

Mediadaten 2010

videofilmen

++ Digital Video ++ High Definition ++ Motiv-Tipps ++ Videoschnitt ++ Filmgestaltung ++

Bestandteil 3,00 € - Einzelheft 3,50 € - 6,90 €
Zusatz 1,20 € - Videogewinnung 2,10 €
Bestandteil 4,80 € - Einzelheft 5,30 €
Bestandteil 12,00 € - Videogewinnung 1,00 €
Dienstag 3,24 € - 7h Werbung

videofilmen

Das Magazin für aktive Videofilmer www.videofilmen.de 1/2010

KAMERAS IM TEST

FILMEN BEI DÄMMERLICHT

Kameratest: Die neuen Lichtriesen

- Canon HF S11
- JVC GZ-HM400
- Panasonic HDC-TM350
- Panasonic DMC-FT1
- Sony HDR-CX505VE
- Sony HDR-CX520VE

- **TECHNIK**
Alles richtig belichtet
- **PRAXIS**
Wie filme ich... ein Theater- oder Konzertvideo
- **FILMGESTALTUNG**
So wird aus der Materialsammlung ein Film
- **MAKING OF**
7 Tage im Video-Trainingscamp
- **MULTIMEDIA**
6 Mediaplayer getestet
- **VIDEOTRANSFER**
Schmalfilm auf HD-Video

SCHNITT TOTAL!

ALLE NEUEN PROGRAMME IM TEST: VON PREMIERE BIS PINNACLE STUDIO



videofilmen

Print

Online

Crossmedia



SCHIELE & SCHÖN

Kurzcharakteristik

videofilmen berät, inspiriert und betreut aktive Videofilmer in allen Fragen der Filmpraxis und der Auswahl von Ausstattung und Zubehör. Mit fundierten und leicht verständlichen Informationen bietet das Magazin einen Leitfaden für Neuanschaffungen und die Gestaltung erfolgreicher Videofilme. Ausführliche Testberichte, übersichtliche Produktvergleiche und detaillierte Neuvorstellungen geben dem Leser eine Orientierung für die Kaufentscheidung bei Camcordern oder Kameras, Schnittlösungen und Zubehör. Renommierete Autoren und erfahrene Filmer tragen mit kompetenten Workshops, Praxis-Tipps und Anregungen für den Hobby-Dreh zu einem runden redaktionellen Inhalt bei.

Fachverlag Schiele & Schön GmbH

27. Jahrgang 2010

zweimonatlich

Jahresabonnement Deutschland € 39,60 (inkl. MwSt)



Exemplare pro Ausgabe im Durchschnitt (Quartal 3/09)

Herausgeber:

Jahrgang:

Erscheinungsweise:

Bezugspreis:

Auflagenkontrolle:

Auflagen-Analyse:

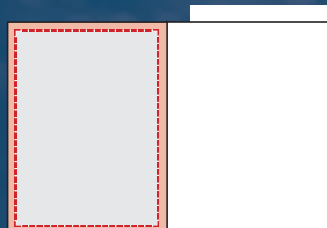
Druckauflage:

22 925	Tatsächlich verbreitete Auflage (TvA):	9 553
	Abonnierte Exemplare	2 989
	– davon Sammelbezug	–
	Einzelverkauf Lieferung	19 475
	Remittenden	13 033
	Verkaufte Auflage	9 431
	Freistücke	122

Erscheinungsplan Ausgabe 1/2010 bis Ausgabe 1/2011

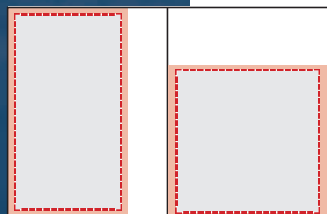
Ausgabe	Schwerpunktthema	Ratgeber/ Servicethemen	Erstver- kaufstag	Anzeigen- schlussstermin	Druck- unterlagen
1/2010	Videosysteme im Vergleich	Weihnachtsausgabe Kaufberatung	10.11.2009	08.10.2009	15.10.2009
2/2010	Camcorder-Neuheiten 2010	Videopraxis: Tipps für filmende Eltern	19.01.2010	14.12.2009	21.12.2009
3/2010	Video im Internet: Youtube & Co.	Praxis: Nachvertonen am Computer	09.03.2010	05.02.2010	12.02.2010
4/2010	Schnittsoftware für Einsteiger	Nachbearbeiten: Effektsoftware	11.05.2010	09.04.2010	16.04.2010
5/2010	Test: Kamerazubehör	Filmpraxis: Spielfilmproduktion	06.07.2010	04.06.2010	11.06.2010
6/2010	IFA- und Photokina-Messeheft  	Ratgeber: Videos archivieren	07.09.2010	06.08.2010	13.08.2010
1/2011	Notebooks: Mobil schneiden	Weihnachtsausgabe: Kameras & Zubehör	02.11.2010	08.10.2010	15.10.2010

Seitenteile



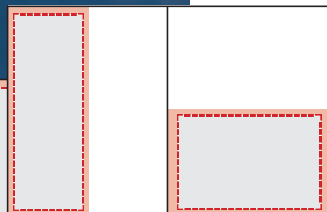
1/1 Seite

im Anschnitt



3/4 Seite hoch
3/4 Seite quer

Anschnitt hoch
Anschnitt quer



1/2 Seite hoch
1/2 Seite quer

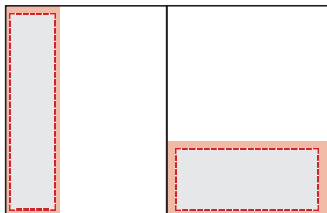
Anschnitt hoch
Anschnitt quer

2/1 Satzspiegel
im Anschnitt

Anzeigenformate und Preise

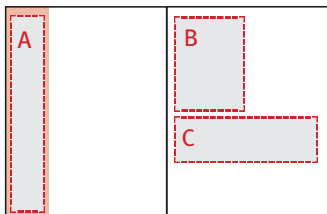
Anzeigenpresliste Nr. 13 / Gültig ab Januar

Format in mm		Skalen-Zusatzfarben			
Breite	Höhe	Schwarz/w	+ 1 Farbe	+2 Farben	4-farbig
190	277	3196,00	3995,00	4794,00	5593,00
210	297	3515,60	4314,60	5113,60	5912,60
133	277	2397,00	2996,25	3595,50	4194,75
190	213				
143	297	2636,70	3235,95	3835,20	4434,45
210	223				
95	277	1598,00	1997,50	2397,00	2796,50
190	138				
105	297	1757,80	2157,30	2556,80	2956,30
210	149				
Format mit Bunddurchdruck					
340	277	6392,00	7990,00	9588,00	11186,00
420	297	7031,20	8629,20	10227,20	11825,20



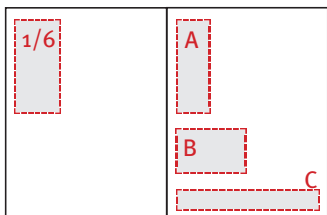
**1/3 Seite hoch
1/3 Seite quer**

**Anschnitt hoch
Anschnitt quer**



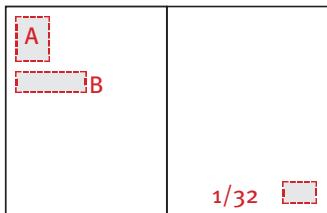
**1/4 Satzspiegel
A = einspaltig
B = zweiseptig
C = vierspaltig**

Anschnitt hoch



1/6 Satzspiegel

**1/8 Satzspiegel
A = einspaltig
B = zweiseptig
C = vierspaltig**



**1/16 Satzspiegel
A = hoch
B = quer**

**1/32 Satzspiegel
quer**

75 190	277 89	1066,00	1332,50	1599,00	1865,50
86 210	297 99	1172,60	1439,10	1705,60	1972,10
45 95 190	277 138 69	799,00	998,75	1198,50	1398,25
55	297	878,90	1078,65	1278,40	1478,15
75	138	533,00	666,25	799,50	932,75
45 95 190	139 69 35	399,50	499,40	599,30	699,20
45 95	69 35	199,75	249,70	299,65	349,60
45	34	99,90	124,85	149,80	174,75

Anzeigenpreisliste Nr. 13 / Gültig ab Januar 2010

Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:

Druckverfahren	Rollenoffset
Raster	max. 60 Linien/cm
Bindung	Klammerheftung
Druckunterlagen	Digitale Daten (EPS, QuarkXPress oder PDF), sowie Andruck bzw. Proof. Weitere Informationen +49-30-25 37 52-29. Offsetfarbsätze (Andruck auf Bilderdruckpapier gemäß den FOGRA-Richtlinien). Bei Anlieferung von anderen Druckunterlagen werden gegebenenfalls Satz-/Layoutkosten in Rechnung gestellt.
Beschnitt	Beschnittzugabe bei angeschnittenen Anzeigen und Beiheftern mindestens 3 mm je Außenkante.

Zuschläge für Vorzugsplätze:

2. Umschlagseite Zuschlag	€ 310,00
4. Umschlagseite Zuschlag	€ 460,00

Farbzuschläge:

Euroskala (siehe Preisliste)

Geringe Tonwertabweichungen sind im Toleranzbereich des Offsetdruckverfahrens begründet. Bei Farbsätzen ohne Farbskala kann für den Druckausfall keine Garantie übernommen werden. – Der Farbzuschlag wird rabattiert.

Angeschnittene Anzeigen:

Für Anzeigen mit Anschnitt oder Satzspiegelüberschreitung wird ein Aufschlag von 10 % auf den Grundpreis für Schwarz-weiß-Anzeigen berechnet. – Der Bunddurchdruck wird nicht berechnet. – Der Anschnittzuschlag wird rabattiert.

Anzeigen im Sonderformat:

Anzeigenformate, die nicht den Standardformaten entsprechen, werden wie folgt berechnet:

- im dreispaltigen Teil (Spaltenbreite 75 mm): je Spalte und mm € 4,60
- im vierspaltigen Teil (Spaltenbreite 45 mm): je Spalte und mm € 3,60

Preise für Gelegenheitsanzeigen („Börse“):

- Gewerbliche Kunden je Zeile € 12,60
 - Private Kunden bis 6 Zeilen € 10,67
 - 7 bis 12 Zeilen € 16,01
- (Zeile mit 30 Zeichen)

Private Kleinanzeigen für Abonnenten (eine Kleinanzeige pro Jahr kostenlos)

- Zifferngebühr € 5,10

Kleinanzeigen werden im Fließsatz ohne Gestaltungselemente veröffentlicht. Beleg-Exemplare werden nicht versandt. - Kleinanzeigen werden nicht rabattiert.

Rabatte:**Wiederholungsstaffel**

3 Anzeigen	5 %
6 Anzeigen	10 %
12 Anzeigen	15 %

Mengenstaffel

2 Seiten	5 %
3 Seiten	10 %
6 Seiten	15 %
12 Seiten	20 %

Kombinationsrabatt:

Bei gemeinsamer Belegung der Publikationen **videofilmen, zoom, music & PC, schmalfilm** und **FKT** werden die Staffeln für die belegten Objekte gemeinsam wirksam. Gelegenheitsanzeigen, Beilagen, Beihefter und -kleber sowie technische Zusatzkosten werden nicht rabattiert.

Anzeigenformate und Preise in €

Einhefter:

mit 4 Seiten € 85,00 per Tausend
mit 8 Seiten € 149,30 per Tausend
mit 16 Seiten € 216,80 per Tausend

Einhefteraufträge werden nicht rabattiert.

Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters mit Größen- und Gewichtsangabe erforderlich. Einhefter dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungtreibenden werben. Sie müssen den Postbestimmungen entsprechend so gestaltet sein, dass sie nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können. Die Placierung von Einheftern ist abhängig von den technischen Möglichkeiten.

Formate:

Beschnittenes Format = Hefformat (Höhe 297 mm, Breite 210 mm)

Technische Angaben:

Einhefter sind unbeschnitten anzuliefern, mehrseitige Einhefter müssen gefalzt angeliefert werden. Die Vorderseite des Einhefters ist zu kennzeichnen. Einhefter müssen in der Art und Ausführung so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Aufbereitung und Bearbeitung entfällt. Erschwernisse und zusätzliche Falz- und Klebearbeiten werden gesondert berechnet.

Beilagen:

Je angefangene Tausend bis 25 g € 66,00
je weitere angefangene 5 g zusätzlich € 7,05
Es fallen zusätzliche Portokosten für beigelegte Gegenstände sowie beigelegte Druckerzeugnisse an. Beilagenaufträge werden nicht rabattiert.

	<p>Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters mit Größen- und Gewichtsangabe erforderlich. Beilagen dürfen nur für das Verkaufsprogramm <u>eines</u> Werbungtreibenden werben. Sie müssen den Postbestimmungen entsprechend so gestaltet sein, dass sie nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können.</p>
Format:	<p>Mindestformat 105 x 148 mm (DIN A6), Höchstformat 190 x 280 mm</p>
Beilagenhinweis:	<p>Ein Beilagenhinweis wird kostenlos im Heft aufgenommen.</p>
Technische Angaben:	<p>Beilagen müssen in der Art und Ausführung so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Aufbereitung und Bearbeitung entfällt. Erschwernisse und zusätzliche Falz- und Klebearbeiten werden gesondert berechnet.</p>
Aufgeklebte Postkarten:	<p>€ 62,- je Tausend zusätzlich zur Beilagengebühr und den Kosten der Anzeige. Beiklebeaufträge werden nicht rabattiert. Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage des Anzeigenmotivs mit aufgeklebter Postkarte (Standmuster) notfalls eines Blindmusters erforderlich. Warenmuster können nur nach vorher vom Verlag einzuholender Zustimmung der Post (gegen Vorlage eines verbindlichen Musters) angenommen werden.</p>
Formate:	<p>Für aufgeklebte Postkarten gelten die Postvorschriften.</p>
Auflage:	<p>Die für die jeweilige Ausgabe benötigte Auflage Ihrer Einhefter, Beilagen und aufgeklebter Postkarten teilen wir Ihnen gern mit.</p>
Versandanschrift:	<p>für die Anlieferung teilen wir Ihnen bei Auftragsbestätigung mit.</p>
Online-Werbung:	<p>Banner und Newsletter, siehe Seiten 11-12.</p>

Zeitschriftenformat:

210 mm Breite, 297 mm Höhe

**Satzspiegel:
Spaltenzahl**

190 mm Breite, 277 mm Höhe
4 Spalten zu je 45 mm Breite
3 Spalten zu je 75 mm Breite

Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen: siehe Seite 6

**Termine:
Erscheinungsweise
Erstverkaufstag &
Anzeigenschluss
Rücktritt**

zweimonatlich (siehe Erscheinungsplan, Seite 3)

siehe Erscheinungsplan
von erfolgten Dispositionen ist bis zum Anzeigenschlusstermin möglich.
Alle Angaben in dieser Anzeigenpreisliste sind Bruttopreise in EURO und verstehen sich zuzüglich der gültigen Umsatzsteuer.

Zahlungsbedingungen:

Zahlung innerhalb von 8 Tagen ab Rechnungsdatum mit 2 % Skonto
oder innerhalb von 14 Tagen netto.

Umsatzsteuer-Ident-Nr. :

DE 136628795

Onlinewerbeformen und Preise in €



www.videofilmen.de ist das führende Onlineportal für Videofilmer in Deutschland

- Pro Monat im Durchschnitt **23.000 Zugriffe** und **65.000 Seitenzugriffe**
- Optimierung auf Keywords und somit gut abrufbar über Google & Co.
- Online Traffic Promotion: www.twitter.com/videofilmen
- Kompetente Informationen Rund um das Thema: Videofilmen
- Hohes Page – Ranking bei den Suchmaschinen

	Format in Pixel	Platzierung	Preise pro Monat
Fullbanner	468 x 60	oben, horizontal	€ 780,-
Superbanner:	728 x 90	oben, horizontal	€ 980,-
Skyscraper:	120 x 600	links, vertikal	€ 980,-
Wide Skyscraper	160 x 600	links, vertikal	€ 1280,-
Wallpaper	auf Anfrage		€ 2340,-

NEWSLETTER

- Exklusives versenden eines individuellen Kunden-NEWSLETTERS. Adresspool von über 8000 personalisierten E-Mail Adressen. € 1490,-
- Banner im Newsletter € 980,-
- Textlink 7 Zeilen á 65 Zeichen € 740,-

TWITTER

- twitter.com/videofilmen, absetzen eines tweets € 390,-

EXKLUSIVE VIDEO-CLIP-WERBUNG

- Werbeclip/Video-Ad und Overlay Video-Flashlayer € 2650,-

Bei allen Onlinebuchungen können wir ein Reporting über unseren Anzeigenserver liefern.

Crossmedia: Print & Online Werbung

Kombinieren Sie! Für Ihren maximalen Werbeerfolg setzen Sie auf eine crossmediale Werbekampagne

Beispiel: Reichweiten-Kampagne: Magazin Anzeigenwerbung + Onlinewerbung + Newsletter

- Effektiver Media-Mix aus der Reichweiten-Kombination: Magazin, Website und Newsletter
- Hohe Reichweite optimale Ansprache auf allen drei Kanälen
- Nutzen Sie die Stärken aller drei Werbemittel:

Print: Großflächige Anzeigenwerbung in 4c in einem hochwertigen Magazinumfeld

Online: Neben den klassischen Magazin-Lesern steigender Anteil an Internet-Lesern

Newsletter: Direkt Ansprache von 8.000 persönlich adressierten E-Mail-Emfängern

Preisvorteil € 1.885,-

Werbeformat	Vorteile	Preis
1 x Print-Anzeige Format 1/1 Seite 4c im Magazin videofilmen	Erhöhte Aufmerksamkeit im thematischen Umfeld von Artikeln, Nachrichten und Tests und Produkt-Infos und Produktvergleichen. Druckauflage 22.925 Exemplare	€ 5593,-
Wallpaper www.videofilmen.de	23.000 Zugriffe und 65.000 Seitenzugriffe mit Verlinkung auf Ihre Landing Page	€ 2340,-
Exklusiver Newsletter	Ausweitung der Image-Bildung über eine direkte Ansprache	€ 1490,-
Crossmedialer-Preisvorteil		Gesamt nur € 7538,- statt € 9423,-

Weitere Angebotsvarianten auf Anfrage

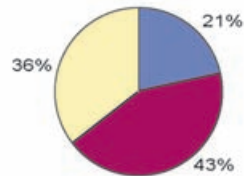
Leserprofil

Die **videofilmen-Leser** setzen sich intensiv mit dem Filmen auseinander. Freizeitorientiert und konsumfreudig, investieren sie viel Zeit und Geld in ihr Hobby. Sie verfügen über gutes technisches Hintergrundwissen und halten sich über Neuerungen in der Video- und Computertechnik auf dem laufenden. Dabei bieten ihnen die Tests und Berichte aus videofilmen Orientierung.

Wieviel Zeit verwenden Sie im Monat ungefähr für das Editieren Ihrer Videos?

- 21% Weniger als 10 Stunden
- 43% 10 bis 20 Stunden
- 36% Über 20 Stunden

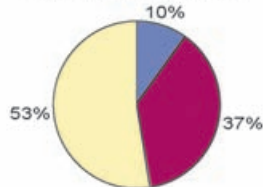
videofilmen-Leser sind engagiert



Wieviel Geld würden Sie für einen Camcorder investieren?

- 10% Unter 1000,- Euro
- 37% Bis 1500,- Euro
- 53% Über 1500,- Euro

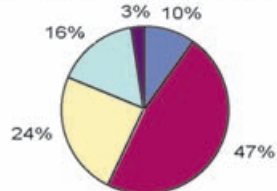
videofilmen-Leser investieren



Wie gut kennen Sie sich mit Video- und Computertechnik aus?

- 10% sehr gut
- 47% gut
- 24% ziemlich gut
- 16% weniger gut
- 3% gar nicht

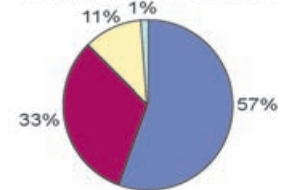
videofilmen-Leser sind technisch versiert



Mit welchem System arbeiten Sie?

- 57% Windows-PC
- 33% Casablanca
- 11% Apple
- 1% Screenplay

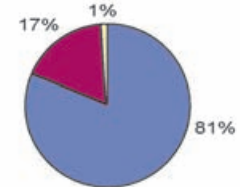
videofilmen-Leser sind vielseitig



Wie stehen Sie zu unseren Testurteilen?

- 81% ist mir wichtig
- 17% weniger wichtig
- 1% hat für meine Entscheidung keine Bedeutung

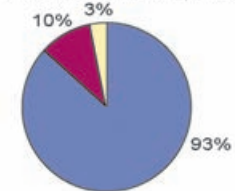
videofilmen gibt Orientierung



Bearbeiten Sie Ihre Videos?

- 93% ja, und zwar 87% privat
- 10% beruflich
- 3% nein

videofilmen-Leser sind Hobby-Filmer





zoom DAS MAGAZIN DER FILMEMACHER

zoom ist erfrischend anders. **zoom** wendet sich an anspruchsvolle Filmer: Filmemacher, Producer, Regisseure, Produktionsleiter, Kameraleute, Cutter, Filmstudenten und Filmcrewmitglieder, die an der kreativen und technischen Umsetzung einer Produktion beteiligt sind.

zoom berichtet direkt aus der Filmszene: Große Geschichten über Filmemacher, Kameramänner und Regisseure bieten Inspirationen für eigene Filmprojekte. Das Magazin der Filmemacher gibt außerdem wertvolle Insider-Tipps dazu, welche Kameratypen, welches Ton-, Licht- und Filmzubehör am besten zum jeweiligen Film- oder Video-Projekt passen. www.zoom-video.de



FKT DIE FACHZEITSCHRIFT FÜR FERNSEHEN, FILM UND ELEKTRONISCHE MEDIEN

Die **FKT** ist das führende deutschsprachige Fachmagazin für Broadcast-Technik und die Verbandszeitschrift der Fernseh- und Kinotechnischen Gesellschaft (**FKTG**). Zuverlässig, fundiert und klar verständlich informiert die **FKT** über neueste Entwicklungen aus Fernsehproduktionen, Kinotechnik und den elektronischen Medien. www.FKT.schiele-schoen.de



MUSIC & PC DAS MAGAZIN FÜR MUSIKPRODUZIERENDE AM COMPUTER (MAC & PC)

MUSIC & PC porträtiert Musiker, Insider, Amateure und Profis. In der **MUSIC & PC** kommen kreative Köpfe – Produzenten, Tontechniker und Homerecording-Produzierende – zu Wort.

MUSIC & PC stellt ambitionierte Projekte vor. In Workshops geben Profis wertvolle Tipps und sprechen über ihre Erfahrungen. Ratgeber zu ausgesuchten Themen vermitteln musikalische und technische Grundlagen – so können die Leser ihr Wissen durch **MUSIC & PC** erweitern.

www.MUSIC-und-pc.de



schmalfilm ist das führende deutsche Fachmagazin für aktive Filmer und Sammler von Kameras sowie Projektoren. Die Zeitschrift widmet sich den Filmformaten Super-8, Single-8, 9,5 mm und 16 mm. Außerdem werden seltene Geräte und Filmkopien für Sammler vorgestellt. Umfassende Berichterstattung über Produktneuheiten und Berichte von Anwendertreffen und Filmfestivals runden das Redaktionsprogramm ab.

www.schmalfilm.de

Allgemeine Geschäftsbedingungen

(In Anlehnung an die Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften des ZAW)

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung. Ein solcher Anzeigenauftrag liegt auch dann vor, wenn Beihefter, Beilagen oder Beikleber der Druckschrift beigegeben werden.
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. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.
4. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen. In diesem Fall wird der sich möglicherweise ergebende höhere Rabatt dem Auftraggeber gutgebracht.
5. 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.
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. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

8. Der Verlag behält sich vor, rechtsverbindlich bestätigte Aufträge sowie einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses 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 sind.

Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden.

Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und dessen Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

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 behält sich bei Abweichung der Lithos oder Vorlagen in bezug auf Farben, Anschnitt oder Textumfang zur Auftragsbestätigung die Möglichkeit einer Auftragsänderung vor. 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 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 erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. – Bei telefonisch aufgegebenen Anzeigen oder telefonisch erteilten Korrekturen sind Ansprüche gegen den Verlag wegen unrichtiger Wiedergabe ausgeschlossen.

Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluß und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen.

Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen.

Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgeltes 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 des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber vierzehn Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Ausstellungsdatum 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. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 6 % über dem jeweils gültigen Diskontsatz der Europäischen Zentralbank sowie Einziehungskosten berechnet. Dem Kunden bleibt der Nachweis eines geringeren Verzugschadens vorbehalten. 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 Auftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

16. Kosten für die Anfertigung von Druckvorlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

17. Ein Rücktritt von einem vom Verlag bestätigten Anzeigen- oder Beilagenauftrag durch den Auftraggeber ist nur bis zu dem im Erscheinungsplan genannten Anzeigenschlußtermin möglich. Ein Rücktritt von einer bestätigten Titelseitenbelegung ist ausgeschlossen.

18. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibbriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet.

Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Mißbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

19. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach der Veröffentlichung, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist.

20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. 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.

videofilmen

Das Magazin für aktive Videofilmer



Redaktion

Egin Altenmüller
Chefredakteur
Postfach 60 24 62 · 22234 Hamburg
Am Karpfenteich 16 · 22339 Hamburg
Telefon 040 / 28 05 40 41
Telefax 01212 511 68 21 77
E-Mail redaktion@videofilmen.de



Anzeigenendisposition

Barbara Huth
Fachverlag Schiele & Schön GmbH
Markgrafenstr. 11 · 10969 Berlin
Telefon 030/25 37 52-20
Telefax 030/25 37 52-88
E-Mail huth@schiele-schoen.de



Anzeigenverkaufsleitung

Stefan Nepita
Fachverlag Schiele & Schön GmbH
Markgrafenstr. 11 · 10969 Berlin
Telefon 030/25 37 52-41
Telefax 030/25 37 52-88
E-Mail nepita@schiele-schoen.de



Anzeigenendisposition

Claudia Rademacher
Fachverlag Schiele & Schön GmbH
Markgrafenstr. 11 · 10969 Berlin
Telefon 030/25 37 52-39
Telefax 030/25 37 52-88
E-Mail rademacher@schiele-schoen.de



SCHIELE & SCHÖN

Fachverlag Schiele & Schön GmbH
Markgrafenstr. 11
10969 Berlin

Telefon 030/25 37 52-0
Telefax 030/25 37 52-88
Internet www.schiele-schoen.de
www.videofilmen.de