

# KLM Mediadaten 2019

17. Jahrgang  
gültig ab 1.1.2019

Das Fachmagazin für Kämmerer und Kommunale Finanzentscheider



# INHALT

## Mediadaten

### KLM 2019



#### Das KLM

**04 Die Idee**  
KLM ist professionelle Premium-Magazin und Gratistitel in einem.

**05 Die Leser**  
Von den kommunalen Finanzentscheidern

#### Die Themen

**06 Die Themen 2019**  
Der Blick in die Zukunft

#### Die Anzeigen

**07 Die Formate und die Preise im KLM**  
Viel fürs Geld

**08 Die Sondereditionen**  
Die KLM extra 2019

**09 Die Formate und die Preise im KLM extra**  
Im Überblick



Das Fachmagazin für Kämmerer

**LEASING – MIETE – PPP**

**Abgasfrei**

E-Busse könnten der erste Schritt in vielen Städten und Gemeinden sein (ab S. 10).

**Contracting**

Von Einsparmöglichkeiten profitieren (ab S. 24).

**Modulbau**

Architektenlösung wird im Werk schneller vorgebaut als vor Ort (ab S. 32).



**Die Fakten**

**10 Sonderwerbformen und AD Specials**

Ihre Ideen - gut transportiert

**11 Die Druckinformationen**

Wichtig für die Foto- und pdf-Lieferanten

**12 Die technischen Daten und Kennzeichen**

Etwas Hintergrund

**13 Die AGB**


Suum cuique - jedem das Seine

**Der Service**

**14 Die Ansprechpartner**

Mit offenem Ohr und Rat an Ihrer Seite





Die Brücke zwischen  
Wirtschaft und Kommune

## Die Idee

Wer für Premiumlesern arbeitet, muss auch Premiumleistung abliefern. Das gelingt uns seit mehr als 15 Jahren. Weit **unter einem Prozent der Kämmerer** hat sich im Laufe dieser Jahre abgemeldet. Ein Teil davon hat sich als neuer Stelleninhaber später wieder angemeldet. Das erreicht man nur durch ständig gute Leistung - und vor allem **mit einem hervorragenden Team**. Es kommt uns darauf an, mit Könnern zusammenzuarbeiten - redaktionell, in der Produktion, im Vertrieb.

### Partner für dauerhaft hohe Qualität.

Unser **Anzeigenleiter Heinz Mansdorff** berät seit Jahrzehnten und kennt alle Facetten des Geschäfts. Er und sein Team beraten unsere Kunden, damit beide Seiten ihr Ziel erreichen.

Die **Druckerei Kern** arbeitet seit mehr als 100 Jahre erfolgreich nach ihrem Motto: „Tradition trifft Innovation“ (dazu mehr auf Seite 15). So konnte sie sich auf hohem Qualitätsniveau in einem schrumpfenden Markt behaupten.

Das fertige KLM wird durch unser **Versanddienstleister Deutsche Post** an Kommunen, Verbände, Abonnenten, Anzeigenkunden und Agenturen gebracht.

Die **Redaktion** unter Leitung von Peter Baranec, einem studierten Kameralisten, nimmt Ideen aus Markt und Kommunen, bereitet sie handwerklich sauber für die Leser auf. Das gilt auch für das immer gut gelaunte **Korrektorat**, die **Layouter** und die **Bildarchivarin**.

Seit Ende 2017 im Team ist die **Factoring-Gesellschaft**, um unsere Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit zu steigern und uns von den uns eigentlich völlig fremden Verwaltungsarbeiten wie Debitorenbuchhaltung oder Forderungseinzug zu entlasten - ganz im KLM-Stil: immer outsourcen, wenn es jemand anders besser und wirtschaftlicher kann.

Für die **Anzeigenkunden** bedeutet Qualität zunächst einmal das **Umfeld der An-**

**zeigen**. Hinzu kommt aber das Thema Zuverlässigkeit. Denn KLM erscheint nicht seit nur seit 2003 pünktlich zum EVT, sondern auch immer in dem angegebenen Umfang - eher umfangreicher:

- ▶ klare Kernzielgruppe,
- ▶ hohe Qualität in Beratung, Produktion und Vertrieb sowie
- ▶ redaktioneller Weitblick und leserge-rechte Aufbereitung.

Wichtig ist, dass unsere Anzeigenkunden vom Leser gekannt und geachtet werden.

Kämmerer, Finanzsenatoren und gGmbH-Geschäftsführer sind kommunale Finanzentscheider.

## Die Leser

**Kein anderes Finanzmagazin in Deutschland wendet sich so gezielt und ausschließlich an die Kämmerer und andere kommunale Finanzentscheider. Wir sorgen durch eine ständig verbesserte Adressqualität dafür, dass das Magazin mit dem Namen des Kämmerers versehen auf dessen Schreibtisch landet. Streuverluste gibt es quasi keine!**

Kämmerer sind nicht bundesweit organisiert. In der Bundesarbeitsgemeinschaft der kommunalen Finanz-, Kassen- und Rechnungsbeamten (BAG) sind nur einige der knapp 5 000 Kämmerer organisiert, und das nur aus fünf Bundesländern. Dementsprechend gibt es kein einheitliches Informations- und Kommunikationsorgan für die Zielgruppe, das über das Juristische deutlich hinausgeht und neue Lösung für Zukunftsinvestitionen darstellt.

Diese Zielgruppe bereitet die Finanzierungsentscheidungen der Kreise, Städte, Gemeinden und Gemeindeverbände zur Genehmigung oder Abstimmung im Gemeinderat vor. Die Kämmerer planen den kommunalen Haushalt, legen die Rücklagen an und nehmen Kredite auf. In den kommunalen Eigen- und Regiebetrieben sind das GmbH-Geschäftsführer, die Kämmerer sind nicht selten im Verwaltungs-/Aufsichtsrat.

Was immer in den Kommunen angeschafft wird, hat zumindest mittelbar den Segen des Kämmerers. Das Problem: 2015 lagen die kommunalen Gesamtschulden laut Deutscher Bundesbank bei 147,3 Milliarden Euro. Das sind knapp 30 Milliarden Euro mehr als noch 2009.

In der Gemeindeordnung NRW etwa heißt es: „Für die in Schieflage geratenen Kommunalhaushalte hat der Gesetzgeber den Kommunen das sogenannte „Haushaltssicherungskonzept“ (HSK) als Instrument angeboten, um der gesetzlichen Pflicht, wieder einen ausgeglichenen Haushalt aufzustellen, nachkommen zu können.“ Der Bedarf an „Spar-Lösungen“ ist groß. Alternativen, wie sie regelmäßig in den Ausgaben des im KLM beschrieben werden, sind begehrt.

Verteilt werden die jährlich sechs Ausgaben des

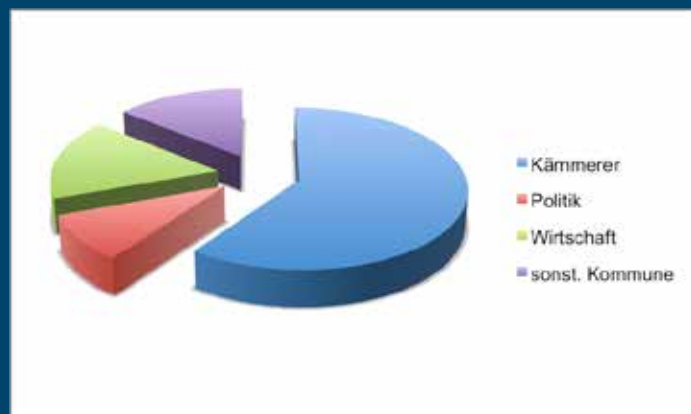
KLM an alle deutschen Kämmerer. Hinzu kommen in diesem Jahr drei KLM extras zu den Themen „Gigaset“, „Bauen“ sowie „Schule und Kindergarten“.

### Dicht dran - mit Verbänden

Seit 15 Jahren steht KLM als erstes Magazin nur für Kämmerer in Deutschland als Begriff für informative Berichte und spannende Interviews mit interessanten Gesprächspartnern. Die Zusammenarbeit mit starken Verbänden und großen Behörden - wie Deutscher Kinderschutzbund Bundesverband e.V. (DKSB), Naturschutzbund Deutschland e.V. (NABU) oder Bundesanstalt für Immobilienaufgaben (BIMA), Verband der Automobilindustrie e. V. (VDA) verspricht auch in Zukunft neue Ideen und spannende Themen aus erster Hand. Wir schreiben auch als Fachmagazin klar und leicht verständliches Deutsch.

### Unverändert geringe Streuverluste - seit 2003.

Kommunale Zeitschriften und Zeitungen gibt es einige. Weitere drängen auf den Markt. Große Zahlen, große Auflagen. Doch es gibt eine immer kleiner werdende Zahl von selbstständigen Kommunen mit eigenem Kämmer oder Finanzbürgermeister. Mit dem KLM sind die Streuverluste gering. Und: Wir versenden die Mehrzahl unserer Magazine namentlich an die jeweilige Kämmerin oder den Kämmerer.



Fünf Schwerpunktthemen in jeder KLM-Ausgabe

# Der Themenplan - voraussichtliche Themen

Ausgaben	1/2019	2/2019	extra 1 G i g a - net	3/2019	extra 2 Bauen	4/2019	5/2019	6/2019	extra 3 Schule + KiGa
<b>RS</b> Redaktionsschluss	2. Jan.	18. Feb.	25. Mrz.	29. Apr.	22. Mai	1. Juli	26. Aug.	24. Okt.	18. Nov.
<b>AS</b> Anzeigenschluss	4. Jan.	22. Feb.	29. Mrz.	3. Mai	28. Mai	5. Juli	30. Aug.	30. Okt.	22. Nov.
<b>DU</b> Druckunterlagenschluss	11. Jan.	8. Mrz.	5. Apr.	10. Mai	6. Juni	12. Juli	6. Sep.	8. Nov.	29. Nov.
<b>EVT</b>	30. Jan.	27. Mrz.	24. Apr.	29. Mai	26. Juni	31. Juli	25. Sep.	27. Nov.	18. Dez.
Abfallwirtschaft, Entsorgung	•			•			•		
Baustoffe		•			•	•		•	•
Bekleidung	•			•			•		
Beleuchtung					•				•
BIM (Building Infor- mation Modelling)		•			•	•		•	•
Bodenbeläge		•			•	•		•	•
Breitband, Giganet	•		•		•	•		•	•
Büroausstat- tung, Bürogeräte		•				•		•	•
Container und Modulbau		•			•	•		•	•
E-Mobilität, ÖPNV	•			•		•		•	
Energieversorgung (Gas, Wind, Wasser, Solar)		•	•		•		•		•
Facility Management		•			•	•		•	•
Fördermittel	•		•	•	•		•		•
Gebäudetechnik	•		•	•	•		•		•
Hygiene	•			•			•		
Kanalisation		•				•			
Nutzfahrzeuge	•	•		•		•	•	•	
Parken, Verkehrssicherheit									
Sicherheit		•	•		•		•		•
Straßenbeleuchtung	•			•				•	
Straßenbau, Brücken		•				•			
Umweltschutz, „grüne Stadt“	•				•		•		•

Änderungen sind jederzeit möglich; Themenwünsche werden dankbar aufgegriffen.

Viel fürs Geld

## Die Formate und die Preise im KLM

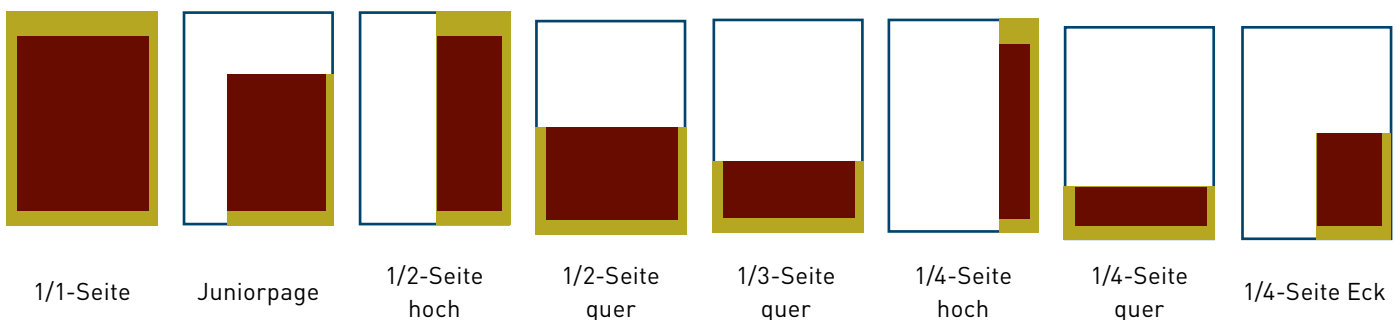
Formatgröße	im KLM (Normalausgabe) 4c in Euro	Formate im Satzspiegel (HxB in mm)	Formate im Anschnitt (+ 3 mm Beschnitt; HxB in mm)
Cover-Front-Gatefold	-	-	2 x A4 (297 x 210) plus Titelfoto
1/1-Seite 4c U2 oder U4	5 790,-	-	297 x 210
1/1-Seite U3	5 490,-	-	
1/1-Seite	5 290,-	242 x 183	
Juniorpage	3 190,-	190 x 136	210 x 148
1/2-Seite hoch	2 990,-	242 x 89	297 x 105
1/2-Seite quer		129 x 183	148 x 210
1/3-Seite quer	2 190,-	79 x 183	99 x 210
1/4-Seite hoch	1 790,-	242 x 43	297 x 55
1/4-Seite quer		54 x 183	74 x 210
1/4-Seite Eck		129 x 89	148 x 103

### Agenturprovision

Wir gewähren die üblichen 15 Prozent Agenturprovision bei Buchung über eine **von uns anerkannte Agentur**.

### Rabatte

Gerne gewähren wir Rabatte, abhängig vom Gesamtnettovolumen innerhalb eines Insertionsjahres:  
ab 10 000 Euro **5 Prozent**, ab 15 000 Euro **10 Prozent** und ab 20 000 Euro **15 Prozent**.  
Wenn Sie an einem Paketpreis interessiert sind, sprechen Sie uns bitte an.



1/1-Seite

Juniorpage

1/2-Seite  
hoch1/2-Seite  
quer1/3-Seite  
quer1/4-Seite  
hoch1/4-Seite  
quer

1/4-Seite Eck

Die Sondereditionen

## Die KLM extras 2019



## Giganet

Im Festnetzbereich fehlt es vor allem an den Stadträndern und auf dem Land an **Glasfaserkabel**. Auch in der Stadt reichen die verlegten Verbindungen meist nur bis zum kommunalen Gebäude. Innen liegt wieder nur Kupferkabel. Dort, wo es unwirtschaftlich ist, die schnellste aller Möglichkeiten zu verlegen, kann eine Verbindung via **Satellit** helfen - oder durch **LTE**. Doch auch dazu müssen unsere Netze dichter werden. Funklöcher müssen bald der Vergangenheit abgehören - vor allem entlang der Autobahnen und Fernverkehrsgleise, aber auch auf dem Land und in den Bergen.

Doch wie können die Kommunen ihren Anteil in Anbetracht der wohl noch lange schwachen Haushaltslagen finanzieren? Wir wollen mögliche Lösungswege für die Zielgruppe aufzeigen.



## Bauen

Die Kommunen sind bundesweit gesehen der größte Investor Deutschlands. Das könnte auch so bleiben, denn allorts müssen Bestandsgebäude saniert und restauriert werden, Neubauten geplant und errichtet werden.

Neuerdings gehört zu **Sanierungsmaßnahmen** und zu einem gut geplanten **Neubau** die Integration von **Facility Management (FM)** und **Building Information Modelling (BIM)**. Neben der **Energieeinsparung** werden obendrein **Beleuchtung**, **Bodenbelag** und **Sicherheitsmaßnahmen** besonders berücksichtigt.

Viele gute Gründe um sich hier mit neuen und bewährten Lösungen für die kommunalen Finanzentscheider zu positionieren.



## Schulen und Kindergärten

Weiter leiden die Kommunen unter den an sie gesetzten Erwartungen: Integration, Migration, Barrierefreiheit, Digitalisierung, Sicherheit während des Unterrichts und nach Schulschluss.

Wie schon seit vielen Jahren zeigen wir die unterschiedlichen Facetten des Themas: **Neubau**, **Facility Management**, **Raumausstattung**, **Lehrmittel**, **Sicherheit**. Das KLM extra bietet seiner Zielgruppe genaue Orientierung und Entscheidungshilfen.

Inhaltlich unterstützt uns seit Jahren der Deutsche Kinderschutzbund mit seinen Ideen. So soll es auch 2018 sein.



Im Überblick

# Die Formate und die Preise im KLM extra

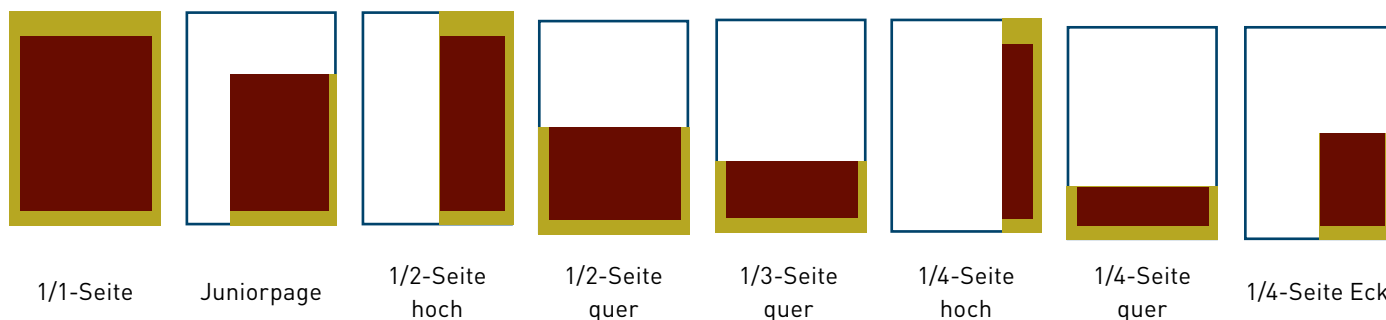
Formatgröße	im KLM extra 4c in Euro	Formate im Satz- spiegel (HxB in mm)	Formate im Anschnitt (+ 3 mm Beschnitt; HxB in mm)
Cover-Front-Gatefold	10.990,-	-	2 x A4 (297 x 210) plus Titelfoto
1/1-Seite 4c U2 oder U4	7 290,-	-	297 x 210
1/1-Seite U3	6 990,-	-	
1/1-Seite	6 490,-	242 x 183	
Juniorpage	4 190,-	190 x 136	210 x 148
1/2-Seite hoch	3 890,-	242 x 89	297 x 105
1/2-Seite quer		129 x 183	148 x 210
1/3-Seite quer	3 190,-	79 x 183	99 x 210
1/4-Seite hoch	2 890,-	242 x 43	297 x 55
1/4-Seite quer		54 x 183	74 x 210
1/4-Seite Eck		129 x 89	148 x 103

## Agenturprovision

Wir gewähren die üblichen 15 Prozent Agenturprovision bei Buchung über eine **von uns anerkannte Agentur**.

## Rabatte

Gerne gewähren wir Rabatte, abhängig vom Gesamtnettovolumen innerhalb eines Insertionsjahres:  
ab 10 000 Euro **5 Prozent**, ab 15 000 Euro **10 Prozent** und ab 20 000 Euro **15 Prozent**.  
Wenn Sie an einem Paketpreis interessiert sind, sprechen Sie uns bitte an.



1/1-Seite

Juniorpage

1/2-Seite  
hoch1/2-Seite  
quer1/3-Seite  
quer1/4-Seite  
hoch1/4-Seite  
quer

1/4-Seite Eck

Ihre Ideen - gut transportiert

# Sonderwerbformen/ AD SPECIALS



Die Mail einer neuen Plakatspezialität: Ein neuer Werbe-Effekt für den gesamten Leserkreis. Die neue Plakatspezialität ist ein neues, durch den Leser selbst gesteuertes, interaktives Plakat, das über den Bildschirm der digitalen und analogen Bildschirmtext-Technologie (Fax und Internet)...

Mit Hilfe von... digitaler... und... ermöglicht die digitale... Interaktion... in Form von... Inhalten... Inhalten... Inhalten...

...Anzeigen... in einem... Umfeld... werden... über... Funktionen... werden... über... Funktionen... werden... über... Funktionen...

...Anzeige... in dem... Umfeld... werden... über... Funktionen... werden... über... Funktionen... werden... über... Funktionen...



...Anzeige... in dem... Umfeld... werden... über... Funktionen... werden... über... Funktionen... werden... über... Funktionen...

...Anzeige... in dem... Umfeld... werden... über... Funktionen... werden... über... Funktionen... werden... über... Funktionen...

### Planung in Echtzeit prüft

...Anzeige... in dem... Umfeld... werden... über... Funktionen... werden... über... Funktionen... werden... über... Funktionen...

...Anzeige... in dem... Umfeld... werden... über... Funktionen... werden... über... Funktionen... werden... über... Funktionen...

### Ausgeweitet: Der digitale Prototyp

...Anzeige... in dem... Umfeld... werden... über... Funktionen... werden... über... Funktionen... werden... über... Funktionen...



## Promotionsanzeige/Advertorial

Redaktionell vom **Werbetreibenden** gestaltete Anzeige. In KLM: ganzseitig 4 590,- Euro, halbseitig 2 490,- Euro; in KLM extra ganzseitig 5 320,- Euro, halbseitig 2 900,- Euro. Gerne übernehmen wir für eine Aufwandsentschädigung von 590,- Euro bei Lieferung von Text und Bildern die Gestaltung.

## Firmenporträt

Mindestens 4 1/1-Seiten - auf Wunsch von der KLM-Redaktion getextet und gestaltet - plus Titelfoto 216 x 245 mm): 7 500,- Euro

## Cover-Front-Gatefold

Nach links ausklappbare Seite ist mit der Titelseite und mit U2 verbunden (3-seitig).



## Beilagen\*

Bis 25 g und max. A4 359,- Euro pro Tausend Druckauflage; 14,- Euro je weitere 5 g

## Beikleber\*

Trägeranzeige 4c, Postkarte im DIN-Format pauschal 149,- Euro pro Tausend Druckauflage; Umschläge, CD-ROM, DVD auf Anfrage mit Muster und in Verbindung mit ganz- oder halbseitigen Anzeigen im Querformat möglich.

\* keine Teilbelegung möglich; keine Wiederholungsrabatte möglich. Der Verlag benötigt zum Druckunterlagenschluss ein verbindliches Muster, das auf Verarbeitungsfähigkeit, ethische und juristische Unbedenklichkeit geprüft wird.

## Lieferadresse

Kern GmbH  
z. Hd. André Kern  
In der Kolling 7  
66450 Bexbach

Frachtbriefvermerk: „KLM,  
Heft ... /2019“ beziehungsweise „KLM extra ... /2019“

Wichtig für Foto- und pdf-Lieferanten

# Die Druckinformationen

## Anschnitt

Die Druckdaten müssen mit einer Beschnittzugabe von 3 Millimetern an allen Seiten angelegt sein. Elemente wie Texte, Grafiken oder Hintergrundfarben, die angeschnitten werden (also die bis an den Rand des Dokuments gehen) müssen 3 Millimetern über das Endformat hinaus ragen. Schriften oder Logos, die nicht angeschnitten werden sollen, aber nahe am Rand stehen, sollten mindestens 3 Millimeter vom Schnitttrand entfernt sein (Schneidtoleranz).

## Auflösung

Die Druckdaten müssen eine Mindestauflösung von 300 dpi haben.

## Farbe

Die Druckdaten müssen im CMYK-Modus (Prozessfarben) angelegt sein. Für Farbabweichungen, die durch eine Konvertierung von RGB- oder LAB-Farben in CMYK entstehen wird keine Garantie übernommen. Sonderfarben (HKS, Pantone) müssen entsprechend angelegt werden. Spotlackierung oder Gold- und Silber Schmuckfarben müssen ebenfalls als Sonder-

farbe definiert sein. Im reinen Vierfarb-Druck (CMYK) dürfen keine Sonderfarben enthalten sein. Eine nötige Konvertierung einer irrtümlich verwendeten Sonderfarbe in den CMYK-Farbraum kann zu Farbabweichungen führen, für die keine Garantie übernommen wird.

Der maximale Gesamtfarbauftrag (Farbannahme) aus den Prozessfarben sollte 300 Prozent nicht überschreiten. Eine Farbdeckung von unter 20 Prozent kommt unter Umständen im Druckergebnis sehr schwach.

## Dateiformat

Bei allen Angeboten wird von der Lieferung druckfähiger PDF-Dateien ausgegangen. Die Lieferung anderer Dateiformate, insbesondere offene Daten (etwa aus InDesign, Quark, Corel, oder Freehand) muss vorher abgesprochen werden. Werden offene Daten geliefert (wie etwa für das Erstellen eines Advertorial) müssen alle zugehörigen Dateien (wie Schriften oder verknüpfte Bilder) mitgeliefert werden, da sonst eine korrekte Erstellung von Druck-PDF nicht möglich ist. Die Erstellung von druckfähigen PDF wird, sofern nicht im Angebot enthalten, gesondert berechnet.

## PDF-Spezifikationen

PDF-Dateien müssen dem PDF/X3: 2003 Standard entsprechen (ISO 15930-6). Das PDF muss als PDF Version 1.3 und kompatibel zu Acrobat 4.0 abgespeichert sein. Alle Schriften und Bilder müssen in das PDF eingebettet sein. OPI-Kommentare sind verboten. Transparenzen sind ebenfalls nicht zulässig, oder müssen beim Erzeugen des PDF auf eine Ebene reduziert werden (Flattening). Informationen zu Überfüllung müssen im PDF enthalten sein (Überfüllungsschlüssel). Schwarze Objekte müssen „überdruckend“ eingestellt sein (insbesondere wenn diese für einen Textwechsel vorgesehen sind). Negative Objekte, wie weißer Text, müssen „aussparend“ eingestellt sein. Die Ausgabebedingungen mit denen das PDF erstellt wurden (etwa ISOcoated) müssen mittels eines OutputIntents angegeben werden. Wichtig: Grundsätzlich müssen bei mehrseitigen Drucksachen alle Seiten im PDF als Einzelseite abgespeichert werden. Keinesfalls mehrere Seiten auf einer Dokumentseite vormontieren.

Etwas Hintergrund

## Die technischen Daten und Kennzahlen

Verlag:	Finanzverlag KLM Inh. Dipl.-Kfm. Peter Baranec
Erfüllungsort, Gerichtsstand:	D-66538 Neunkirchen
Postanschrift:	Grabenstr. 34   D-66538 Neunkirchen
Disposition:	T +49 6821 1491381   F +49 6821 1491382
Zahlungsbedingungen:	Alle Preise in Euro zzgl. MWSt.   3 Prozent Skonto nach vorheriger Vereinbarung oder bei Vorabüberweisung   zehn Tage ab Rechnungsdatum nach EVT
Druck, Beilagen und Konfektionierung:	Kern GmbH   In der Kolling 7   D-66450 Bexbach   T +49 6826 93410-400   F +49 6826 93410-199   E-Mail: dieter.staab@kerndruck.de
Digitale Annahme Druckunterlagen:	redaktion@klmonline.de
Verlagsleiter:	Peter Baranec   redaktion@klmonline.de
Gesamtanzeigenleitung D/A/CH:	M.D.S. Medien-Direkt-Service   Heinz Mannsdorff   T +49 7156 49288   h.mannsdorff@klmonline.de
Erscheinungsweise:	6 Ausgaben je Kalenderjahr, zweimonatlich, sowie drei KLM-extra-Ausgaben
Magazinformat:	Magazinformat geschlossen 210 x 297 mm (DIN A4)
Satzspiegel:	180 x 277 mm   Spalten: 4, Spaltenbreite 41 mm
Druckverfahren:	Bogenoffset, 60er Raster
Bindeverfahren:	Klebebindung
Druckvorlagen:	siehe Seite 11
Auflage:	KLM: etwa 8 500 Exemplare, KLM extra zirka 12 500
Verbreitung:	Auflage: KLM zirka 50 000 Exemplare, KLM extra etwa 70 000 Exemplare   Verbreitungsgebiet: bundesweit meist namentlich an alle rund 5 000 Kämmerer plus Abonnenten plus Wechselversand
Bezugspreise:	Copypreis: 15,00 Euro   Jahresabonnement: mit allen KLM extras 69,50 Euro (inkl. Versandkosten zzgl. ges. MwSt.)
Vertrieb:	Abonnementversand + Verkauf über Verlag

Suum cuique - jedem das Seine

# Die AGB

## Anzeigenauftrag

ist der Vertrag zwischen LaudaVita Ltd. (im Folgenden: Verlag) und einen Werbetreibenden über die Veröffentlichung von einer oder mehreren Anzeigen oder andere Werbemaßnahmen im KLM oder KLM extra.

## Anzeige

kann aus Bild und/oder Text bestehen. Anzeigen, die wegen ihrer Gestaltung nicht als solche gleich erkennbar sind, werden durch das Wort „Anzeige“ kenntlich gemacht.

## Rabatte

sind Preisnachlässe, die in ihren Umfang in den Mediadaten festgelegt oder vom Anzeigenleiter oder vom Herausgeber angeboten werden. Sie beziehen sich immer auf einen Werbetreibenden oder einen nachgewiesenen Konzern. Eine Kumulation für mehrere Werbetreibende ist nicht gestattet.

## Schriftlichkeit

Der Anzeigenauftrag kommt grundsätzlich zustande, wenn er vom Verlag schriftlich bestätigt wurde [AB]. Wird der Auftrag mündlich erteilt und durch den Verlag bestätigt, kommt er zustande, wenn durch den Werbetreibenden oder dessen beauftragte Agentur nicht innerhalb von 14 Tagen ein Widerspruch erfolgt.

## Ablehnung

Der Verlag behält sich vor, Anzeigen abzulehnen, wenn

- ▶ deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
- ▶ der Inhalt vom Deutschen Werberrat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurden oder
- ▶ deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder
- ▶ Anzeigen, wie Werbung Dritter oder für Dritte entfällt.

## Platzierung

Anzeigenaufträge mit besonderen Platzierungswünschen spätestens zum Anzeigenschluss eingehen. Erst die AB bestätigt den Platzierungswunsch.

## Belegexemplar

Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg in Form einer vollständigen Belegnummer oder als PDF. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine dementsprechende rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages.

## Erscheinungstermin und Vertriebsweg

Aus einer Veränderung des Erscheinungstermins oder der Art der Verbreitung kann kein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn der tatsächliche Erscheinungstermin innerhalb vier Wochen vor oder nach dem geplanten Erscheinungstermin liegt beziehungsweise wenn die Art der Verbreitung in Auflage und Zielgruppe der geplanten Verbreitung vergleichbar ist. Darüber hinaus sind Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Werbetreibenden die Änderung der Verbreitung oder des Erscheinungstermins so rechtzeitig zur Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

## Druckunterlage

Für die rechtzeitige Lieferung geeigneter Druckunterlagen und sonstiger Werbemittel ist allein der Werbetreibende verantwortlich. Der Druckunterlagenschluss ist den Mediadaten zu entnehmen. Der Werbetreibende erstellt die Druckunterlage im Format PDF/X1-Standard oder höher,

weil sonst keine Haftung für die korrekte Druckwiedergabe übernommen werden kann. Der Verlag ist nicht verpflichtet, die zur Verfügung gestellten Anzeigen oder sonstigen Werbemittel auf deren Richtigkeit, Aktualität, Vollständigkeit, Seriosität, Qualität und/oder Freiheit von Fehlern zu überprüfen und übernimmt dafür weder ausdrücklich noch konkludent die Gewähr oder die Haftung. Der Verlag übernimmt, abgesehen vom Vorsatz und grober Fahrlässigkeit, keine Haftung für die Zugangsqualität und -möglichkeit und die Qualität der Darstellung, Verspätung, Löschung und Fehlerübertragung. Der Werbetreibende gewährleistet, dass er alle zur Veröffentlichung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Er trägt alleine die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Veröffentlichung zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelierten sonstigen Werbemittel. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Werbetreibende ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

## Zahlungen und Skonto

Die Rechnung ist innerhalb von zehn Tagen nach Druckunterlagenschluss zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlungen vereinbart ist. Skonto gewähren wir bei Vorüberweisung vor Druckunterlagenschluss oder bei Lastschriftinzug. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weiteren Ausführungen des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, das Erscheinen weitere Anzeigen von der Vorauszahlung und dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

## Werbeagenturen und Werbemittel

Die Werbeagenturen und -mittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen, Abrechnungen mit den Werbetreibenden an die Mediadaten des Verlages zu halten.

## Rechtsübertragung

Der Werbetreibende überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in KLM und KLM extra erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlichen Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Anruf, und zwar im Rahmen der Vertragserfüllung auf Dritte übertragbar sowie zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen. Vorgenannte Rechte berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie alle bekannten Formen der Onlinemedien.

## Mangelhafte Veröffentlichung

Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit und der Leistung, so hat der Werbetreibende Anspruch auf eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, indem der Zweck der Anzei-

ge beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen. Reklamationen müssen binnen eines Monats nach Erscheinungstermin geltend gemacht werden.

## Verhältnismäßigkeit

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 den Leistungsinteressen des Werbetreibenden steht, oder
- ▶ diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre.

## Auflagenminderung

Aus einer Auflagenminderung kann bei Abschluss mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Initiationsjahres die Garantiaufgabe um mindestens 30 Prozent unterschritten wird. Als Garantiaufgabe gilt die in den Mediadaten oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder, wenn einer Auflage nicht genannt ist, die durchschnittlich verkaufte Auflage des vorausgegangenen Kalenderjahres. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Werbetreibenden von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

## Gewährleistung und Haftung

Der Verlag gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen einer, den jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe der Anzeige. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler. Werbetreibenden ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jederzeit eine gänzlich fehlerfreie Wiedergabe einer Anzeige zu ermöglichen. Ein Fehler in der Darstellung der Anzeige liegt insbesondere dann nicht vor, wenn er hervorgerufen wird:
 

- ▶ durch die Verwendung einer nicht geeigneten Druckunterlage oder
- ▶ wenn die Beeinträchtigung bei der Wiedergabe der Anzeige dessen Zweck nicht wesentlich beeinträchtigt.

## Schadensersatz

Der Verlag leistet nur Schadensersatz bei Vorsatz, grober Fahrlässigkeit und Fehlen einer zugesicherten Eigenschaft, in allen anderen Fällen aus Verletzung einer Kardinalspflicht, aus Verzug oder Auswahlmöglichkeit für Schäden, mit deren Eintritt bei Vertragsschluss vernünftigerweise zu rechnen war, jedoch nicht für irgendwelche besonderen, zufällig entstandenen oder indirekte Schäden oder Folgeschäden. Gegenüber Kaufleuten ist in jedem Fall die Haftung für grobe und leichte Fahrlässigkeit, bei Erfüllungsgehilfen, die nicht gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte sind, auch für Vorsatz, auf den üblicherweise und typischerweise in derartigen Fällen voraussehbaren und vom Werbetreibenden nicht beherrschbaren Schaden begrenzt. Soweit eine Kardinalpflicht im vorgenannten Sinne fahrlässig verletzt wurde, haftet der Verlag höchstens

bis zur Höhe der Vergütung, die er für die Schaltung des jeweiligen Werbemittels erhält oder erhalten hätte.

## Störungen

Bei Betriebsstörungen oder Einfällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger 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 Prozent der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder in anderer Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist.

## Haftung und Verjährung

Auf Mängel können Schadensersatzansprüche des Werbetreibenden nur gestützt werden, soweit sie vom Vertrag gemäß §§ 276 und 278 BGB zu vertreten sind. Die Haftung für Schäden wegen der Verletzung von Körper, Leben und Gesundheit und nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt hiervon unberührt. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verlieren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

## Datenschutz

Der Werbetreibende wird hiermit gemäß Telemediengesetz, Bundesdatenschutzgesetz sowie sonstigen datenschutzrechtlichen Bestimmungen davon unterrichtet, dass die im Rahmen der Auftragserteilung und Bearbeitung angebenen personenbezogenen Daten ausschließlich zu dem Zwecke maschinenlesbar gespeichert, verarbeitet und genutzt werden, zu dem der Werbetreibende dieses angegeben hat, sofern keine Einwilligung in eine andere Nutzungsart erteilt wurde sowie zum Zwecke der Abrechnung und Vergütung. Der Verlag ist berechtigt, die personenbezogenen Daten des Werbetreibenden beziehungsweise der Agentur im Rahmen der Auftragserteilung und -bearbeitung sowie der Verfügbarkeitsanfrage zu erheben, zu verarbeiten, zu speichern und zu nutzen, soweit dies erforderlich ist, und dem Werbetreibenden die Schaltung und die Inanspruchnahme der Leistungen des Verlages zu ermöglichen und um eine Abrechnung vornehmen zu können. Der Verlag gewährleistet die vertrauliche Behandlung der Daten.

## Verlag, Erfüllungsort, Gerichtsstand

Die Aufgaben des Verlages nimmt die LaudaVita Limited, 69 Great Hampton Street, UK-B18 6EW Birmingham durch ihre deutsche Zweigniederlassung LaudaVita Ltd., Grabenstr. 34, D-66538 Neunkirchen, wahr. Alle Rechte und Pflichten liegen bei dem geschäftsführenden Gesellschafter, Diplom-Kaufmann Peter Baranec. Erfüllungsort ist D-66538 Neunkirchen. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand D-66538 Neunkirchen. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz nicht bekannt oder wurde er nach Vertragsschluss verändert, ist als Gerichtsstand D-66538 Neunkirchen vereinbart.

Mit offenem Ohr und Rat an Ihrer Seite

## Die Ansprechpartner

**Finanzverlag KLM**  
**Inh. P. Baranec**  
Grabenstr. 34 | D-66538  
Neunkirchen  
T +49 6821 1491381  
F + 49 6821 1491382

**Gesamtanzeigen-  
leitung D/A/CH**

M.D.S. Medien-Direkt-  
Service  
Heinz Mannsdorff  
T +49 7156 49288 |  
F +49 7156 432858 |  
h.mannsdorff@klmonline.  
de oder M.D.S.Medien-  
Direkt-Service@t-online.de

**Redaktion**

T +49 6821 140234 |  
redaktion@klmonline.de

**Chefredakteur**  
Peter Baranec

**stellvertretender  
Chefredakteur und  
Chef vom Dienst:**  
Felix Stein

**Debitorenbuchhaltung**

Crefo Factoring Südwest  
GmbH & Co. KG  
Stuttgarter Str. 35  
D-73430 Aalen  
T +49 7361 556196-0

**Anzeigenberatung**

Christine Dober  
T +49 7156 49288 |  
M.D.S.Medien-Direkt-  
Service@t-online.de

Thomas Schneider  
T +49 7156 49288 |  
M.D.S.Medien-Direkt-  
Service@t-online.de

**Redakteure**  
Holger Alt |  
Tim Fuchs |  
Beatrice Scholl

