

MEDIA DATEN

2012

Mission

Als führende Einrichtung der Museumspädagogik in Deutschland entwickeln, organisieren und realisieren wir zentral die Vermittlungsarbeit für die Museen der Stadt Köln. Wir sind eigenständiger und gleichberechtigter Partner dieser Museen und direkte Schnittstelle zur Öffentlichkeit. Grundlage unserer Arbeit sind die Sammlungen und Ausstellungen in den Kölner Museen. Durch engen Dialog mit der Wissenschaft sorgen wir für aktuelle Inhalte, nachhaltige Bildung und Freude an der Kultur.

Wir entwickeln unser Programm für die gesamte Bevölkerung in Köln und darüber hinaus, unabhängig von Alter, Herkunft, Bildung und Religion. Dabei achten wir auf eine barrierefreie Vermittlung. Wir wollen unser Publikum am kulturellen Erbe mit all seinen Bezügen zu einer ständig sich wandelnden Gesellschaft teilhaben lassen. Unser Tun zielt auf Stärkung der Persönlichkeit mit ihren schöpferischen Anlagen und kulturellen Kompetenzen.

Wir sind Teil eines Netzwerkes im Dienste der Kultur. Mit Partnern aus verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen arbeiten wir konstruktiv zusammen und erstreben die besten Lösungen. Quelle unseres Erfolges sind unsere Mitarbeiter. Wir fördern ihr Wissen und sichern die Qualität ihrer Arbeit. Im Umgang miteinander pflegen wir offenen Dialog und gegenseitigen Respekt.

In unserer Arbeit verfolgen wir klare Ziele. Wir stellen der Öffentlichkeit unsere ganze Energie und Erfahrung zur Verfügung. Wir wahren wissenschaftliche Ernsthaftigkeit und setzen auf eine Vielfalt zeitgemäßer Vermittlungsformen. Der Respekt vor allen Kulturen ist ständige Prämisse unseres Handelns.

Aufgaben

Mit über 120.000 Gästen, die jährlich 6.500 Führungen, Workshops und Events besuchen, haben wir einen wesentlichen Anteil am Publikumserfolg der Museumsstadt Köln. Als zentraler Dienstleister organisieren wir das Vermittlungsprogramm in den städtischen Museen. Dabei wenden wir uns nicht nur an ein kulturaffines Publikum. Unsere Veranstaltungen richten sich an alle, die die Museen der Stadt besuchen. Und das sind über 1 Million Menschen jährlich.

Unser Auftrag reicht jedoch weiter. Als einer der größten Anbieter im Bereich kultureller Bildung in Köln nehmen wir auch die in den Fokus, die seltener den Weg ins Museum finden. Jugendliche aus sozial schwachen Familien, Menschen mit Behinderungen oder Bürger mit Migrationshintergrund. Mit zielgruppenspezifischen Projekten, durch Kooperationen und vor allem im Bewusstsein, dass Kultur das einigende Band einer heterogenen Gesellschaft sein kann.

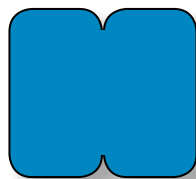
Quartalsprogramm

Im Quartalsprogramm erscheinen die Führungen, Workshops und Events, die wir in den neun städtischen Museen organisieren. Die Broschüre liegt in allen Museen, in Kultureinrichtungen, an der Tourismusinformation und 60 weiteren Orten aus. Mit seinen Rubriken wendet sich das Programm an das Publikum 40+ bis hin zur Generation Silber. Die Nutzer sind kulturorientiert, weltoffen und mobil. Die Leser des Quartalsprogramms sind zu 40 Prozent Stammkunden, zu 60 Prozent lassen sie sich vom Interesse am jeweiligen Thema leiten. Kulturinteressierte sind eine hochinteressante Zielgruppe, denn sie haben ein überdurchschnittliches Einkommen und sind offen für die schönen Dingen des Lebens.

	ERSCHEINUNGSDATUM	ANZEIGENSCHLUSS	DRUCKUNTERLAGENSCHLUSS
HEFT 4/2011 (OKTOBER-DEZEMBER)	29. September 2011	26. August 2011	02. September 2011
HEFT 1/2012 (JANUAR-MÄRZ)	29. Dezember 2011	24. November 2011	01. Dezember 2011
HEFT 2/2012 (APRIL-JUNI)	27. März 2012	27. Februar 2012	05. März 2012
HEFT 3/2012 (JULI-SEPTEMBER)	27. Juni 2012	29. Mai 2012	04. Juni 2012

Anzeigenpreise und Formate

ENDFORMAT
FORMAT (MIT 3MM BESCHNITTZUGABE)
FARBE



2/1 SEITE
210 x 210 mm
216 x 216 mm
4c oder sw

1200 Euro



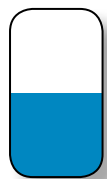
1/1 SEITE (UMSCHLAG)
105 x 210 mm
111 x 216 mm
4c oder sw

850 Euro



1/1 SEITE (INNEN)
105 x 210 mm
111 x 216 mm
4c oder sw

700 Euro



1/2 SEITE
105 x 105 mm
111 x 111 mm
4c oder sw

400 Euro

Die angegebenen Preise verstehen sich zzgl. 19% MwSt.

Mitglieder der Museumspädagogischen Gesellschaft (MPG): -3%

Malstaffel: 2 Anzeigen -5% | 3 Anzeigen -8% | 4 Anzeigen -10%. Rabatte gelten bei Belegung innerhalb eines Jahres (Beginn mit dem Erscheinen der ersten Anzeige)

Kombirabatt: Bei der Belegung von 2 Publikationen erhalten Sie 5% Kombinationsrabatt, bei Belegung von 3 Publikationen 10% Kombinationsrabatt zusätzlich zu bereits gewährten Rabatten wegen Mehrfachschaltung.

Keine Preisunterschiede für farbige oder Schwarz-Weiß-Anzeigen

Rahmendaten

AUFLAGE:	15.000 Exemplare
ERSCHEINUNGSORT:	Köln
ERSCHEINUNGSWEISE:	viermal jährlich, jeweils zu Quartalsbeginn
PREIS:	kostenlos
UMFANG:	ca. 52 Seiten
FORMAT:	DIN Lang
DISTRIBUTION:	a) Auslage in den Kölner Museen b) Auslage an 60 Orten im Stadtbezirk
HERAUSGEBER:	Museumsdienst Köln
ANSPRECHPARTNER ANZEIGEN:	MWK Zimmermann & Hähnel GmbH Frau Timea Basa Frau Ute Singer Tel.: 0221/82009-14 Tel.: 0221/82009-13

Programm für Kinder und Jugendliche

Gerade für Familien wird Planungssicherheit immer wichtiger. Wie gestalte ich die Sonntage im Herbst? Wann gibt es in den Sommerferien spannende Kurse? Kann ich mein Kind parallel zur Shoppingtour in den Museen beschäftigen? Mit unserem Halbjahresprogramm wird die Freizeitgestaltung für Kinder und Jugendliche planbar. Zumindest für die Museen. Das Heft wendet sich in erster Linie an Eltern und Großeltern, die ihre Kinder und Enkel nicht nur sinnvoll beschäftigen wollen, sondern auch das immense Potenzial kultureller Bildung einzuschätzen wissen. Die Leserschaft ist kulturaffin, vorwiegend weiblich und zwischen 30 und 40 bzw. ab 60 Jahren alt.

		ANZEIGENSCHLUSS	DRUCKUNTERLAGENSCHLUSS	ERSCHEINUNGSTERMIN
HEFT 1/2012	Januar 2012 - Juli 2012	25. November 2011	5. Dezember 2011	16. Dezember 2011
HEFT 2/2012	Juli 2012 - Januar 2013	2. Juli 2012	9. Juli 2012	27. Juli 2012

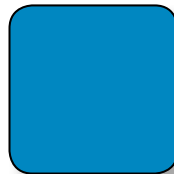
Anzeigenpreise und Formate



2/1 SEITE

ENDFORMAT 210 x 420 mm
FORMAT (MIT 3MM BESCHNITZUGABE) 216 x 426 mm
FARBE 4c

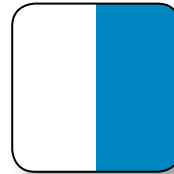
1200 Euro



1/1 SEITE (INNEN)

210 x 210 mm
216 x 216 mm
4c

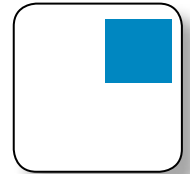
700 Euro



1/2 SEITE HOCH

210 x 105 mm
216 x 111 mm
4c

400 Euro



1/4 SEITE HOCH

91 x 91 mm
im Satzspiegel
4c

250 Euro

Die angegebenen Preise verstehen sich zzgl. 19% MwSt.

Platzierungszuschlag U2, U3 und U4: +15%

Mitglieder der MPG: -10%

Kombirabatt: Bei der Belegung von 2 Publikationen erhalten Sie 5% Kombinationsrabatt, bei Belegung von 3 Publikationen 10% Kombinationsrabatt zusätzlich zu bereits gewährten Rabatten wegen Mehrfachschaltung. Ein Agenturrabatt (AE) wird nicht gewährt.

Keine Preisunterschiede für farbige oder Schwarz-Weiß-Anzeigen

Rahmendaten

AUFLAGE:	10.000 Exemplare
ERSCHEINUNGSORT:	Köln
ERSCHEINUNGSWEISE:	halbjährlich inkl. Ferienprogramm
PREIS:	kostenlos
UMFANG:	ca. 52 Seiten
FORMAT:	210 x 210 mm
DISTRIBUTION:	a) Auslage in den Kölner Museen b) Auslage an 100 kinderorientierten Orten im Stadtbezirk Köln
HERAUSGEBER:	Museumsdienst Köln
ANSPRECHPARTNER ANZEIGEN:	MWK Zimmermann & Hähnel GmbH
	Frau Timea Basa
	Frau Ute Singer
	Tel.: 0221/82009-14
	Tel.: 0221/82009-13

Technische Daten

Lieber Anzeigenkunde,

damit wir Ihre Anzeigen optimal umsetzen können, sollten einige wenige technische und organisatorische Vorgaben beachtet werden. Bitte seien Sie so nett und stellen Sie sicher, dass die uns zum Druck übermittelten Daten bzw. Unterlagen den folgenden Kriterien genügen:

Termin

Alle Druckdaten müssen bis spätestens eine Woche nach Anzeigenschluss bei uns eingetroffen sein.

Daten

Bitte senden Sie uns PDF-Dateien, die nach dem PDF/X-3:2002 Standard im CMYK-Modus erstellt wurden. In Ausnahmefällen verarbeiten wir auch InDesign, QuarkXPress, Photoshop oder FreeHand Daten. Bitte verwenden Sie Bilder mit einer Auflösung von 300 dpi (bei Bitmaps 1200 dpi). Falls Sie keine PDF-Datei schicken, wandeln Sie Schriften wenn möglich in Zeichenwege um, ansonsten bitte immer den vollständigen Schriftsatz beifügen. Anzeigen bitte immer mit rundum 3 mm Beschnittzugabe anlegen und relevante Informationen nicht näher als 3 mm zum Endformat-Rand positionieren. Bei Rückfragen geben wir Ihnen gerne Auskunft unter Tel.: 0221/82009-10.

Datenversand

Bitte halten Sie Ihre Dateien für den Versand klein und nutzen Sie Stuff-It oder Zip-It zur Komprimierung. Daten können Sie uns per E-Mail oder als CD per Post senden, oder als FTP-Upload auf unseren Server laden: <ftp://mwk.homeftp.net>, die Zugangsdaten erhalten Sie auf telefonische Anfrage unter Tel.: 0221/82009-10.

Druck

Akzidenz Rollenoffset, Euroskala

Sonstiges

Bitte senden Sie uns zusätzlich zu den druckfertigen Daten einen farb- und größengetreuen Proof per Post. Die uns übermittelten Daten werden nicht mehr auf Richtigkeit bzw. drucktechnische Eignung überprüft. Uns zum Zwecke des Drucks überlassene Materialien werden, sofern nicht ausdrücklich anders gewünscht, nicht zurückgesandt.

Bitte nennen Sie uns einen Ansprechpartner (Grafik), damit wir eventuellen Problemen gegebenenfalls bereits im Vorfeld begegnen können.

Versandadresse

MWK Zimmermann & Hähnel GmbH
Elisenstraße 24 · 50667 Köln
Tel.: 0221/82009-10
Fax: 0221/82009-25
www.mwk-koeln.de
info@mwk-koeln.de
<ftp://mwk.homeftp.net>

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitschriften und Zeitungen

- 1 »Anzeigenauftrag« im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck 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 Ziff. 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 Für Zeitschriften unzutreffend (Textteilanzeigen).
- 6 Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, 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.
- 7.1 Absatz entfällt für Zeitschriften (Textteilanzeigen). Anzeigen die auf Grund ihrer Gestaltung nicht als Anzeige erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
- 8 Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge –, auch rechtsverbindlich bestätigte Aufträge sowie einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages 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 Modells 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 wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
- 9 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 Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
- 10 Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch und 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. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Lieferung 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 Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht nur grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; 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 nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
- 11 Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung der Probeabzüge gesetzten Frist mitgeteilt werden.
- 12 Für Zeitschriften unzutreffend (Millimeter-Abrechnung).
- 13.1 Absatz entfällt für Zeitschriften (Rechnungslegung bei Zeitungen). Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen von 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.
- 14.1 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 offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
- 15 Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages 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.
- 16 Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für den Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderung ursprünglicher vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
- 17 Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisermäßigung 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 (bei Fachzeitschriften ggf. die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein Preisermäßigung berechtigender Mangel, wenn sie

bei einer Auflage bis zu	50.000 Exemplaren	20 v. H.,
bei einer Auflage bis zu	100.000 Exemplaren	15 v. H.,
bei einer Auflage bis zu	500.000 Exemplaren	10 v. H.,
bei einer Auflage über	500.000 Exemplaren	5 v. H.,

beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisermäßigungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnisse gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.
- 18 Für Zeitschriften unzutreffend (Zifferanzeigen).
- 19 Für Zeitschriften unzutreffend (Matern-Aufbewahrung).
- 20 Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

ZUSÄTZLICHE BEDINGUNGEN DES VERLAGES

- A Die Allgemeinen und unsere zusätzlichen Geschäftsbedingungen, die Auftragsbedingungen und die jeweils gültige Preisliste sind für jeden Auftrag maßgebend. Der erteilte Anzeigenauftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.
- B Bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen bzw. bei fernmündlich erteilten Änderungen und Abbestellungen übernimmt der Verlag keine Haftung.
- C Platzierungsvorschriften werden nur durch ausdrückliche Bestätigung des Verlages anerkannt.
- D Bei Änderung der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen für die Anzeigenjahresabschlüsse nach einer jeweils vom Verlag zu treffenden Regelung in Kraft.
- E Bei höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme oder Betriebsstörungen hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier IWW-Quartale verkauften Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die genannte durchschnittlich verkaufte Auflage zur tatsächlichen ausgelieferten Auflage steht.
- F Bei Druckvorlagen, die zusätzliche Satzkosten verursachen, werden diese in Rechnung gestellt. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungtreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Bei Überschreitung der im Terminplan festgelegten Daten für die Übersendung der Druckunterlagen kann keine Gewähr für eine einwandfreie Druckwiedergabe übernommen werden. Die Pflicht der Aufbewahrung von Druckunterlagen erlischt 3 Monate nach dem Erscheinen der Anzeige, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist. Fehlende oder fehlerhaft gedruckte Kontrollangaben ergeben keinen Anspruch für den Auftraggeber.
- G Für die Anwendung eines Konzernrabattes auf Tochtergesellschaften ist der schriftliche Nachweis einer Kapitalbeteiligung von mehr als 50% erforderlich.
- H Die Werbungsmitarbeiter sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten.
- I Bei Kunden/Werbeagenturen, die zum ersten Mal mit dem Verlag in Geschäftsbedingungen treten, kann Vorauskasse bis zum Anzeigenschlusstermin verlangt werden.