

MBZ

Marburger Bund Zeitung

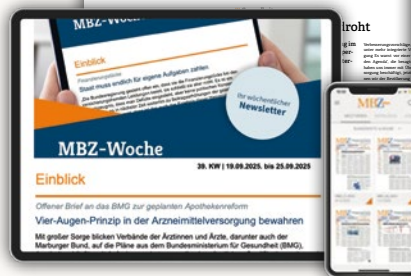
Mediadaten

2026

Preisliste Nr. 39

Gültig ab 1. Januar 2026

Der Titel für angestellte und beamtete Ärztinnen und Ärzte
in Krankenhäusern, ambulanten Praxen und im Gesundheitswesen



www.marburger-bund-zeitung.de

Herausgeberin

Marburger Bund
Treuhandgesellschaft mbH
Dr. Anja Mitrenga-Theusinger
Armin Ehl

Redaktion

Angelika Steimer-Schmid
Jörg Ziegler
Dr. Lutz Retzlaff

Anschrift

Reinhardtstraße 36
10117 Berlin
Telefon: (030) 7468460
E-Mail: redaktion@marburger-bund-zeitung.de



(IVW III/2025)

Druckauflage 128.602

verbreitete Auflage 127.824

verkaufte Auflage 96.193

Aboauflage 96.193

Erscheinungsweise

monatlich (s. Terminplan)

Abopreis

Inland
35,00 € (inkl. Porto/MwSt.)

Ausland
52,50 € (inkl. Porto)

INHALT / ALLGEMEINE INFORMATIONEN

1

MBZ-Medien

2

Marburger Bund – Der Ärzteverband

3

MARBURGER BUND ZEITUNG

4

Leser- und Mitgliederbefragungen

5

Anzeigen für Fortbildungsangebote

6

Termin- und Themenplan

7

Digitale Druckdaten

8

Geschäftsbedingungen

Charakteristik

Die MARBURGER BUND ZEITUNG (MBZ) ist die Zeitung für die Mitglieder des Marburger Bundes. Nichtmitglieder können die MBZ kostenpflichtig abonnieren. Die MBZ informiert über aktuelle Themen der Berufs-, Verbands-, Tarif- und Gesundheitspolitik. Die MBZ erscheint bundesweit und wird den Empfängern 12-mal im Jahr an die Privatadresse zugestellt. Der Marburger Bund ist mit über 147.000 Mitgliedern der größte Ärzteverband in Europa und einzige legitimierte Gewerkschaft der Ärzte in Deutschland.

Inhalt

Inhaltlich zeichnet sich die MBZ durch die Berichterstattung und Kommentierung gesundheits-, sozial-, tarif- und berufspolitischer Themen aus. Hinzu kommen Verbandsinformationen, wie z.B. zu wichtigen politischen Stellungnahmen.

Zudem bietet die MBZ einen Mitgliederservice sowie Themen aus dem Krankenhausmanagement, Karriereplanung, Fort- und Weiterbildung sowie Wissenschaft und Technik. Ein besonderer Service an die Leser ist der regelmäßig erscheinende bundesweite Stellenmarkt sowie eine Sonderseite mit Fortbildungsangeboten.

Leserschaft

Die MBZ richtet sich an angestellte und beamtete Ärztinnen und Ärzte aller Fachgebiete. Diese sind überwiegend in öffentlichen, privaten sowie freigemeinnützigen Krankenhäusern, Fachkliniken und Universitätskliniken, MVZ, ambulanten Praxen, aber auch im öffentlichen Gesundheitswesen, der Bundeswehr oder Betrieben der Pharma-Industrie/Forschung tätig. Kernleser sind: Ärzte, Fachärzte, Chef- und Oberärzte. Viele Ärztinnen und Ärzte sind langjährige Leser; einige beziehen die MBZ bereits seit ihrer Zeit als studentisches Verbandsmitglied.

**Verlag /Abo- und
Anzeigenverwaltung**

Schenkelberg
Rheinland GmbH
Marie-Curie-Straße 23
53359 Rheinbach

Zahlungsbedingungen

Bis 14 Tage nach Rechnungs-
datum rein netto
2 % Skonto bei Bankeinzug
per Sepa-Firmenlastschrift oder
Vorauszahlung. Erfüllungsort
und Gerichtsstand ist Bonn.

Bankverbindung

Sparkasse KölnBonn
IBAN:
DE58 3705 0198 0027 0019 40
BIC: COLSDE33

Anzeigen/Media

Anzeigenbüro
Christine Kaffka (Leitung)
Miriam Kaffka

Geschwister-Scholl-Straße 6a
51427 Bergisch Gladbach
Telefon: (02204) 961818
E-Mail: anzeigen@marburger-
bund-zeitung.de


MBZ-MEDIEN

Mit der Marburger Bund Zeitung und ihren Satellitenprodukten bieten wir vielfältige Möglichkeiten, **Ärztinnen und Ärzte** anzusprechen.



Erfolge, u. a.

- Abschluss arzt spezifischer Tarifverträge
- Grundsätzliche Neubewertung der Bereitschaftsdienste als Arbeitszeit
- Erhalt der Niederlassungsfreiheit als Kassenarzt
- Auszahlung etlicher Mio. Euro widerrechtlich vorenthaltener Bereitschafts- und Überstundenvergütungen
- Repräsentanten in den Ärztekammern
- Größter deutscher Ärztinnen-Verband
- Initiator der bundesweiten Kampagne „Familienfreundliches Krankenhaus“, Impulse und Unterstützung in der Entwicklung familienfreundlicher Maßnahmen

MARBURGER BUND – DER ÄRZTEVERBAND

Ein starker Verband für die Leistungsträger in Krankenhaus und Gesundheitswesen



Der Marburger Bund wurde 1947 von Studenten der Philipps-Universität Marburg, die sich über die Verbesserung ihrer Arbeitsbedingungen Gedanken machten, gegründet. Seitdem steht der Marburger Bund für die Interessen von mittlerweile über 147.000 Mitgliedern ein und ist damit die größte Ärztevereinigung in Europa. Aktuell sind über 65 % aller Klinikärztinnen und -ärzte freiwilliges Mitglied im Marburger Bund.

Der Marburger Bund ist für angestellte Ärztinnen und Ärzte der erste Ansprechpartner in beruflichen Fragen.

Der Verband setzt sich u. a. ein für:

- Bessere Arbeitsbedingungen
- Leistungsgerechte Vergütung
- Gute und praxisnahe Mediziner-Aus- und Weiterbildung
- Familienfreundliche Strukturen in Krankenhäusern
- Karriereförderung, insbesondere von Ärztinnen

Der Marburger Bund führt als einziger legitimer Tarifpartner der Ärztinnen und Ärzte in Deutschland Tarifverhandlungen mit unterschiedlichen Arbeitgebern.

In den Ärztekammern trägt der Marburger Bund wesentlich zur Meinungsbildung bei.

Auch in der Öffentlichkeit sind die Experten des Verbandes gefragte Gesprächspartner in Sachen Gesundheits-, Berufs- und Tarifpolitik.



Mit über 147.000 Mitgliedern ist der Marburger Bund eine starke Gemeinschaft und Deutschlands größter Ärzteverband.

Der besondere Service für Ärztinnen und Ärzte:



GUT GESCHULT

Angebote von Seminaren und Fortbildungen, Vermittlung von Medizinwissen



GUT INFORMIERT

Exklusiver Informationsservice MARBURGER BUND ZEITUNG, spezielle Newsletter, Broschüren, Merkblätter, MBZ-Plus-App, Uni-Spezial, Social-Media



GUT BERATEN

Beratung und Hilfestellung bei allen arbeitsrechtlichen Fragen



GUT VERTRETEN

Berufliche Interessenvertretung in der Politik und den Ärztekammern



GUT ABGESICHERT

Besonderer Finanz- und Versicherungsservice zu Sonderkonditionen

Print & Online

- 12 x im Jahr
- als Zeitung
- als digitale Version
- regelmäßige Newsletter
- Magazine für Studierende
- Handouts zu Ärzteseminaren und Kongressen



(IVW III/2025)

Druckauflage 128.602
verbreitete Auflage 127.824
 verkaufte Auflage 96.193
 Aboauflage 96.193

Auflagenenerhöhung

Zusätzliche Exemplare werden zum Deutschen Ärztetag, zu MB-Hauptversammlungen, Ärzte-Kammerwahlen sowie ausgewählten Fachkongressen verbreitet.

MARBURGER BUND ZEITUNG

Ein großer Titel

mit hoher Reichweite bei Krankenhausärztinnen und -ärzten

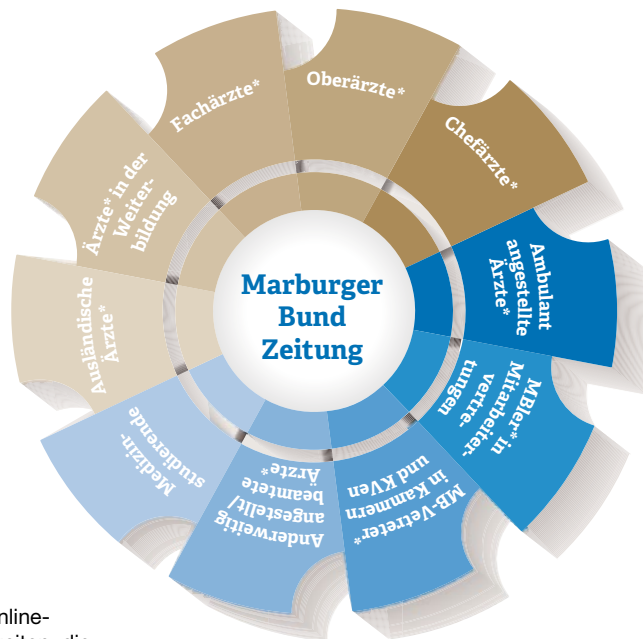
Empfänger und Leser der Marburger Bund Zeitung arbeiten angestellt in:

- Krankenhäusern und Universitätskliniken
- Rehabilitationskliniken
- Medizinischen Versorgungszentren
- Praxen niedergelassener Ärztinnen und Ärzte
- Öffentlichen Gesundheitseinrichtungen/-diensten
- Behörden und Einrichtungen der Sozialversicherung
- Sanitätsdienst der Bundeswehr
- Pharma-Industrie und Forschung

Starker Werbeträger – passgenauer Werbemix

Die MBZ bietet mit ihren Print-/Online-Medien vielfältige Werbemöglichkeiten, die geschickt ineinandergreifen und für hohe Präsenz in der gewünschten Zielgruppe sorgen.

- Klassische Anzeigenformate
- Panoramas-Seiten
- Beilagen
- Advertorials/Sonderproduktionen
- Half-Cover
- Online-Werbeformen



* (m/w/d)

Warum lesen Ärztinnen und Ärzte die MBZ?

Die Leserinnen und Leser haben über ihre teils langjährige Mitgliedschaft eine hohe Bindung zu ihrem Berufsverband, dem Marburger Bund, aufgebaut. Sie vertrauen dem Marburger Bund, dass dieser sich für ihre Interessen als Berufsgruppe einsetzt.

Für die Ärztinnen und Ärzte hat ihre Mitgliedschaft viele Vorteile und Benefits. Über die MBZ erhalten Sie aus erster Hand Informationen zu den gesundheits-, berufs- und tarifpolitischen Themen.

Die meisten LeserInnen schätzen dabei das klare Redaktionskonzept: Hohe Aktualität plus Hintergrundberichterstattung – aufbereitet in kurzen und präzisen Beiträgen. Das entspricht dem Informationsbedürfnis der heutigen Ärztinnen und Ärzte.

LESER- UND MITGLIEDERBEFRAGUNGEN



Die Marburger Bund Zeitung (MBZ) orientiert sich kontinuierlich an den Interessen und Bedürfnissen ihrer Leserinnen und Leser. Durch regelmäßige Leserbefragungen erhält die Redaktion wertvolles Feedback, das in die Gestaltung der Inhalte einfließt.

Wichtige Ergebnisse der Leserbefragung 2024:

Das ist unsere Leserschaft:

Die größte Gruppe unter unseren Lesern bilden die Ärztinnen und Ärzte in der Weiterbildung sowie die Fachärztinnen und -ärzte. Viele von ihnen haben bereits verantwortungsvolle Positionen inne, so sind über 43 % Chef- oder Oberärzte.

Hier sind unsere Leser beruflich tätig: fast 32 % in kommunalen Kliniken, rund 20 % in Universitätskliniken, über 13 % in kirchlichen Häusern, mehr als 13 % in Kliniken privater Trägerschaft und 22 % bei anderen Einrichtungen wie MVZ, Praxen, bei der Bundeswehr oder in Unternehmen aus Pharma & Forschung.

Das schätzen unsere Leser besonders:

- nützliche Informationen aus erster Hand, die der Marburger Bund als Berufsverband bereitstellt
- sachlich fundierte, informative und transparente Berichterstattung
- guter Mix aus Hintergrundberichten, Interviews und Kurznachrichten
- ausgewogene Themenvielfalt
- regelmäßige Erscheinungsweise
- hohe Aktualität und Relevanz für den Berufsalltag in Klinik und Praxis
- Print- und Online-Formate

Dies macht die MBZ für die Leser so einzigartig:

- Berichterstattung aus Ärzterspektive
- berufs- und tarifpolitische Ausrichtung
- überregionale Berichterstattung – sowie Neuigkeiten aus der Region
- Fokus auf das Wesentliche
- Verbindung zum Berufsverband
- Nähe zur ärztlichen Arbeitsrealität

Print & Online: Neben der Print-Ausgabe nutzen unsere Leser auch intensiv die Online-Angebote, insbesondere die App sowie die Online-Newsletter „MBZ-Woche“ und „MB-Studi-News“. Diese digitalen Formate sind besonders beliebt für den Zugriff unterwegs oder im Urlaub.

Leser-Blatt-Bindung: über 73 % sind Stammleser, rund 60 % haben alle der letzten sechs Print-Ausgaben gelesen.

Mitgliederbefragung – Monitoring: Der Marburger Bund führt seit vielen Jahren repräsentative Umfragen zu verschiedenen Themen durch. Die Mitglieder werden u.a. zu ihrer beruflichen Situation, Arbeitsbedingungen, Arbeitszeiten und Weiterbildung befragt. Die Ergebnisse dieser MB-Monitore beleuchten die aktuelle Lage angestellter Ärztinnen und Ärzte und formulieren zugleich zukunftsweisende Forderungen an die Gesundheits- und Berufspolitik.

Grundpreise je Spalte/mm-Höhe

Fortbildung	s/w	3,95 €
	4c	5,05 €
(Mindestgröße 50 Gesamt-mm)		

Agentur-Provision
(auf Kundennetto) 10 %

Fortbildung

Unsere Themen gewährleisten ein optimales Forum für die gezielte Bewerbung von Kursen, Seminaren und Studiengängen, die den Ärztinnen und Ärzten den Erwerb von zusätzlichen Kompetenzen ermöglichen und ihnen damit neue Karriereschritte eröffnen.

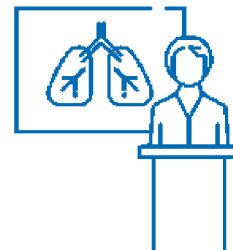
Fortbildungsangebote werden Print und Online veröffentlicht:

1. abgedruckt in der bundesweiten MBZ-Print-Ausgabe als Formatanzeige
2. Online in der App (digitale Ausgabe)
3. Online auf der MBZ-Website

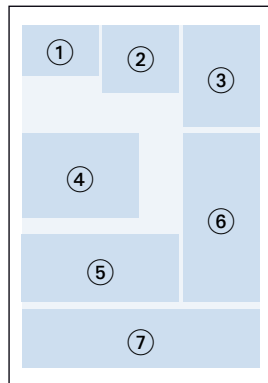
ANZEIGEN FÜR FORTBILDUNGSANGEBOTE

Anzeigenpreise für Musterformate:

Musterformat	Breite x Höhe mm	s/w	4c
①	90 x 60	474,00 €	606,00 €
②	90 x 80	632,00 €	808,00 €
③	90 x 120	948,00 €	1.212,00 €
④	138 x 100	1.185,00 €	1.515,00 €
⑤	186 x 80	1.264,00 €	1.616,00 €
⑥	90 x 200	1.580,00 €	2.020,00 €
⑦	282 x 70	1.659,00 €	2.121,00 €



Die Kosten für Formate nach Ihren individuellen Wünschen teilen wir Ihnen gerne mit.
Telefon: (02204) 961818 | E-Mail: anzeigen@marburger-bund-zeitung.de

Musterformate ① – ⑦

Spaltenbreiten:

- 1-spaltig = 43 mm
- 2-spaltig = 90 mm
- 3-spaltig = 138 mm
- 4-spaltig = 186 mm
- 5-spaltig = 234 mm
- 6-spaltig = 282 mm

Max. Satzspiegel-
Höhe: 406 mm

Beilagen

bis 25 g Gewicht per Tausend
(inkl. Postgebühren) 165,00 €

über 25 g Gewicht Mehrpreis auf Anfrage

Teilbeilagen (nach Bundesländern möglich) Mehrpreis auf Anfrage

Warenproben etc. etc. auf Anfrage

Werbebanner verlinkt je Schaltung
im Online-Newsletter MBZ-Woche

- wöchentlich
- rund 44.000 Abonnent:innen

Fullbanner TOP-Platzierung 780,00 €

Fullbanner BEST-Platzierung 660,00 €

Fullbanner Content-Platzierung 530,00 €

Alle Preise zzgl. ges. MwSt.


Sonderserien:

- Ambulant angestellt
- Ärztinnen
- Ausland
- Digitalisierung im Gesundheitswesen
- Familie & Beruf
- Führungsmodelle
- Gewalt im Krankenhaus
- Klimawandel
- Studium
- Weiterbildung
- Zusatzqualifikationen für Ärzte

TERMIN UND THEMENPLAN
Termin- und Themenplan 2026

Ausgabe	Erscheinungs- tag	Anzeigen- schluss	Druck- unterlagen	Sonderthemen Wissenschaft & Technik
01	23.01.	09.01.	12.01.	Intensiv- und Notfallmedizin
02	20.02.	06.02.	09.02.	Chirurgie
03	20.03.	06.03.	09.03.	IT im Krankenhaus
04	17.04.	02.04.	07.04.	Schmerztherapie
05	15.05.	30.04.	04.05.	Innere Medizin
06	19.06.	05.06.	08.06.	Stoffwechselerkrankungen
07	24.07.	10.07.	13.07.	Onkologie
08	21.08.	07.08.	10.08.	Klinische Ernährung
09	18.09.	04.09.	07.09.	Neurologie
10	23.10.	09.10.	12.10.	Medizintechnik/MEDICA
11	20.11.	06.11.	09.11.	Infektiologie
12	18.12.	04.12.	07.12.	Psychiatrie/Psychotherapie/Nervenheilkunde

Lassen Sie sich gerne beraten, welche Themen Ihrer Werbung maximale Aufmerksamkeit garantieren und mit welchem Media-Mix Sie Ihre Zielgruppe am effektivsten erreichen.



Christine Kaffka
(Anzeigenleitung)



Miriam Kaffka

Die oben angegebenen Anzeigenschluss- und DU-Termine gelten für Anzeigen sowohl im redaktionellen Teil, als auch für Rubrikanzeigen.

(Aktuelle Änderungen vorbehalten)

Anlieferung

Daten und Andrucke

Print PrePress GmbH & Co. KG
Marie-Curie-Straße 23
53359 Rheinbach
Telefon: (02226) 82427-33

Datenfernübertragung

Die Daten können per E-Mail übertragen werden.

E-Mail

mbz.ppp@print-prepress.de

Digitale Druckunterlagen

Farbigkeit

Gedruckt wird nach 4-c-Euroskala. Zusatzfarben nach HKS-Farbfächer Z für den Zeitungsdruck werden durch den Zusammendruck aus den Skalenfarben Cyan, Magenta, Yellow und Schwarz erreicht.

Bilder

Alle Bilder sollten mit dem bei der IFRA (www.ifra.com) erhältlichen ICC-Profil „WAN-IFRAnewspaper26v5“ von RGB nach CMYK umgewandelt werden. Die Summe der vier Skalenfarben darf 240 % in neutralen Bildtiefen nicht überschreiten.

Auflösung

Halbtonbilder benötigen eine Auflösung von 250 dpi, Strichbilder eine Auflösung von 1270 dpi.

Strichstärken

Negativstriche mind. 0,15 mm;
Positivstriche mind. 0,10 mm.

Andrucke

Für Vierfarb-Anzeigen wird zusätzlich ein farbverbindlicher Andruck benötigt. Liegt dieser nicht termingerecht vor, kann die Farbverbindlichkeit nicht gewährleistet werden.

Dateiformate

Verwenden Sie bitte immer den nativen PDF-Export aus Adobe InDesign und Quark XPress oder aber einen aktuellen Acrobat Distiller, mit dem Setting/Vorgabe „PDF-X3:2002“ und der Ausgabe-Intention WAN-IFRAnewspaper26v5 oder EPS-Dateien, jeweils mit eingebetteten oder in Pfade gewandelten Schriften. Auf JPEG-komprimierte Bilder in EPS-Dateien sollte verzichtet werden. Die Daten dürfen nicht vor-/farbsepariert sein, sondern müssen als Composite vorliegen.

Offene Daten

Adobe Indesign
Alle Schriften und Bilder (Fotos, Grafiken, Logos) müssen dem Dokument beigelegt werden. Microsoft-Programme wie Word, Excel, Powerpoint oder Publisher sind für das professionelle Erstellen von Druckvorlagen nicht geeignet.

Wichtiger Hinweis

Anzeigen, die als EPS-, PDF- oder TIFF-Datei bei uns eingehen, können nicht geändert werden. Eine Garantie für das Druckergebnis kann nicht gewährleistet werden.

Allegemeine Geschäftsbedingungen der Schenkelberg Rheinland GmbH

I. Definitionen

1. Anzeigenauftrag im Sinne dieser AGB ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbetreibenden (Auftraggeber) in einer Druckschrift oder einem sonstigen Medium zum Zwecke der Verbreitung.
2. Beilagenauftrag im Sinne dieser AGB ist der Vertrag über die Beilage eines oder mehrerer vom Werbetreibenden (Auftraggeber) zu stellenden oder aufgrund eines gesonderten Auftrages von dem Verlag (Auftragnehmer) zu erstellenden Beilage zu einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung.
3. Abrufauftrag im Sinne dieser AGB ist der Auftrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen, wobei der Auftraggeber die einzelne Anzeige jeweils gesondert abrufen kann.
4. Textteilanzeigen sind solche Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text oder den Rand und nicht an andere Anzeigen angrenzen.

II. Vertragsschluss

1. Ein Vertrag kommt dadurch zustande, dass der Auftraggeber einen entsprechenden Auftrag erteilt und der Verlag diesen annimmt. Die Annahme kann auch dadurch erfolgen, dass der Auftrag innerhalb der im Auftrag genannten Frist oder, wenn eine solche nicht bestimmt ist, innerhalb der nächsten drei Ausgaben der entsprechenden Druckschrift veröffentlicht.
2. Bestätigt der Verlag den Auftrag unter Benennung eines bestimmten Veröffentlichungsdatums oder einer bestimmten Veröffentlichungsfrist, so kommt der Vertrag entsprechend zustande, wenn nicht der Auftraggeber innerhalb von zwei Wochen, spätestens aber vor Druckbeginn widerspricht.
3. Ein Beilagenauftrag kommt – auch wenn der Auftragnehmer diesen bestätigt hat – erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und Billigung dieses Modells durch den Auftragnehmer und dem Herausgeber zustande. Die Billigung kann entsprechend Ziffer 1 durch Ausführung der Beilage erfolgen.
4. Aufträge, die bei Vermittlern, Agenturen oder Annahmestellen erteilt werden, bedürfen in jedem Fall der Annahme durch den Auftragnehmer selbst.
5. Ein Abrufauftrag ist – wenn nicht ausdrücklich etwas anderes vereinbart wird – innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln. Innerhalb dieser oder der ausdrücklich vereinbarten Frist kann der Auftraggeber über die vereinbarte Anzahl hinaus zusätzliche Anzeigen abrufen.
6. Der Auftragnehmer ist berechtigt, die Veröffentlichung von Anzeigen oder Beilagen – auch nach rechtsverbindlichem Vertragsschluss – abzulehnen, wenn deren Veröffentlichung wegen des Inhalts oder der Herkunft dem Auftragnehmer oder dem Herausgeber des Mediums nicht zuzumuten sind. Dies gilt auch, wenn Anzeigen oder Beilagen gegen gesetzliche, behördliche oder postalische Vorschriften oder die guten Sitten verstoßen, insbesondere auch wenn die Gefahr von Wettbewerbs- oder Urheberrechtsverstößen besteht.
7. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen.
8. Durch Beilagen entstehende Porto(mehr-)kosten trägt der Auftraggeber. Diese werden durch den Auftragnehmer gesondert in Rechnung gestellt und sind im Voraus zu zahlen.

III. Abwicklung

1. Für die Aufnahme von Anzeigen oder Beilagen in bestimmte Ausgaben, bestimmte Nummern oder an bestimmten Stellen wird keine Gewähr geleistet, es sei denn, dass dies ausdrücklich zum zwingenden Bestandteil des Vertrages gemacht und vom Auftragnehmer bestätigt wurde.
2. Bei Rubrik-Anzeigen gewährleistet der Auftragnehmer die Veröffentlichung in der entsprechenden Rubrik.
3. Für die rechtzeitige und technisch verwendbare Bereitstellung des Anzeigentextes, der Anzeigenvorlage oder der Beilage ist der Auftraggeber verantwortlich. Sind Mängel dieser Vorlagen für den Auftragnehmer erkennbar, so fordert er Ersatz an.

4. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichem Wunsch geliefert. In diesem Fall ist der Auftraggeber verpflichtet, den Probeabzug unverzüglich zu prüfen und etwaige Mängel oder Änderungswünsche mitzuteilen. Erfolgt eine Rüge oder ein Änderungswunsch nicht innerhalb der mitgeteilten Frist, gilt der Probeabzug als genehmigt.
 5. Ist eine Anzeigengröße nicht ausdrücklich vereinbart, so erfolgt der Abdruck in dem Anzeigeninhalt entsprechender, üblicher Größe.
 6. Anzeigenbelege werden gemäß der Vereinbarung im Anzeigenvertrag geliefert.
 7. Druckvorlagen werden nur auf Anforderung zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung durch den Auftragnehmer endet drei Monate nach Ablauf des Auftrags.
 8. Die Kosten für die Anfertigung der Druckunterlagen (Filme, Proofs etc.) gehen zu Lasten des Auftraggebers. Dies gilt auch für sämtliche Kosten, die durch vom Auftraggeber verursachte Änderungen entstehen.
 9. Zuschriften auf Chiffreanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Werden sie innerhalb dieser Frist nicht abgeholt, wird der Auftragnehmer sie vernichten. Ist eine postalische Weitersendung von Zuschriften ausdrücklich vereinbart, so werden alle Zuschriften – auch wenn diese per Fax, Eilbrief oder per Einschreiben eingehen – nur per normaler Post weitergeleitet. Der Auftragnehmer sammelt diese und leitet die Zuschriften einmal wöchentlich weiter. Der Auftragnehmer hat das Recht, eingehende Zuschriften stichprobenweise zu öffnen, um einen Missbrauch des Chiffredienstes auszuschließen.
 10. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung als solche nicht erkennbar sind, werden von dem Auftragnehmer deutlich mit dem Hinweis „Anzeige“ gekennzeichnet.
 11. Kann ein vereinbarter Termin wegen Streik, Aussperrung, sonstiger Betriebsstörungen oder einem sonstigen Fall höherer Gewalt nicht eingehalten werden, so ist der Auftrag zum nächstmöglichen Termin auszuführen; kann eine spätere Ausführung den Zweck nicht erreichen, kann der Auftraggeber den Vertrag kündigen. Weitere Rechte stehen dem Auftraggeber nicht zu. Ein Anspruch des Auftraggebers wegen Verzögerungsschäden oder entgangenem Gewinn ist ausgeschlossen.
- ### IV. Haftung
1. Der Auftragnehmer ist nicht verpflichtet, zur Verfügung gestellte Vorlagen auf Richtigkeit zu prüfen. Der Auftragnehmer gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
 2. Wird eine Anzeige trotz ordnungsgemäßer Vorlage fehlerhaft, unleserlich oder unvollständig veröffentlicht, so hat der Auftraggeber zunächst nur Anspruch auf Nachbesserung in Form der Schaltung einer Ersatzanzeige. Weist der Auftraggeber nach, dass die Schaltung der Ersatzanzeige den Anzeigenzweck verfehlt, hat er Anspruch auf angemessene Minderung; dies gilt allerdings nur, wenn die Ersatzanzeige auch bei unverzüglicher Reklamation des Auftraggebers bereits den Zweck nicht mehr hätte erfüllen können.
 3. Bei Wiederholungs- oder Abrufanzeigen hat der Auftraggeber die erschienenen Anzeigen zu prüfen und ggf. vor Erscheinen der nächsten Anzeige zu rügen. Kommt der Auftraggeber dieser Rüfepflicht nicht nach, so kann er aus einem wiederholten Abdruck der fehlerhaften Anzeige keine Rechte herleiten.
 4. Bei telefonisch oder mündlich aufgegebenen Anzeigen haftet der Auftragnehmer nicht für Übermittlungs- oder Verständnisfehler. Diese gehen allein zu Lasten des Auftraggebers.
 5. Der Auftragnehmer haftet nicht für durch die Anzeige oder Beilage erfolgte Rechtsverstöße, insbesondere Wettbewerbs- oder Urheberrechtsverletzungen. Wird der Auftragnehmer durch Dritte wegen solcher Verstöße in Anspruch genommen, so hat der Auftraggeber ihn von allen Ansprüchen und Kosten freizustellen. Wird der Auftragnehmer verpflichtet, eine Gegenabstellung oder Richtigstellung abzuwickeln, so hat der Auftraggeber diese auf Basis der aktuellen Anzeigenpreise zu bezahlen.
 6. Eine nicht unerhebliche Minderung der Auflage berechtigt den Auftraggeber lediglich zu einer angemessenen Preisreduzierung. Eine Auflagenminderung ist nicht unerheblich, wenn sie bei einer Sollaufflage von bis zu 50 000 mehr als 20 %/50 000 bis zu 100 000 mehr als 15 %

100 000 bis zu 500 000 mehr als 10 %/500 000 und höher mehr als 5 % beträgt.

Die Sollaufflage ist die vertraglich vereinbarte, mangels Vereinbarung in der gültigen Preislste angegebene Auflage. Weitere Ansprüche sind grundsätzlich ausgeschlossen. Dies gilt jedenfalls dann, wenn der Auftragnehmer den Auftraggeber so rechtzeitig vom Absinken der Auflage in Kenntnis gesetzt hat, dass dieser den Anzeigenauftrag zurücknehmen konnte.

7. Schadenersatzansprüche des Auftraggebers oder Dritter werden grundsätzlich ausgeschlossen, dies gilt nicht

- bei vorsätzlich oder grob fahrlässig verursachtem Schaden,
- bei leicht fahrlässiger Verletzung wesentlicher Vertragspflichten, auch durch gesetzliche Vertreter oder Erfüllungsgehilfen des Auftragnehmers; insoweit haftet er nur auf den nach Art des Produkts vorhersehbaren, vertragstypischen, unmittelbaren Durchschnittsschaden,
- im Falle schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit des Auftraggebers,
- bei arglistig verschwiegenen Mängeln und übernommener Garantie für die Beschaffenheit der Ware.

8. Ist der Auftraggeber Unternehmer, so hat er in entsprechender Anwendung der §§ 377, 378 HGB die Anzeige oder Beilage unverzüglich nach Erhalt oder Veröffentlichung zu prüfen und etwaige Mängel unverzüglich zu rügen; andernfalls ist er mit Gewährleistungsansprüchen wegen Mängeln, die er bei einer Prüfung hätte erkennen können, ausgeschlossen.

V. Preise/Zahlung

1. Es gelten grundsätzlich die aus der aktuellen Preislste ersichtlichen Preise, sofern nicht im Einzelfall etwas Abweichendes vereinbart wird.
 2. Ist der Auftraggeber Erstkunde, oder lassen sich die Aufträge des Kunden nicht im Rahmen unserer Kreditversicherungsversicherung, so hat er für den Anzeigen- oder Beilagenauftrag Vorauszahlung zu leisten.
 3. Werden Mengenrabatte, Preisnachlässe bei Wiederholungsanzeigen oder Ähnliches vereinbart und wird die vereinbarte Menge oder Anzahl aus Gründen, die der Auftragnehmer oder seine Erfüllungsgehilfen nicht zu vertreten haben, nicht erreicht, so hat der Auftraggeber die der tatsächlichen Anzahl oder Menge entsprechenden Preise zu entrichten.
 4. Soweit keine Vorauszahlung geleistet wurde, sind alle Rechnungsbeträge binnen zwei Wochen ab Zugang der Rechnung zu zahlen; mit Ablauf dieser Frist kommt der Auftraggeber ohne Mahnung in Verzug und schuldet den gesetzlichen Verzugszins.
 5. Befindet sich der Auftraggeber mit einer oder mehreren Zahlungen in Verzug, so kann der Auftragnehmer weitere Leistungen von Vorauszahlungen abhängig machen. Dies gilt auch, wenn der Auftraggeber sich zwar nicht aktuell in Verzug befindet, er jedoch in der Vergangenheit mindestens zweimal, oder mindestens einmal mehr als vier Wochen in Verzug geraten ist.
 6. Werbeagenturen oder Vermittler sind verpflichtet, sich bei den Preisen gegenüber ihren Kunden an die jeweils aktuelle Preislste des Auftragnehmers zu halten. Die vom Auftragnehmer gewährte Provision darf nicht, auch nicht teilweise an den Kunden weitergegeben werden.
- ### VI. Sonstiges
1. Ist der Auftraggeber Kaufmann, eine juristische Person des öffentlichen Rechts oder ein öffentlich-rechtliches Sondervermögen oder hat er im Inland keinen allgemeinen Gerichtsstand, so ist der Sitz des Auftragnehmers Erfüllungsort und Gerichtsstand.
 2. Es wird die Anwendung deutschen Rechts vereinbart.
 3. Sollten eine oder mehrere Bestimmungen dieser AGB unwirksam sein oder werden, so bleiben die übrigen Regelungen bestehen.