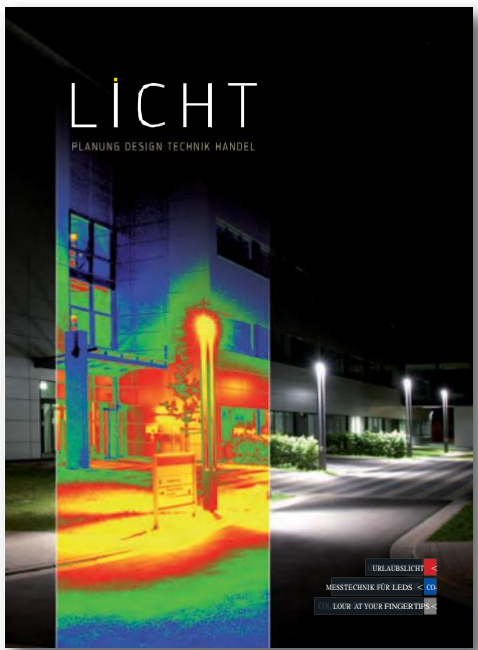




# MEDIA INFORMATION FOR 2012





Michael Dietl  
 Advertising Director  
 ☎ (0 89) 1 26 07-2 01  
 dietl@pflaum.de



Christine Seiler  
 Group Leader  
 Media Service  
 ☎ (0 89) 1 26 07-2 95  
 seiler@pflaum.de



Jutta Landes  
 Assistant Advertising  
 Director  
 Media Service  
 ☎ (0 89) 1 26 07-2 63  
 landes@pflaum.de



Sylvia Luplow  
 Media Service  
 ☎ (0 89) 1 26 07-2 99  
 luplow@pflaum.de



Regina Welk  
 Editor-in-Chief  
 ☎ (0 89) 1 26 07-2 94  
 welk@pflaum.de

**We have local liaison staff in the following German states and foreign countries:**

**Schleswig-Holstein, Lower Saxony, Hamburg, Bremen, North Hesse**

Holger Teegen • ☎ (0 45 51) 14 50 • [de@vht.de](mailto:de@vht.de)

**Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Western Pomerania, Saxony, Thuringia, Saxony-Anhalt**

Uwe Sommerfeld • ☎ (0 33 28) 3 09 05 66 • [medien-service-sommerfeld@t-online.de](mailto:medien-service-sommerfeld@t-online.de)

**North Rhine-Westphalia, Westphalia, and Lower Rhine**

Roger Thomé • ☎ (0 23 51) 2 14 85 • [roger.thome@t-online.de](mailto:roger.thome@t-online.de)

**South and Central Hesse, South Rhineland-Palatinate, Saarland, Lower Franconia**

Mara und Karl-Heinz Hörnle • ☎ (0 61 09) 2 27 72 • [info@verlagsbuero-hoernle.de](mailto:info@verlagsbuero-hoernle.de)

**Württemberg**

Hans-Jörg und Dirk Bogisch • ☎ (0 71 64) 40 71 • [info@bogisch.com](mailto:info@bogisch.com)

**German state of Baden**

Dominik Lutz • ☎ (0 72 1) 7 17 25 • [dominik.lutz@t-online.de](mailto:dominik.lutz@t-online.de)

**Bavaria (not including Lower Franconia)**

Peter Cagić • ☎ (0 81 06) 30 68 22 • [peter@cagic.de](mailto:peter@cagic.de)

**Italy, Spain, Switzerland:**

Vittorio C. Garofalo • ☎ +39-01 85-32 38 60 • ☎ +39 335 34 69 32 • [vittorio@comediasrl.it](mailto:vittorio@comediasrl.it)



Media brand



### Thumbnail profile

**LICHT** is the market-leading German-language trade journal for the lighting business. In 9 issues per year, it publishes highly competent, comprehensive, and practically oriented reports on lighting planning and design, decorative illumination, technology, daylight illumination, research, and scientific projects. LICHT provides professional information on trends and innovations as presented at German and European trade fairs. The articles appear in German with extensive English summaries. This trade journal was re-launched in 2011 and has since then appeared with a new layout and a revised magazine structure.

### Target groups:

Lighting designers, architectural and engineering offices, interior designers, and public administration.

### 1 Unique feature

The largest German-language trade journal in the lighting business with articles on lighting research and technology.

<b>Published:</b>	9 times a year
<b>Circulation (verified by IVW):</b>	10,800
<b>Copies for the light+building issues (Mar + Apr 2012):</b>	15,100
<b>1/1 page, black and white:</b>	€ 3,550.00*
<b>1/1 page, 4-colour:</b>	€ 4,480.00*

\* plus legally valid value-added tax

### Contact

Jutta Landes  
☎ (0 89) 1 26 07-2 63  
landes@pflaum.de

Sylvia Luplow  
☎ (0 89) 1 26 07-2 99  
luplow@pflaum.de





**1 Magazine format:** 210 mm wide x 297 mm high; DIN A4

**Printing area:** 185 mm wide x 272 mm high

Number of columns: 4 columns / 3 columns  
Width of columns: 46 mm x 58 mm

**2 Printing and binding:**

Offset printing, adhesive binding

**3 Submission of data**

E-mail: landes@de-online.info

FTP upload to filetransfer.pflaum.de

Path: / Anzeigen, Port: 21

User name: anzeigen; password: Pfl@um12

**4 Data formats:**

**Apple Macintosh and Microsoft Windows** preferred data formats:

**Quark Xpress up to version 8**

**Adobe Illustrator up to version CS3**

EPS files

**Adobe Photoshop up to version CS3**

TIF files

**Adobe Acrobat up to version 8**

High-end PDF files

Additional systems and programs are possible upon request.

**Important instructions for the data and file formats:**

**File formats:**

- *Open files* are the documents from the respective programs, as well as all images and graphics embedded therein, including the fonts used in the documents. The fonts delivered will be used only to process your order, and will be immediately deleted afterward.
- In EPS files, please integrate all positioned illustrations and graphics, together with the fonts used. Best: please convert all

texts to vector graphics (converted to paths).

- Please back up *TIF files* without additional/redundant levels, channels, and paths; do not use special colours; also see following instructions:
- Image data (raster graphics images) must be provided *with sufficient resolution*: for grey-scale and colour pictures, 250 to 400 dpi; for bitmap images, from 800 to 1200 dpi. *Important: images from the Internet usually have only 72 dpi.*
- Colours: CMYK, grey-scales, or bitmap (*no RGB!*).
- Please create PDF documents only with Acrobat Distiller. *PDF Writer cannot produce a PDF that can be used for offset printing.* We require high-end PDF (print-optimized / PDF/X-3). Also please note that all text must be embedded and that the images must have sufficient resolutions (see above).
- For bleed adverts, make sure to allow the extra trim margin (+ 3 mm).
- *When sending by e-mail*, please compress open files (documents, manuscripts, graphics, etc.) with WinZip (.zip) or Stuffit (.sit).

**5 Colours:** printing ink (CMYK) in accordance with ISO 12647

**6 Proofs:** A contract proof-quality document in Euroscale (CMYK) is absolutely necessary for printing colour adverts.

**7 File archiving:** When you submit files to us, we assume that they are copies. We cannot accept any responsibility for assuring that the submitted files will be kept safe for return to you.

**8 Guarantee:** We can process only files on the data medium submitted to us. The publisher cannot accept responsibility for any discrepancies in the published results in the form of text copy, images, or especially colours.

**9 Contact:** Jutta Landes ☎ (0 89) 1 26 07-2 63 ✉ landes@de-online.info



- 1 Title of the publication:** LICHT
- 2 LICHT** is the market-leading German-language trade journal for the lighting business. In 9 issues per year, it publishes competent, comprehensive, and practically oriented reports on lighting planning and design, decorative illumination, technology, daylight illumination, research, and scientific projects. LICHT provides professional information on trends and innovations as presented at German and European trade fairs. The articles appear in German with English summaries.
- 3 Target groups:** Lighting designers, architectural and engineering offices, interior designers, and public administration.
- 4 Published:** 9 times a year, in accordance with time schedule and topic plan (see below)
- 5 Magazine format:** 210 mm wide, 297 mm high; DIN A4
- 6 Age of magazine:** 64 years old as of 2012
- 7 Subscription price:** Annual subscription  
Inside Germany: € 109.80 incl. postage  
Outside Germany: € 120.80 incl. postage  
Newsstand price: € 13.00
- 8 Official publication:** Official publication of: the German Technical-Scientific Society for Light and Lighting (LiTG); the Standardization Committee for Lighting Technology (FNL) in the German Institute for Standardization (DIN); the Society of the German Industries for Home Luminaires, Lamp Shades, and Accessories; and the Professional Association of Illuminated Advertising.

- 9 Memberships:** Media Database of the German association of Trade Journals
- 10 Publishing house:** Richard Pflaum Verlag GmbH & Co. KG  
Postfach 19 07 37, 80607 München, Germany; or street address: Lazarettstr. 4, 80636 München, Germany  
(0 89) 1 26 07-0 [www.lichtnet.de](http://www.lichtnet.de)
- 11 Publisher:** Richard Pflaum Verlag GmbH & Co. KG
- 12 Advertising:** **Jutta Landes** (Asst. Advertising Dir./Scheduling)  
☎ (0 89) 1 26 07-2 63 ✉ [landes@de-online.info](mailto:landes@de-online.info)  
**Sylvia Luplow** (Media Service/Marketing)  
☎ (0 89) 1 26 07-2 99 ✉ [luplow@de-online.info](mailto:luplow@de-online.info)  
**Michael Dietl** (responsible officer)  
☎ (0 89) 1 26 07-2 01 ✉ [dietl@de-online.info](mailto:dietl@de-online.info)
- 13 Editorial department:** **Regina Welk** (Editor-in-Chief)  
☎ (0 89) 1 26 07-2 ✉ [welk@pflaum.de](mailto:welk@pflaum.de)
- 14 Analysis of published volume: for 2010, 9 issues**
- |                                 |                    |
|---------------------------------|--------------------|
| <b>Overall volume:</b>          | 820 pages = 100.0% |
| <b>Articles and editorials:</b> | 668 pages = 81.5%  |
| <b>Advertising:</b>             | 152 pages = 18.5%  |
| <hr/>                           |                    |
| Including section adverts:      | 5 pages = 3.3%     |
| <b>Inserts:</b>                 | 5 ea.              |
- 15 Analysis of articles and editorials: for 2010 = 668 pages**  
Professional articles on the following topics:  
Indoor lighting, outdoor lighting, prestigious / decorative illumination, illuminated advertising, functional luminaires, lighting facilities, special luminaires, installation systems and equipment, lamps, natural daylight technology, planning, research + technology, design, trade, trade fairs.

light+building- Issues nos. 3 + 4:  
40 % greater actual circulation, but only 25 % surcharge on basic price!

### 1 Advertising prices and formats

(All prices are in euros. **Discounts do not apply to surcharges.** The currently valid value-added tax (VAT) must be added to all prices.)

Format	Printing area: width x height in mm	Bleed width x height in mm*	Surcharge for bleed €	Surcharge light + building issues 3+4 €	Basic price for black and white €	Surcharge for 2 colours €	Price for 2 colours €	Surcharge for 4 colours €	Price for 4 colours €
1/1 page	184 x 272	210 x 297	355,-	887,50	3,550.00	310.00	3,860.00	930.00	4,480.00
1/2 page	90 x 272 184 x 130	100 x 297 210 x 148	180.00	450.00	1,800.00	230.00	2,030.00	690.00	2,490.00
1/3 page	58 x 272 184 x 87	68 x 297 210 x 99	121,50	303,75	1,215.00	180.00	1,395.00	540.00	1,755.00
1/4 page	42 x 272 90 x 130 184 x 65	Only possible in printing area		232.50	930.00	180.00	1,110.00	540.00	1,470.00
1/8 page	42 x 130 90 x 65 184 x 32	Only possible in printing area		117.50	470.00	180.00	650.00	540.00	1,010.00

\* Plus 3 mm bleed on all pages Additional formats upon request

#### Millimetre price for recommendation adverts

Minimum height = 30 mm and minimum width = 58 mm

€ 5.20

## 2 Surcharges (additional charges)

### Placements

Cover page	upon request
2nd and 4th cover page, 4-colour	€ 4,670.00
Binding placement instruction (not discountable) 10 % of basic price	

### Colours (not discountable)

The stated prices apply for Euroscale colours.

Each special colour (e.g., HKS or Pantone) € 780.00

### Formats (not discountable)

Adverts across the gutter	10 % of basic price
Adverts across printing space	10 % of basic price

## 3 Discounts

For insertion within one insertion year (12 months);

Begins with appearance of the first advert.

2 pages	5 %
4 pages	10 %
6 pages	15 %
9 pages	20 %
14 pages	25 %

5

## 4 Advertising sections (not discountable)

Possible only with 2 or 4 columns (2 columns = 90 mm width)

Minimum height = 20 mm

Job offers, black and white, per mm, 2-column	€ 7.30
Job offers, 2-colour, per mm, 2-column	€ 8.20
Job offers, 4-colour, per mm, 2-column	€ 10.00
Job applicants, per mm, 2-column	€ 3.60
Buying and selling, miscellaneous, 2-column	€ 7.30
Fee for reply via a code (incl. postage for delivery)	€ 16.00

## 5 Special advertising forms

### Product cards

€ 1,510.00

Colour surcharge per colour € 180.00

Price, including printing and processing, and insertion between two printed sheets  
Discount: see frequency discount for adverts

### Bound insert (discountable)

Required amount to be delivered.

Upon request

11,300 copies

### Loose insert (discountable)

Inserted loosely, max. size = 205 x 280 mm

Up to 25 g total weight € 4,255.00

(extra mailing costs included therein =

€ 120.00; not suitable for media brokerage)

Beyond 25 g total weight and partial loose inserts: upon request

Required delivered amount (partial insertion not possible) 11,300 copies

### Glued-on advert material (not discountable)

#### Postcards

€ 840.00

(extra mailing costs included therein =

€ 60.00; not suitable for media brokerage)

Required delivered amount (partial insertion not possible) 11,300 copies

Additional special advertising forms are available upon request.

## 6 Contact

Jutta Landes ☎ (089) 1 26 07-263 [✉ landes@de-online.info](mailto:landes@de-online.info)

## 7 Terms of payment

Payment net, within 10 days after date of invoice. 2 % discount for payment in advance or by variable direct debit. VAT no.: DE 130 255 449

### Bank details

Commerzbank München, acct. no. 442 100 000, BLZ 700 800 00

IBAN: DE41 7008 0000 0442 1000 00 SWIFT-BIC: COBADEFFXXX

Kreissparkasse München Starnberg, acct. 103 764 57, bank code 702 50150

IBAN: DE47702501500010376457 SWIFT-BIC: BYLADEM1KMS



Issue	1-2/2012	3/2012	4/2012	5/2012	6/2012	7-8/2012	9/2012	10/2012	11-12/2012
<b>Publishing date</b>	10.02.2012	15.03.2012	10.04.2012	10.05.2012	08.06.2012	10.08.2012	10.09.2012	10.10.2012	10.12.2012
<b>Advertising deadline</b>	18.01.2012	21.02.2012	14.03.2012	16.04.2012	14.05.2012	18.07.2012	16.08.2012	14.09.2012	15.11.2012
<b>Editorial closing</b>	10.01.2012	13.02.2012	06.03.2012	05.04.2012	04.05.2012	10.07.2012	08.08.2012	06.09.2012	07.11.2012
<b>PLANNING</b>	<b>Main topic: Light at the workplace</b>	<b>Main topic: LEDs and OLEDs</b>	<b>Main topic: Light for selling and presentation</b>	<b>Main topic: Light for health, wellness, and sports</b>	<b>Main topic: Light for safety and transport</b>	<b>Main topic: Light control and light research</b>	<b>Main topic: Light for streets and urban squares</b>	<b>Main topic: Urban marketing with light</b>	<b>Main topic: Light in hotels, restaurants, seagoing cruisers, and churches</b>
<b>DESIGN</b>	Luminaire design with LEDs and other light sources	Designer portraits Design awards	Design of trade-fair stands	Luminaire design for colourful, dynamic light	Light and floodlight illumination	Design-oriented workplace luminaires Man-machine interfaces	Media façades Outdoor luminaires with pleasing design	Light festivals and events / Temporary light installations; master plans	Luminaire design and designer luminaires
<b>DECORATIVE ILLUMINATION</b>	Luminaires for facilities and private applications	Decorative luminaires with LEDs and OLEDs	Luminaires for prestigious buildings	Indoor and outdoor luminaires for home applications	Light for the garden	Light in furniture Light and colour	Decorative luminaires for parks and private gardens	Design-oriented decorative luminaires	Christmas illumination
<b>TECHNOLOGY</b>	Light solutions for sales and presentations	LEDs + OLEDs: control systems, drivers, connection systems, lenses, lamps, and luminaires	Luminaires and components for shops, showrooms, museums, exhibitions, and illuminated advertising	Measurement systems, electronic components (sensors, dimmers, electronic control gear, ballast systems)	Emergency illumination, luminaires for rescue and escape pictograms, luminaires with more stringent protection classes	Control centres, operators' control stations, software, installation systems / bus systems	Street luminaires, light poles, spotlights, floodlights, control systems, illuminants	Media façades, show illumination, optical-fibre illuminators	Materials, accessories, and components for luminaire design
<b>DAYLIGHT ILLUMINATION</b>	Dialogue between natural and artificial lighting at the workplace	Non-visual effects of light	Architecture with natural daylight	Natural daylight in hospitals and medical-care facilities	Components, materials, and luminaires for daylight utilization	Daylight technology and application	Public buildings	Natural daylight in education facilities and in research	Daylight for facility applications
<b>SCIENCE AND RESEARCH</b>	State of the art for light sources	LED solutions inside	Light and health; circadian effects	Energy efficiency versus lighting quality	Lighting technology and standardization	Lighting systems at colleges and universities	Street lighting with LEDs	Energy efficiency	LEDs and OLEDs
<b>REGULAR REPORTS</b>	Sector news +++ Reports from trade fairs and conventions +++ Scheduled events +++ Books +++ Software +++ Standards +++ Company portraits +++ Informative reports on basic and ongoing professional training								
<b>TRADE FAIRS</b>	10. 02. – 14. 02. 2012 Ambiente, Frankfurt 20. 02. – 23. 02. 2012 LED CHINA, Guangzhou (VR) 13. 03. – 16. 03. 2012 TAIWAN INTERNATIONAL LIGHTING SHOW, Taipei (RC)	<b>Increased circulation for the trade fair light+building: 15,100 copies</b> 15. 03. – 16. 03. 2012 Licht und Gesundheit, Berlin 21. 03. – 24. 03. 2012 prolight+sound, Frankfurt 15. 04. – 20. 04. 2012 light+building, Frankfurt	15. 04. – 20. 04. 2012 light+building, Frankfurt 07. 05. – 09. 05. 2012 Interiors, Abu Dhabi (UAE)		27. 06. – 28. 06. 2012 Efficiently using lighting systems. Otto-Fachforum, in Regensburg, Germany	24. 08. – 28. 08. 2012 Tendence, Frankfurt	11. 09. – 14. 09. 2012 LICHT 2012, Berlin	17. 10. – 19. 10. 2012 belektro, Berlin 23. 10. – 27. 10. 2012 ORGATEC, Cologne 06. 11. – 09. 11. 2012 INTERLIGHT MOSCOW, Moscow (RU) 22. 11. – 24. 11. 2012 GET Nord, Hamburg	

1.1 Sectors / economic branches / types of companies

Architecture and engineering offices; lighting designers	58.5 %
Manufacturers of electrical lamps and luminaires	12.2 %
Lighting retailers and wholesalers of electrical products	10.2 %
Public administration / construction and residential admin.	7.3 %
Builders of trade-fair facilities	3.0%
Foreign	4.6%
Education and science; research	3.4%
Miscellaneous	0.8%

Which part of the magazine do you read with greatest interest?  
(you can give multiple answers) \*

News	68 %
Main topics	44 %
Planning	46 %
Design	40 %
Research and technology	56 %
Trade	10 %
Corporate profiles	29 %

LICHT is a major help for my daily work\*

I agree entirely	29%
I agree for the most part	54%
I don't really agree for the most part	16%
This doesn't apply to me at all	1%

1.2 Size of the business unit	These characteristics were not included in the survey, since the user value of this trade journal as an advertising medium does not depend on this.
2.1 Characteristics of activity	
2.2 Socio-demography	
See page 12 for a summary of the methods used for the survey	* Reader survey conducted by the publisher in July of 2008.



### 5 Special forms of advertising:

#### Product cards

Printing area reply cards: 148 mm wide x 99 mm high  
(plus 4 mm 4 mm head trim)

Printing area memo strip: 62 mm wide (plus 3 mm routing margin)  
x 99 mm high (plus 4 mm head trim)

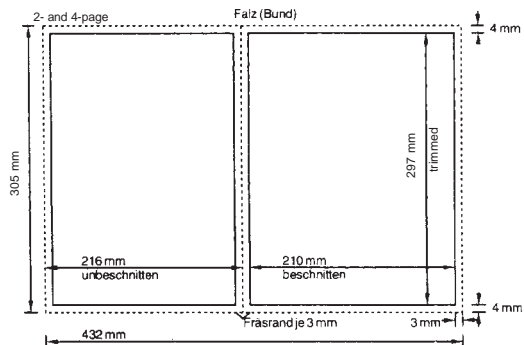
Bleed difference (trim allowance) for bled (trimmed) motifs: 3 mm at the right and at the bottom.

#### Bound inserts:

Before order acceptance and confirmation, provision of a final sample is necessary: if required, as a blind dummy with size and weight data.

10

#### Trimming pattern:



These inserts must be designed in accordance with postal regulations such that they cannot be confused with the remaining main editorial part of the magazine. The placement of bound inserts will depend on technical options.

#### Formats:

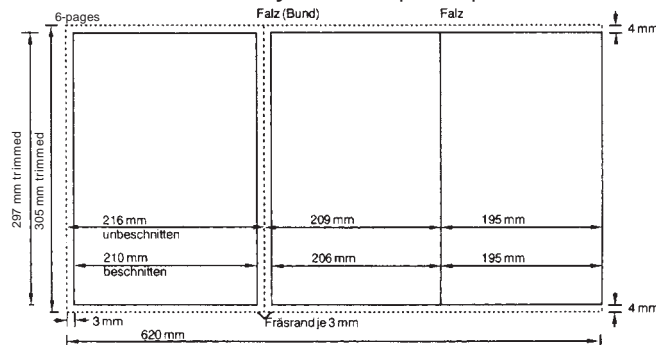
1 sheet (= 2 pages) untrimmed, 216 x 305 mm

2 sheets (= 4 pages) untrimmed, 432 x 305 mm

Bound inserts must be provided untrimmed, and bound inserts consisting of several sheets must be delivered folded. The front page of the bound insert must be designated as such. Bound inserts must be designed such that additional preparation and processing are not necessary. If, however, difficulties or additional folding or gluing work arise, then they will be invoiced in addition.

**Required delivered amount: 11.300 copies**, including overplus

**Deadline for delivery:** upon request

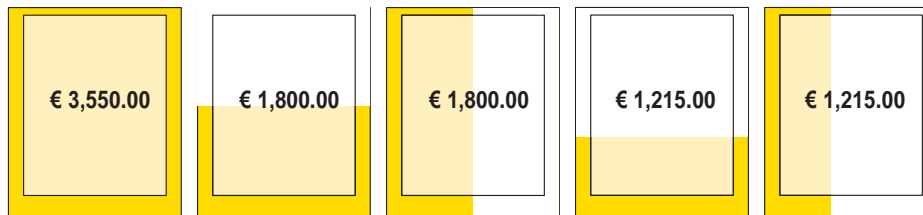




### Examples for advert formats with basic black-and-white price:

Printing-area format

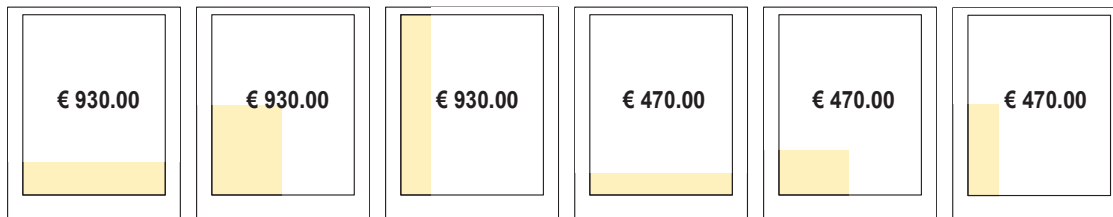
Bleed format



light+building- issues  
nos. 3 + 4:  
40 % greater actual  
circulation, but only 25 %  
surcharge on basic price!

	1/1 page	1/2 page landscape	1/2 page portrait	1/3 page landscape	1/3 page portrait
Printing area:	184 mm wide x 272 mm portrait	184 mm wide x 130 mm portrait	90 mm wide x 272 mm portrait	184 mm wide x 87 mm portrait	58 mm wide x 272 mm portrait

Formats of final copy for trimmed adverts: (plus 3 mm trim on all 4 pages)	210 mm wide x 297 mm portrait	210 mm wide x 148 mm portrait	100 mm wide x 297 mm portrait	210 mm wide x 99 mm portrait	68 mm wide x 297 mm portrait
<b>Format is plus 3 mm trim on all 4 pages</b>					



	1/4 page landscape	1/4 page 2-column	1/4 page portrait	1/8 page landscape	1/8 page 2-column	1/8 page portrait
Printing area:	184 mm wide x 65 mm portrait	90 mm wide x 130 mm portrait	42 mm wide x 272 mm portrait	184 mm wide x 32 mm portrait	90 mm wide x 65 mm portrait	42 mm wide x 130 mm portrait

11



Publisher: Richard Pflaum Verlag GmbH & Co. KG, Postfach 19 07 37, 80607 München, Germany, Tel. (0 89) 1 26 07-2 63, Fax (0 89) 1 26 07-3 10

1 Verification of subscription data:



2 Analysis of subscription data: copies per issue on a yearly average (1 July 2010 to 30 June 2011)

Printed copies:	10,800	
Actually distributed circulation:	10,679	of which 425 foreign
Sold copies:	1,962	of which 387 foreign
Subscribed copies:	1,930	of which members' copies
Individual sales:	—	
Other sales:	32	
Free copies:	8,717	
Remaining, archive, and proof copies:	121	

3 Analysis of geographical distribution:

Economic area:	Share of actually distributed copies:	
	%	Copies
In Germany	96.0	10,254
Outside Germany	4.0	425
<b>Actually distributed circulation:</b>	<b>100.0</b>	<b>10,679</b>

Summary of the data-collection method

- Method:** Analysis of data files (total data records)
- Basic totality:** for actual circulation of 10,679 = 100 %; Not included in the study: 1,371 copies = 12.8 % 0.7 %
- Random sample:** total data file
- Target person of the study:** not applicable
- Time period of the study:** 1 July 2010 to 30 June 2011
- Study conducted by the following company:** Richard Pflaum Verlag GmbH & Co. KG  
The method of the study is described in detail under [www.lichtnet.de/mediaservice/erhebungsmethode/](http://www.lichtnet.de/mediaservice/erhebungsmethode/)

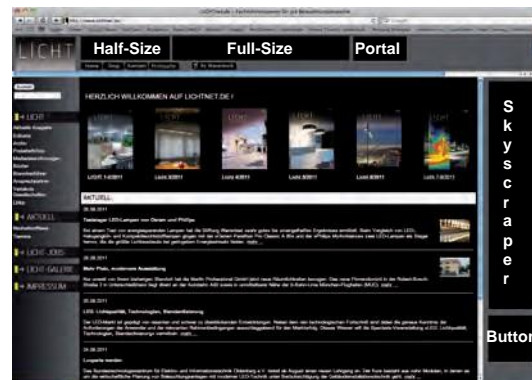


Web site  
Profile  
Prices / forms of advertising

1/P



- 1 **Web address** www.lichtnet.de
- 2 **Profile** LICHTnet.de is the portal for the lighting business. In addition to its extensive archive with information on the trade journal **LICHT**, it offers daily updated reports and news of scheduled events. The online shop rounds off the offering, with professional books, a classified directory, and a job market.
- 3 **Target group** Readers of the trade journal **LICHT**
- 4 **Publisher** Richard Pflaum Verlag GmbH & Co. KG  
**Editor-in-Chief** **Regina Welk** (responsible)  
 ☎ (0 89) 126 07 294 ✉ welk@pflaum.de  
**Online advertising** **Christine Seiler** (Group Leader for Media Service)  
 ☎ (0 89) 126 07 295 ✉ seiler@pflaum.de



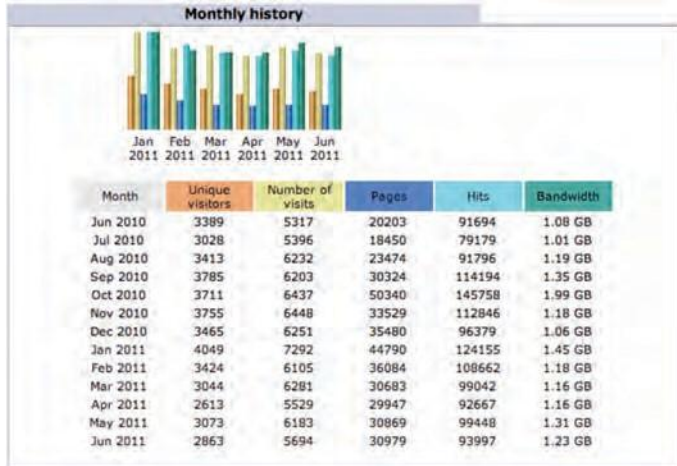
### Prices and forms of advertising

(the legally valid value-added tax must be added to all prices)

Advertising forms	Placement	Format in pixels	Price in € per time unit
Skyscraper	constantly visible frame to the right	120 x 600	€ 650.00 / 4 weeks
Full-size banner	constantly visible frame at the top	468 x 60	€ 436.00 / 4 weeks
Half-size banner	constantly visible frame at the top	234 x 60	€ 218.00 / 4 weeks
Button	constantly visible frame to the right	120 x 120	€ 218.00 / 4 weeks
Portal banner	constantly visible frame at the top	113 x 60	€ 109.00 / 4 weeks



**History of use data over the course of one year**



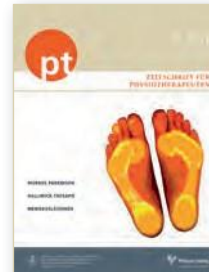
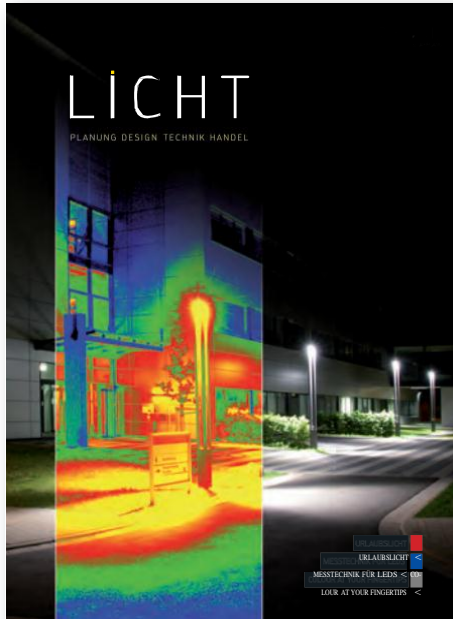
- 1 **File formats:** GIF, JPG, HTML, FLASH max. 60 KB
- 2 **Submit to:** Please send your advertising copy for your campaign to: [seiler@pflaum.de](mailto:seiler@pflaum.de)
- 3 **Deadline** Please submit advertising material five (5) days before the launch of your campaign.

# Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

1. »Anzeigenauftrag« im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden 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 Dauerabschlüssen 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.
  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 die Aufnahme von Anzeigen und Fremdbeilagen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift wird keine Gewähr geleistet, es sei denn, dass der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrages ausdrücklich davon abhängig gemacht hat. Bei rubrizierten Anzeigen gewährleistet der Verlag den Abdruck in der jeweiligen Rubrik, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.  
Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen.
  6. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort »Anzeige« deutlich kenntlich gemacht.
  7. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen. Auch bei bereits bestätigten Aufträgen können Anzeigen zurückgewiesen werden, wenn ihr Inhalt nach pflichtgemäßem Ermessen des Verlages gegen Gesetz, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstößt oder wenn ihre Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen, Vertretern oder sonstigen Vermittlern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters und nach deren Billigung bindend. Der Verlag behält sich vor, Beilagen abzulehnen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteiles der Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
  8. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckerunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckerunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckerunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
  9. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rücktritt.  
Eine Haftung für leichte Fahrlässigkeit des Verlages, seines gesetzlichen Vertreters und seiner Erfüllungsgehilfen ist – außer bei Fehlen zugesicherter Eigenschaften oder bei Verletzung wesentlicher Vertragspflichten – ausgeschlossen. Bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit richtet sich die Haftung nach den gesetzlichen Bestimmungen. Gegenüber Kaufleuten ist die Haftung bei grober Fahrlässigkeit der Erfüllungsgehilfen dem Umfang nach auf den vorhersehbaren Schaden bis zur Höhe des für die Erfüllung des Auftrages zu zahlenden Entgeltes beschränkt.  
Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
  10. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge.
  11. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
  12. 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 Frist zu bezahlen, sofern nicht im Einzelfall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.
  13. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Verzugszinsen sowie Beteiligungskosten berechnet. Bei Zahlungsverzug kann der Verlag die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Zwangsvollstreckung, Vergleich oder Konkurs kann ein etwa gewährter Nachlass nachberechnet werden. Bei begründeten Zweifeln an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, das Erscheinen weiterer Anzeigen im Rahmen eines Abschlusses ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel vom Ausgleich offen stehender Rechnungen und von der Vorauszahlung des Betrages für die restliche Erfüllung des Abschlusses abhängig zu machen.
  14. 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.
  15. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckerunterlagen sowie Kosten für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen an der ursprünglich vereinbarten Ausführung hat der Auftraggeber zu tragen.
  16. Aus einer Auftragsminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung 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 gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auftragsminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigter Mangel, wenn sie
    - bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20 %
    - bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren 15 %
    - bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren 10 %
    - bei einer Auflage über 500.000 Exemplaren 5 %beträgt.  
Darüber hinaus sind bei den Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber vom Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.
  17. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.
  18. Druckerunterlagen werden nur auf besondere und schriftliche Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zu ihrer Aufbewahrung endet drei Monate nach Abdruck der Anzeige, bei Abschlüssen nach Abdruck der letzten Anzeige des Abschlusses.
  19. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.
- Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand 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, auch bei Nicht-Kaufleuten, 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.



Pflaum Verlag



- Physiotherapy
  - Natural medicine
  - Lighting and electrical engineering
- [www.pflaum.de](http://www.pflaum.de)

HÜTHIG & PFLAUM  
VERLAG

[www.lichtnet.de](http://www.lichtnet.de)



[www.de-online.info](http://www.de-online.info)