine	3
Formatübersicht	4
Beilagen und Beihefter	5
Transfer und Dateiformate	6
Geschäftsbedingungen	7



Bio ist nicht gleich Bio. Aber wodurch unterscheiden sich Bioprodukte untereinander? Warum sind Lebensmittel mit dem Bioland-Siegel qualitativ besser als solche, die nur ökologische Mindeststandards erfüllen? Und: Wer sind die Menschen, die hinter den Kulissen für diese Premiumqualität sorgen? Dies und vieles mehr vermittelt mensch,bio dem Leser hautnah, modern und unterhaltsam. Weitere Themen aus den Bereichen Umwelt, Naturschutz und Gesundheit sowie eine Kinderseite runden den Inhalt zielgruppengerecht ab. Das Kundenmagazin von Bioland, Verband für organisch-biologischen Landbau e.V., wendet sich damit an alle ökologisch interessierten Verbraucher. Es erscheint sechsmal im Jahr mit einer Startauflage von 50.000 Exemplaren. Verteilt wird das 28-seitige Magazin bundesweit an Endkunden von Bioland-Hofläden, -Lieferdiensten, -Bäckereien und -Metzgereien sowie an über 16.000 Arztpraxen in Deutschland, über die gesundheitsbewusste Menschen angesprochen werden.

## mensch, bio\_sortiment

... informiert

über Produktgruppen und Qualitätsvorteile

## mensch, bio\_reportage

... gibt einen lebendigen Einblick ins Bioland



## mensch, bio\_„freie Rubrik“

... greift aktuelle Themen aus den Bereichen Ernährung, Gesundheit und Umwelt auf

## Verlag und Anzeigenverkauf

### Herausgeber

Bioland e. V.  
Kaiserstraße 18  
55116 Mainz

### Redaktion

wdv Gesellschaft für Medien &  
Kommunikation mbH & Co. KG  
Barbara Döring  
Tel. 06172 670-586  
E-Mail: menscbio@wdv.de  
Ansprechpartner bei bioland  
Annegret Grafen-Engert  
Tel. 06131 14086-93  
E-Mail: Redaktion@bioland.de

### Anzeigenverwaltung

**Zweiplus Medienagentur**  
**Petra Wedel e.K.**  
**Pallaswiesenstraße 109**  
**64293 Darmstadt**  
**Tel. 06151 8127-0**  
**Fax 06151 893098**  
**ISDN 06151 8127-127**  
**E-Mail: anzeigen@zweiplus.de**

### Anzeigenleitung

**Petra Wedel**  
Tel. 06151 8127-100  
E-Mail: wedel@zweiplus.de

### Anzeigenverkaufsteam

**Nicole Deege**  
Tel. 06151 8127-101  
E-Mail: deege@zweiplus.de

### Monika Dries

Tel. 06151 8127-105  
E-Mail: dries@zweiplus.de

### Auftragssachbearbeitung

**Doreen Raabe**  
Tel. 06151 8127-203  
E-Mail: raabe@zweiplus.de

## Auflage und Erscheinung

### Druckauflage

50.000 Exemplare

### Distribution

Mehrfachversand an Bioland Hofläden,  
Lieferdiensten, Bäckereien, Metzgereien  
und ca. 16.000 Arztpraxen.

### Erscheinungsort

Mainz; 2. Jahrgang

### Erscheinungsweise

6 x im Jahr jeweils zu Monatsbeginn

### Verbreitungsgebiet

Deutschland

### Heftformat

210 mm x 280 mm

### Satzspiegel

177 mm x 242 mm

### Beschnittzugabe

Außenseiten je 4 mm

### Druckunterlagen

Digitale Daten

### Druckverfahren

Rollenoffset, Rückendrahtheftung

### Papier

70g/qm

### Rasterweite

Rasterweite 70er Raster

### Rasterpunktform

Runder Punkt

### Anfangston

Der erste druckende Ton liegt bei ca. 3%.

### Endton

Der zuletzt druckende Ton liegt bei max. 96%.

### Papierfärbung

Aufgrund der Papierfärbung, mit 67er Weiße, von 5 % Grundtönung sollten Spitzlichter punktfrei gehalten werden, damit die Bilder nicht verflachen; laut Herstellerangabe entspricht die Grundfärbung 12 % Yellow, 8 % Cyan und 6 % Magenta.

### Kontrast

Es ist auf eine kontrastreiche Wiedergabe zu achten. Die Tonwertbereiche Mittelton zu 3/4 Ton und Tiefe sollten Kontrast aufweisen, denn durch die Papiereigenschaften verflachen diese Bereiche. Deshalb sollten die Mitteltonbereiche etwas offener gehalten werden.

### Lithoaufbau

Die Reproduktion sollte mit einem Unbuntanteil (max. 30 %) und einer guten Schwarzdurchzeichnung aufgebaut sein.

### Tonwertzuwachs

Kontrollfeld	40%	80%	Volltondichte
Cyan	22%	16%	1,10
Magenta	22%	16%	1,10
Yellow	22%	16%	0,95
Schwarz	22%	16%	1,35

### Druckreihenfolge

Magenta, Cyan, Yellow, Schwarz

### Plattenkopie

CTP

### Flächendeckung

Max. 230%–280%

### Proofs oder Kontrollausdrucke

Um Fehler zu vermeiden ist es bei der Übermittlung der digitalen Daten unbedingt erforderlich, dass folgende Unterlagen zur Kontrolle vorliegen:

- s/w: Ausdruck
- farbig: Einen mit den digitalen Daten identischen, farbverbindlichen Proof oder Farbausdruck iso web coated.

### Hinweis

Aufgrund der Herstellungsweise des Papierses können leichte Farbabweichungen entstehen, die aber keinen Grund für eine Reklamation darstellen.

**Ohne entsprechenden Ausdruck oder Farbproof kann keine Gewähr für die Vollständigkeit der belichteten Daten und des Druckergebnisses übernommen werden.**

## Druckauflage – 50.000 Exemplare

### Anzeigen im Textteil

Größe in Seitenteilen	Formate im Satzspiegel (in mm)		Formate im Anschnitt (in mm)		Preise in €
	Breite	Höhe	Breite	Höhe	s/w & 4-farbig
1/1	177	242	210	280	3.600,-
1/2 hoch	86	242	102	280	1.940,-
1/2 quer	177	118	210	135	1.940,-
1/3 hoch	55	242	72	280	1.290,-
1/3 quer	177	78	210	95	1.290,-
1/4 eck	86	118	–	–	1.050,-
1/3 quer	177	78	210	95	1.290,-
1/8 eck	86	58	–	–	560,-
1/16 hoch	42	58	–	–	240,-

### Erscheinungstermine 2009

Ausgabe	Anzeigen- schluss	Erscheinungs- termin
1/2009	18.11.2008	02.01.2009
2/2009	21.01.2009	02.03.2009
3/2009	20.03.2009	04.05.2009
4/2009	19.05.2009	01.07.2009
5/2009	23.07.2009	01.09.2009
6/2009	23.09.2009	02.11.2009

Malstaffel ■ 2 Anzeigen = 5% ■ 4 Anzeigen = 10% ■ 6 Anzeigen = 15%

### Anlieferung der Druckvorlagen

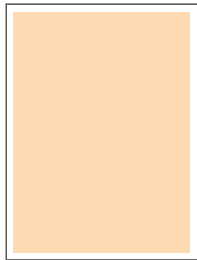
3 Werktage nach Anzeigenschlusstermin

Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Preisänderungen bleiben vorbehalten.

Es gilt die am Erscheinungstag gültige Preisliste.

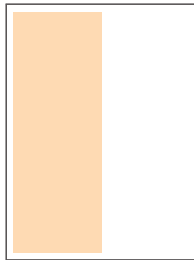
## 4 Formatübersicht



**1/1 Seite**

**1** 177 x 242

**2** 210 x 280



**1/2 Seite hoch**

**1** 86 x 242

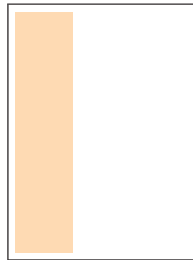
**2** 102 x 280



**1/2 Seite quer**

**1** 177 x 118

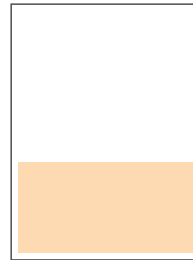
**2** 210 x 135



**1/3 Seite hoch**

**1** 55 x 242

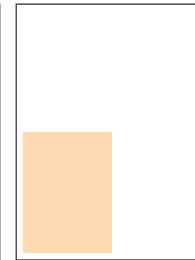
**2** 72 x 280



**1/3 Seite quer**

**1** 177 x 78

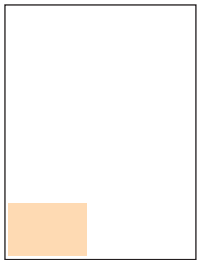
**2** 210 x 95



**1/4 Seite eck**

**1** 86 x 118

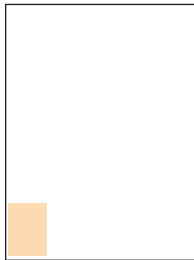
**2** - -



**1/8 Seite eck**

**1** 86 x 58

**2** - -



**1/16 Seite hoch**

**1** 42 x 58

**2** - -

**Formatgrößen:**

(in mm,  
Breite x Höhe)

**1** Satzspiegel

**2** Anschnittformat

## Beilagen



Beilagen sind der Zeitschrift lose beigefügte Drucksachen. Diese werden verarbeitungsfertig vom Auftraggeber zur Verfügung gestellt.

### Preise für Beilagen

100,00 € je angefangene 1.000 Exemplare bis 25 g Einzelgewicht (inkl. Post und Gewichtsgebühren)

Höheres Gewicht auf Anfrage.

### Mindestpapiergewicht

100 g/qm (Einzelblatt),  
80 g/qm (ab 4 Seiten).

### Mindestformat

105 mm x 210 mm

### Höchstformat

200 mm x 270 mm

### Teilbelegungen

Mindestauflage: 25.000 Exemplare.

### Muster

Bei Auftragserteilung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters (5-fach) erforderlich.

## Termine

Auftragsschluss wie bei Anzeigen  
Kürzere Termine auf Anfrage möglich

## Anlieferung

Auf Euro-Paletten frühestens 15, spätestens 10 Arbeitstage vor Erscheinungstermin an die in der Auftragsbestätigung angegebene Lieferadresse. Für weitere Informationen fordern Sie bitte unser Formular „Beilagenhinweise“ an.

## Beihefter



Beihefter sind dem Heft beigefügte Drucksachen. Diese werden verarbeitungsfertig vom Auftraggeber zur Verfügung gestellt.

### Preise für Beihefter in der Heftmitte

Preis auf Anfrage

Umfangreichere Beihefter auf Anfrage.

## Ad-Specials

Postkarten-Beihefter sind durch Heftung fest mit der Zeitschrift verbunden und können mit Hilfe der Perforation leicht herausgelöst werden.

### Preise für beigeheftete Postkarten

Preis auf Anfrage

### Tip-On-Postkarte

Preis auf Anfrage  
Voraussetzung: Träger ist eine Basisanzeige 1/1 Seite.

### Format je Postkarte

Hochformat: 90 mm x 140 mm  
Querformat: 140 mm x 90 mm

**Beikleber und Warenproben**  
auf Anfrage

### Portomehrkosten für Beilagen, Beikleber und Postkarten

Zusätzlich berechnet werden die zum Zeitpunkt des Erscheinens geltenden Portomehrkosten. Diese sind nicht rabattierbar. Die Portomehrkosten für die Abonnentaufgabe werden vorab in Rechnung gestellt.

**Anlieferung von Beilagen und Beiheftern erfolgt 10 Werktage vor Erscheinungstermin.**

### Datenlieferung

Sie haben ein neues Motiv oder wollen noch ganz schnell eine Anzeige platzieren? Die Anzeigenverwaltung bietet Ihnen verschiedene Möglichkeiten der Datenlieferung.

#### Datenversand per Leonardo-ISDN

Sie übersenden uns die Daten Ihrer Anzeige per ISDN.

Für den Datenversand per ISDN benötigen Sie folgende Hard- bzw. Software:

- Macintosh mit Leonardo-Karte
- Leonardo Pro

Die Übertragung der Daten erfolgt **unter der Nummer 06151 8127-127**. Jetzt brauchen wir nur noch Ihren Farbproof oder einen Ausdruck Ihrer Anzeige per Post an unsere Produktionsabteilung.

Ordnerbenennung: Titel\_Ausgabe\_Kunde (z.B. bio\_02\_Musterkunde)

#### Datenversand per E-Mail

Senden Sie uns Ihre Druckunterlagen bis **5 MB** per E-Mail an [produktion@zweiplus.de](mailto:produktion@zweiplus.de).

#### Datenversand per Datenträger

Speichern Sie Ihre Druckunterlagen auf CD-Rom, Diskette oder ZIP und schicken Sie uns diese per Post.

Wir behalten uns vor, nötige Datenkonvertierungsarbeiten zum Selbstkostenpreis in Rechnung zu stellen.

### Um Fehler zu vermeiden, beachten Sie bitte folgende Hinweise:

#### Bitte senden Sie uns:

- Originaldateien in Originalgröße
- Druckfertige PDF/X-3-Dateien mit eingebetteten Schriften. Farb-/Graustufen-Bilder in 300 dpi, Bitmap-Bilder in 1.000 dpi
- Offene Dateien (Quark, InDesign) mit verwendeten Schriften, wenn diese nicht als Outline oder Kurven umgewandelt wurden
- Platzierte EPS-, Tiff- und andere Dateien (ebenfalls mit den enthaltenen Schriften)

Falls die Daten komprimiert wurden, das Programm zum Dekomprimieren mit-senden oder auf Selbst-Dekomprimierung einstellen.

#### Aus- bzw. Andrucke

Bei der Übermittlung der digitalen Daten per E-Mail, Datenträger oder ISDN ist es für eine Überprüfung unbedingt erforderlich, dass uns folgende Unterlagen zur Kontrolle vorliegen:

- bei s/w-Anzeigen: Ausdruck
- bei Farbanzeigen: Farbproof oder Farbausdruck

Ohne entsprechenden Ausdruck, Farbproof oder Farbausdruck kann keine Gewähr für die Vollständigkeit der gedruckten Daten und des Druckergebnisses übernommen werden.

## Für Anzeigen und Fremdbeiträge in Zeitungen und Zeitschriften

1. Anzeigenauftrag im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Interessenten in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bei bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt,

ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf. Textteilanzeigen sind Anzeigen, die maximal mit zwei Anzeigenseiten an den Text angrenzen! Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

6. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
7. Für die rechtzeitige Lieferung geeigneter, einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
8. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde.

Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind auch bei telefonischer Auftragserteilung ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schaden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen, die nicht leitende Angestellte sind; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt.

Reklamationen müssen, außer bei nichtoffensichtlichen Mängeln, innerhalb vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

9. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und nur für Textteilanzeigen geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.

10. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, nächstrealisierbare Anzeigengröße der Berechnung zugrunde gelegt.

Preisänderungen bleiben vorbehalten. Es gilt die am Erscheinungstag gültige Preisliste.

11. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt.

Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

12. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen 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 offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

13. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Auftrages 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.

14. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstücke, Matrern und Zeichnungen sowie vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

15. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit

der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres, die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage, oder wenn eine Auflage nicht genannt ist, die durchschnittlich verkaufte Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exempl. 20 v.-H., bei einer Auflage bis zu 100.000 Exempl. 15 v.-H., bei einer Auflage bis zu 500.000 Exempl. 10 v. H., bei einer Auflage über 500.000 Exempl. 5 v.-H. beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

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

17. Erfüllungsort ist Darmstadt. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen der Gerichtsstand Darmstadt. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nichtkaufleuten, zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand Darmstadt vereinbart.

#### **Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages**

a) Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbung Treibenden an die Preisliste des

Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

b) Die allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beihefter oder technische Sonderausführungen. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.

c) Bei Neuaufnahme einer Geschäftsverbindung behält sich der Verlag vor, Vorauszahlung zum Anzeigenschlussstermin zu verlangen.

d) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Vertrag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden.

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

# Das Plus für Sie:

mensch,bio plädiert für mehr Ganzheitlichkeit  
und stellt eine Transparenz der Marke Bioland für  
Endverbraucher her. Denn Bio ist nicht gleich Bio.



---

Kommunikation & Marketing für Verbände und Organisationen

**2+**  
MEDIENAGENTUR