MEDIADATEN 2018

NAVIGATION

- → Über den FESTIVALPLANER
- → Blick ins Heft
- → Termine. Formate & Tarife
- → Kenndaten
- → Vertrieb
- → Verbreitung
- → Leseranalyse 1: Alter & Geschlecht
- → Leseranalyse 2: Bildung, Beruf & Einkommen
- → FESTIVALPLANER Digital
- → FESTIVALPLANER Out of Home / INFOSCREEN
- → FESTIVALPLANER Out of Home / BURGER KING
- → Technische Angaben
- → Kontakt
- → Allgemeine Geschäftsbedingungen



ÜBER DEN FESTIVALPLANER

Seit 1999 ist der FESTIVALPLANER für unsere Leser der heiß begehrte Wegweiser und Begleiter durch die Festivalsaison, der im praktisch portablen Taschen-Format die wichtigsten Infos auf den Punkt kommuniziert. Dieser konsequent gelebte Servicegedanke, der sich vom Magazin-Format bis zur redaktionellen Auswahl der Inhalte durchzieht, hat uns 2017 zu der Entscheidung geführt, dass die Zeit reif für zwei Editionen war. Denn der Festivalmarkt boomt weiter, sodass die Festivalsaison deutlich früher im Jahr beginnt und sich mittlerweile bis in den späten Herbst zieht. Mit zwei Editionen gewähren wir im Sinne des Lesers die bestmögliche Übersicht und das thematisch breitestmögliche Themenspektrum zwischen Rock am Ring und Parookaville.

Für unsere Kooperationspartner bedeutet dies einen entscheidenden Vorteil: sie profitieren weiterhin nicht nur davon, dass der FESTIVALPLANER der auflagen- und reichweitenstärkste Titel im Lifestyle-/Musik-Segment (per IVW nachvollziehbar) ist, sondern wir noch flexibler in Hinblick auf Kampagnenzeiträume und eine nachhaltige Markenkommunikation agieren können.

Dabei stehen uns weiterhin neben Print die Kanäle Digital, Social Media und Out Of Home zur Verfügung, sodass wir Ihnen 360-Grad-Lösungen aus einer Hand anbieten, die wir passgenau auf ihre Bedürfnisse zuschneiden.







BLICK INS HEFT

Wer Fragen zur Festivalsaison stellt, bekommt bei uns verbindliche Antworten. Unsere Redaktion klärt das Wo, Wer und Wie und weiß darüber hinaus, was wirklich relevant ist im Festivalsommer. Zahlreiche Tipps & Tricks runden den Servicegedanken des FESTIVALPLANER ab.

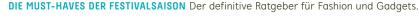




FESTIVALS IN DER ÜBERSICHT Die wichtigsten Infos zu allen wichtigen Festivals auf den Punkt gebracht.



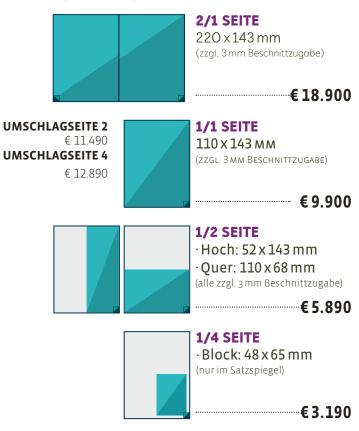








FORMATE & TARIFE



ZAHLUNGSBEDINGUNGEN, RABATTE:



KENNDATEN

Titel des Objekts: Festivalplaner (Gründung: Mai 1999, 19. Jahrgang)

Zielgruppe: konsumfreudige, markenaffine junge Erwachsene

zwischen 18 und 29 Jahren

(Durchschnittsalter 24 Jahre)

Druckauflage*: 571.500 Exemplare gesamt

(285.750 Exemplare pro Edition)

Verbreitung*: 566.446 Exemplare gesamt

(283.223 Exemplare pro Edition)

Leser pro Exemplar: 3,2 gemäß Leseranalyse 2017,

rund 1.8 Millionen mögliche Kontakte

Vertrieb: über 7.800 Auslagestellen, davon

5.262 Auslagestellen in der IVW ausgewiesen

Erscheinungsweise:..... 2x pro Jahr, Anfang April und Anfang Juni

Einzelverkaufspreis: kostenlos

Druckauflage 2018: 500.000 Exemplare gesamt

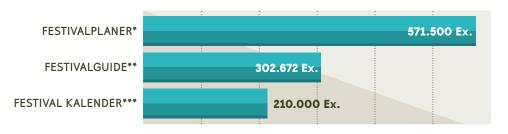
(250.000 Exemplare pro Edition)



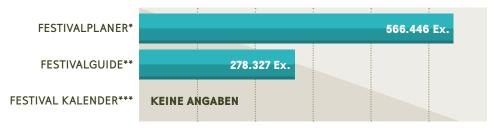
KONKURRENZVERGLEICH IM SEGMENT DER FESTIVALMAGAZINE

(ALLE ANGABEN VGL. IVW 2/2017 SOFERN MÖGLICH)

DRUCKAUFLAGE



VERBREITUNG



AUSLAGESTELLEN



* Angaben Gesamtauflage ** seit 30.09.2017 nicht mehr IVW-gemeldet

*** Verlagsangaben Axel Springer 2016 / nur als Beilage der Magazine Musikexpress, Rolling Stone, Metal Hammer erhältlich.





VERTRIEB

Der Marktführer im Bereich Auflage und Reichweite zu sein, reicht uns nicht: Uns ist mindestens genauso wichtig, dass der FESTIVALPLANER die richtige Zielgruppe erreicht. Dafür bearbeiten und optimieren wir unsere Vertriebsstruktur fortlaufend. Unsere Philosophie ist es, dass der FESTIVALPLANER "mittendrin statt nur daheim" anzutreffen ist – daher haben wir unseren Vertrieb auf folgenden zwei Säulen aufgebaut.

DER KULTURVERTEILER SORGT FÜR REICHWEITE

Der Kulturverteiler umfasst eine Menge von rund 65 Prozent der Gesamtauflage und speist sich aus zwei Vertriebskanälen: Unser Vertriebspartner
United Ambient Media bietet das dichteste und hochwertigste AmbientMedia-Netzwerk Deutschlands und zeichnet somit für die bestmögliche
Platzierung in hochfrequentierten Kulturumfeldern verantwortlich – 2017
wurden hierüber 320.000 Exemplare verbreitet. Zusätzlich wird die
vertriebliche Reichweite über weitere Platzierungen in der Gastronomie,
an Hochschulen und Universitäten, in Ticket-Vorverkaufsstellen und über
eine Vielzahl von zielgruppenaffinen Szene-Mailordern sichergestellt.
Nicht zuletzt finden wir mit dem FESTIVALPLANER dort statt, wo es passiert:
Der FESTIVALPLANER wird bei circa 10 Festivals pro Jahr proaktiv direkt ins
Zielpublikum handverteilt.

EXKLUSIVE VERTRIEBSKOOPERATIONEN SORGEN FÜR PREMIUM-PLATZIERUNGEN

Um neue Zielgruppen zu erschließen, denken wir den Vertrieb abseits klassischer Umfelder Jahr für Jahr neu – durch handverlesene Outlets und namhafte Vertriebspartner bieten wir unseren Kunden und Partnern attraktive Platzierungen. Unseren Vertriebspartnern erschließen wir im Gegenzug eine konsumfreudige Zielgruppe für Ihre Outlets.

AUSWAHL BISHERIGER VERTRIEBSPARTNER







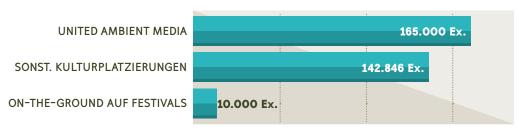
PLATZIERUNG / VERTRIEBSSTRUKTUR

Der Vertrieb eines Magazins steht und fällt mir seiner Darbietung. Weil der FESTIVALPLANER seit seiner Gründung im praktischportablen A6-Format erscheint, war es uns wichtig, einen großen Teil der Auflage besonders gut sichtbar in Szene zu setzen und dadurch für einen reibungslosen Mitnahmeeffekt zu sorgen. Daher werden rund 60% jeder FESTIVALPLANER-Auflage in eigens produzierten Thekendispenser vertrieben, die unsere Partner im besten Sichtfeld positionieren.



KULTURVERTEILER

GESAMT 317.846 EXEMPLARE



VERTRIEBSKOOPERATIONEN

GESAMT 248.600 EXEMPLARE



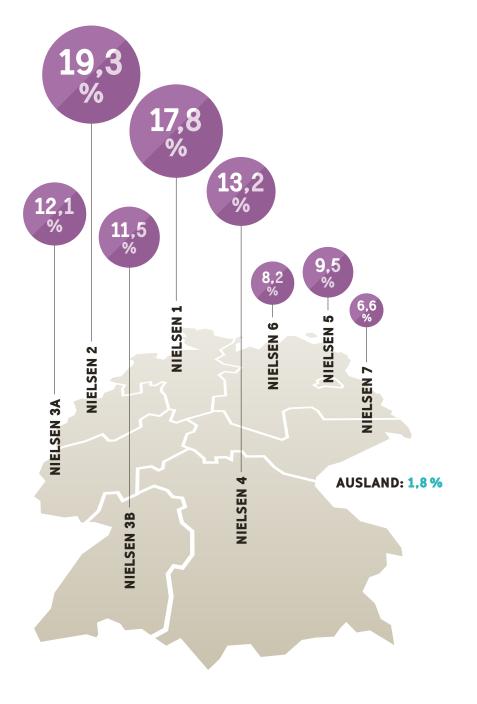








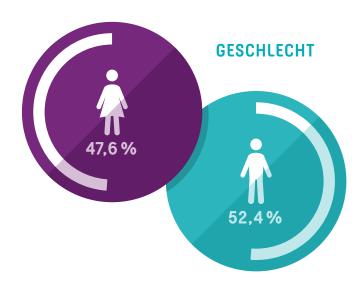






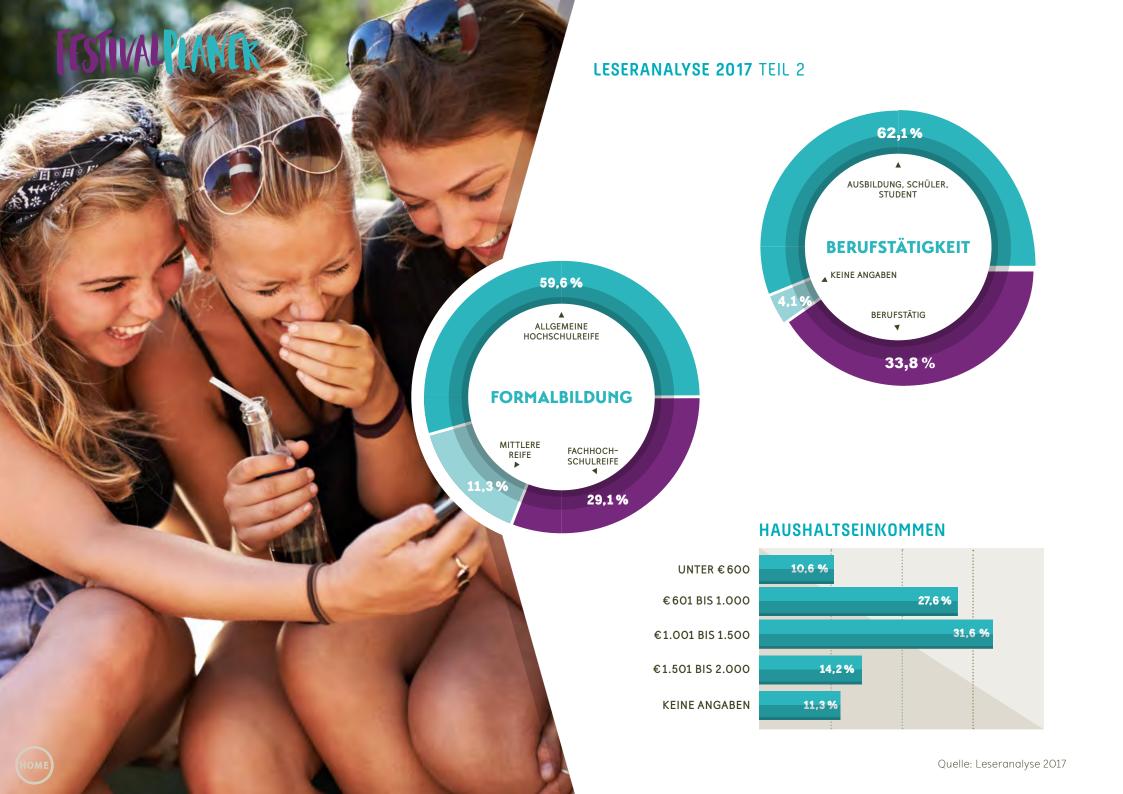
LESERANALYSE 2017

Mit knapp 70 Prozent positioniert sich unsere Leserschaft in der attraktiven Zielgruppe der 18- bis 29-Jährigen, die offen für eine gezielte Markenkommunikation ist und sich mit dem Thema Festivals rund drei Monate im Jahr beschäftigen. Dieses Interesse betrifft auch die Marketing-/Promotionmaßnahmen von Festivalsponsoren und Marken, die sich im Festivalkontext positionieren.

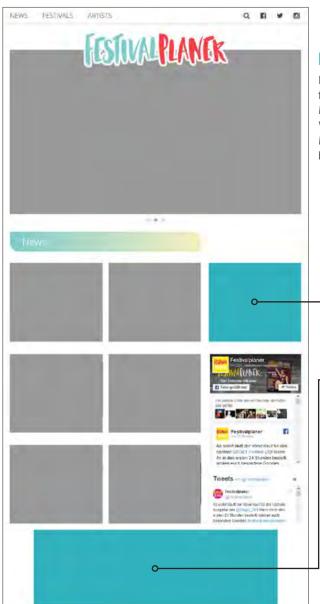


ALTER





FESTIVALPLANER DIGITAL / WERBEFORMEN



DISPLAY-ADS

Festivalplaner.de bietet Platzierungsmöglichkeit für die Standard-Bannerformate Medium Rectangle und Billboard.
Weitere Banner-, Mobile- sowie Multiscreen-Formate sind möglich, bitte kontaktieren Sie uns.

Medium Rectangle

300x250 max. 60kb GIF, PNG, JPEG, HTML5

Billboard

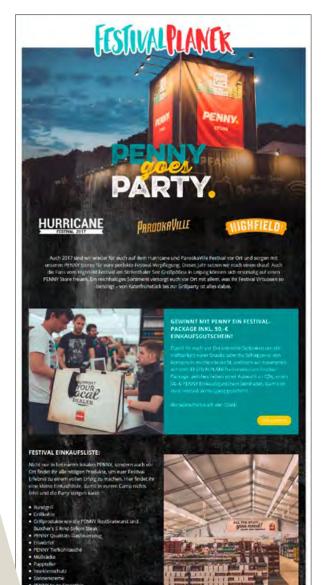
770x250 max. 120kb GIF, PNG, JPEG, HTML5

Billboard (770x250 Pixel)......€120/TKP
Medium Rectangle (300 x 250 Pixel)....€50/TKP
weiter Formateauf Anfrage

Werbemittel-Anlieferung per Mail oder WeTransfer an: banner@visions.de

MICROSITE

Ihre Kampagne hat mehr zu sagen? Dann kontaktieren Sie uns für Ihre individuell gestaltete Microsite auf festivalplaner.de inkl. eigener Subdomain und einer Laufzeit beginnend ab einem Monat – gerne auch als Crossmedia-Paket in Kombination mit einer Print-Platzierung.





FESTIVALPLANER OUT OF HOME / INFOSCREEN

Der FESTIVALPLANER ist seit Oktober 2014 Content-Partner der Münchener INFOSCREEN GmbH und verlängert über diesen Out-Of-Home-Kanal seine Inhalte in das bundesweite Out-Of-Home-Netzwerk mit redaktionellen Formaten wie "FESTIVALPLANER präsentiert… die Verlosung der Woche".

KENNDATEN

- + 500 Videoflächen in 19 Städten (Berlin, Bielefeld, Bochum, Bonn, Bremen, Dortmund, Dresden, Düsseldorf, Essen, Frankfurt, Gelsenkirchen, Halle, Hamburg, Hannover, Köln, Leipzig, München, Nürnberg, Stuttgart)
- + Wochentage: Montag Samstag
- + Zeitschiene: 21:00 24:00 Uhr, 6 Wiederholungen pro Stunde
- + Ausstrahlungen: 54.000 Wiederholungen insgesamt
- + Kontakte: 617.364 (E14+)*

TECHNISCHE DATEN

- + Aufösung: 1024 × 768 Pixel Pixel (4:3, kein Ton möglich)
- + Format: AVI, MOV, MPEG4 (H.264) / JPG

*WERTE GEMÄSS GFK MEDIEN- UND MARKTFORSCHUNG GMBH QUELLE: INFOSCREEN GMBH





FESTIVALPLANER OUT OF HOME / BURGER KING

Der FESTIVALPLANER ist seit November 2017 Content-Partner der Münchener 7SCREEN GmbH und verlängert über diesen Out-Of-Home-Kanal seine Inhalte in das bundesweite Out-Of-Home-Netzwerk mit redaktionellen Formaten wie "FESTIVALPLANER präsentiert... Die Verlosung der Woche".

Die Kernzielgruppe besteht hierbei aus Jugendlichen und jungen Erwachsenen zwischen 14 und 29 Jahren.

KENNDATEN

+ 1.092 Videoflächen in 329 Städten, insgesamt 482 Standorte

+ Wochentage: Montag - Sonntag

+ Zeitschiene: 21:00 – 24:00 Uhr, 6 Wiederholungen pro Stunde

+ Cliplänge: zwischen 10 und 20 Sekunden möglich

+ Ausstrahlungen: 140.742 Wiederholungen insgesamt

+ Kontakte: 937.000 (E14+)*

TECHNISCHE DATEN

+ Aufösung: 1920 x 1080 Pixel (FullHD, 16:9, Ton möglich)

+ Format: MPEG4 (H.264)/JPG

*WERTE GEMÄSS PUBLICSCREENS STUDIE 2016 (GFK-ENIGMA/DMI)
OUELLE: 7SCREEN GMBH





TECHNISCHE ANGABEN

Buchformat: $110 \times 143 \text{mm}$

Beschnittzugabe: 3mm zu allen Seiten (Anzeigenformate siehe Seite 4)

Verarbeitung: Hot-Melt-Klebebindung

Druckverfahren: Rollenoffset

Farbdruck: Euro-Skala nach DIN 16 539

Druckfolge: schwarz/cyan/magenta/gelb

Raster: bis 60 Linien/cm (152 lines/inch)

Papier Innenteil: 70g LWC mattgestrichen

Papier Umschlag: 200g Karton Bilderdruck mattgestrichen

LIEFERANSCHRIFT

VISIONS Verlag GmbH

Anzeigenabteilung Festivalplaner Heiliger Weg 1 44135 Dortmund

DATENVERSAND

Bitte per Mail (max. 3MB) oder per Download-Link (WeTransfer, etc.) an die Adresse: anzeigen@festivalplaner.de





KONTAKT

LEITUNG MARKETING & SALES MARKENKUNDEN, FILM, GAMES

Nils Klein

(0231) 55 71 31 - 21 klein@visions.de

FESTIVAL-, TOURNEE-UND KONZERTVERANSTALTER

Franziska Struck

(0231) 55 71 31 - 41 struck@visions.de

TONTRÄGER

Daniel Bunk

(0231) 55 71 31 - 29 bunki@visions.de

TONTRÄGER

Kim Schönauer

(0231) 55 71 31 - 38 schoenauer@visions.de

MARKENKUNDEN

Hannah Heubel

(0231) 55 71 31 - 10 heubel@visions.de

VERLAGSANSCHRIFT

VISIONS Verlag GmbH

Heiliger Weg 1 44135 Dortmund

BANKVERBINDUNG

VISIONS Verlag GmbH Volksbank Hamm eG

Konto 610 666 600 BLZ 410 601 20 Steuer-Nr.: 314 / 5711 / 1592 USt.-IdNr.: DE814827619 Gerichtsstand Dortmund, Handelsregister Nr HRB 15152

GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Für die Abwicklung von Anzeigenaufträgen gelten die "Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften" und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlags, siehe Seite 13.

FESTIVALPLANER ist Mitglied der IVW

(Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.)



© VISIONS Verlag GmbH 2017







ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

- 1. "Anzeigenauftrag" im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbung Treibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung. Alle Preisangaben verstehen sich zzgl. qültiger Mehrwertsteuer.
- 2. Die Rabattierung von geschalteten Anzeigen richtet sich nach und verändert sich mit dem jeweils aktuellen Anzeigenaufkommen des Auftraggebers. Die Rabattierung von Anzeigen erhöht sich schrittweise mit dem geschalteten Anzeigenvolumen des Auftraggebers (Staffelung laut Liste) innerhalb eines Geschäftsjahres.
- 3. Eine nachträgliche Rabattierung und Rückvergütung von im Anfang eines Geschäftsjahres gebuchten Anzeigen um die mögliche Differenz der Firmen-Rabattierungen zu Beendigung eines Geschäftsjahres ist möglich.
- 4. Wird ein Anzeigenauftrag 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 in den Risikobereich des Verlages fällt.
- 5. Die Aufnahme von Anzeigen und Fremdbeilagen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift erfolgt dann, wenn der Auftraggeber erklärt hat, dass die Anzeige oder Fremdbeilage in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift erscheinen soll und dies vom Verlag ausdrücklich bestätigt worden ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrikabgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
- 6. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort "Anzeige" deutlich kenntlich gemacht.
- 7. 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 der Verlag aufgrund pflichtgemäßen Ermessens einen Verstoß der betreffenden Anzeige gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten feststellt oder die Veröffentlichung erkennbar für den Verlag unzumutbar ist. Beilagenaufträge werden nicht durchgeführt, wenn die Beilagen durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwekken oder Fremdanzeigen enthalten. Darüber hinaus kann der Verlag Beilagenaufträge aus technischen und vertrieblichen Gründen bis zur Vorlage eines Musters der Beilage und ihrer Billigung ablehnen. Die Ablehnung des Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Für die inhaltliche Gestaltung der Anzeige übernimmt der Verlag keine Haftung. Der Auftraggeber haftet dafür, dass sein Auftrag Schutzrechte Dritter verletzt und stellt insofern den Verlag von allen Ansprüchen aus der Benutzung solcher Schutzrechte frei.
- 8. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Auftraggeber trägt die Gefahr für den rechtzeitigen Zugang der entsprechenden Ersatzunterlagen. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
- 9. 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 Nachfrist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Rücktrittsrecht. Der Verlag haftet nicht für einfache Fahrlässigkeit. Dieser Haftungsausschluss gilt nicht im Fall des Fehlens zugesicherter Eigenschaft. Der Verlag haftet nur bei Verzug oder Unzulänglichkeit für vorhersehbare Schäden, jedoch nur bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts. Schadenersatzansprüche aus Delikt sind ausgeschlossen, es sei denn der Schaden wurde vorsätzlich oder durch grobe Fahrlässigkeit verursacht, dies gilt auch bei Handlungen unserer Verrichtungs- und Erfüllungsgehilfen. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag nicht für grobe Fahrlässigkeit von Verrichtungs- und Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten für grobe Fahrlässigkeit ein Ersatz auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Im Übrigen gilt §377 HGB, darüber hinaus müssen Reklamationen außer bei nicht offensichtlichen Mängeln innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

- 10. Bei Vorliegen von Tatbeständen, die als höhere Gewalt gelten wie z. B. Streik, Aussperrung, Betriebsstörungen o.Ä. und die dem Verlag die Vertragserfüllung unmöglich oder unzumutbar machen, befreien diese den Verlag für die Dauer ihres Vorliegens von der Pflicht zur termingerechten Veröffentlichung der Anzeige. Der Auftraggeber wird hierüber unverzüglich benachrichtigt und die gegenseitigen Vertragsverpflichtungen sind den veränderten Verhältnissen nach Treu und Glauben entsprechend anzupassen.
- 11. Probeabzüge von im Verlag gestalteten Anzeigen werden nur auf ausdrücklichen Wunsch 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 Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
- 12. 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 Zahlungen werden nach Preisliste gewährt.
- 13. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie 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 offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
- 14. Scheckhergabe gilt erst nach Einlösung als Zahlung. Ist der Auftraggeber Kaufmann, so ist die Zurückhaltung von Zahlungen wegen irgendwelcher nicht vom Verlag anerkannten Gegenansprüche des Auftraggebers nicht statthaft, ebenso wenig die Aufrechnung mit solchen.
- 15. Tritt der Auftraggeber unberechtigt von einem erteilten Auftrag zurück, kann der Verlag unbeschadet der Möglichkeit, einen höheren, tatsächlicheren Schaden geltend zu machen 15% des Anzeigenwertes für die durch die Bearbeitung des Auftrages entstandenen Kosten und für entgangenen Gewinn fordern. Dem Auftraggeber bleibt der Nachweis eines geringen Schadens vorbehalten.
- 16. Der Verlag liefert nach der Rechnung einen Anzeigenbeleg in Form von einer oder mehrerer Belegnummern. Eine Garantie für pünktliche oder ordnungsgemäße Zustellung übernimmt der Verlag nicht. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
- 17. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckvorlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte und zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
- 18. 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 gewährten Mittlungsvergütungen dürfen an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- 19. Sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist, treten neue Tarife bei Preisanpassung auch für laufende Aufträge sofort in Kraft; dies gilt gegenüber Nichtkaufleuten nicht bei Aufträgen, die innerhalb von vier Monaten nach Vertragsabschluss abgewickelt werden sollen.
- 20. Ein Konzernrabatt wird für Tochtergesellschaften nur dann gewährt, wenn der schriftliche Nachweis einer Kapitalbeteiligung von mehr als 50% erbracht wird.
- 21. Preis für Beihefter, Beikleber und technische Sonderausführungen sind nicht Bestandteil der Preisliste und müssen mit dem Verlag direkt ausgehandelt werden. Der Verlag haftet auch nicht für Transport-, Speditions- oder Zollgebühren, wenn nicht ausdrücklich anders vereinbart.
- 22. Diese Geschäftsbedingungen des Verlags gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beihefter oder technische Sonderausführungen.
- 23. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages, Dortmund. Gerichtsstand ist, soweit das Gesetz zwingend nichts anderes vorsieht, der Sitz des Verlages. Für den Fall, dass der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt ist, sowie für den Fall, dass der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart. Es gilt ausschließlich deutsches Recht auch wenn der Auftraggeber seinen Firmensitz im Ausland hat. Sollte eine Bestimmung nichtig sein oder werden, so bleibt die Gültigkeit der anderen Bestimmungen hiervon unberührt.

