



der fahrzeug- und metall-lackierer/das lackiererhandwerk

MEDIAINFORMATIONEN 2010

Media-Informationen 2010

Ansprechpartner	2
Heftprofil, Leserschaft, Verlagsprogramm	3
Analysen	4
Abopreise, Drucktechnik, Verlagsdaten	5
Anzeigenpreise	6
Anzeigenformate	7
Wer Wo Was	8
Termin- und Themenplan	9
Sonderdrucke	14
Aktion „Werkstatt des Vertrauens“	15
Digitale Druckunterlagen	16
Allgemeine Geschäftsbedingungen	18





Ansprechpartner von fmi – der fahrzeug- und metall-lackierer



Wolfgang Auer
Chefredakteur fmi
Westenriederstraße 49
80331 München

Telefon: 089/24 22 83 - 0
Telefax: 089/24 22 83 - 19

E-Mail: wolfgang.auer@audin.de



Gabriele Dinnendahl
Anzeigenleitung fmi
Westenriederstraße 49
80331 München

Telefon: 089/24 22 83 - 0
Telefax: 089/24 22 83 - 19

E-Mail: gabriele.dinnendahl@audin.de



Burkhard Bonarius
Technische Leitung
Westenriederstraße 49
80331 München

Telefon: 089/24 22 83 - 0
Telefax: 089/24 22 83 - 19

E-Mail: burkhard.bonarius@audin.de



Doris Jacob
InTime Services GmbH
Leser-Dienst-Service fmi
Postfach 13 63
82034 Deisenhofen

Telefon: 089/8 58 53 - 830
Telefax: 089/8 58 53 - 888

E-Mail: fmi@intime-services.de



Heftprofil Leserschaft Verlagsbuchprogramm

Als wichtige Brancheninformations-Quelle

ist „fml“ seit mehr als 53 Jahren die einzige monatlich erscheinende Fachzeitschrift für den Autolackierer. „fml“ positioniert sich als unabhängiges Sprachrohr der Branche. Im Fokus der Berichterstattung jeder Ausgabe stehen thematische Schwerpunkte als Highlight für alle Aspekte der modernen Unfallreparatur und Oberflächentechnik. In regelmäßigen Beiträgen begleitet „fml“ die Ausbildung zum Fahrzeuglackierer in enger Kooperation mit den renommierten Berufs- und Meisterschulen.

Struktur der Leserschaft

	Exemplare	%
Reine Lackierbetriebe, Lackierer	1.658	28,34
Karosseriebau- und Lackierbetriebe	2.723	46,54
Autohäuser mit Lackierereien	695	11,88
Lackindustrie, Zubehörlieferanten	485	8,29
gewerbliche Berufsschulen, Sonstige	205	3,51
Rest- und Archivexemplare	84	1,44
Gesamtauflage im Jahresschnitt	5.850	100,0

Das Verlagsbuchprogramm

Lehrbuch für Fahrzeuglackierer

von Klaus Chor 39,90 €
Eine umfassende Fachkunde für Berufsschule und Betrieb in Verbindung von Praxis und Theorie. Dieser Titel ist bereits in der elften Auflage erschienen.

Prüfungsfragen für Fahrzeuglackierer

von Klaus Chor 19,20 €
Über 800 programmierte Prüfungsfragen und über 1000 Antworten mit Lösungen für den Handwerksberuf Fahrzeuglackierer.

Betriebswirtschaft für Karosserie- und Fahrzeuglackierbetriebe

von Georg Mehl/Andreas Hennemann 37,90 €
Ein Fachbuch für den Praktiker, das die wichtigsten Grundtatbestände der Betriebswirtschaftslehre aufzeigt, soweit sie für Fahrzeuglackierer relevant sind.

Alle Preise verstehen sich einschließlich gesetzlicher MwSt. und zuzüglich Versandkostenpauschale. Preisänderungen sind vorbehalten.

Mit „fml“ verbinden Leser mit jeder Ausgabe:

nach den Ergebnissen der EMNID Marktstudie
(III. Quartal 2003) zusammengetragen in der AGLA-Farbe
(Arbeitsgemeinschaft Lacke und Farben) ergibt sich
folgendes Titelprofil:

... enthält nützliche Tipps und Anregungen	63,4 %
... ist kritisch und unabhängig	77,2 %
... ist besonders aktuell	58,9 %
... informiert umfassend und zuverlässig	72,3 %
... hat ein sehr interessantes Erscheinungsbild	59,4 %
... ist gut lesbar und verständlich	61,2 %
... ist klar strukturiert	72,7 %
... bietet eindeutige Vorteile gegenüber anderen Titeln	82,7 %

Umfangs-Analyse 2009 = II Ausgaben

Format der Zeitschrift:

DIN A 4

Gesamtumfang:

416 Seiten = 100 %

Redaktionsteil:

323 Seiten = 77,64 %

Anzeigenteil:

93 Seiten = 22,36 %

Die Leser von fml haben geurteilt:

... durch eine hohe emotionale Bindung würden die Zeitschrift
sehr stark vermissen 83,4 %

Nutzung der Zeitschrift „fml“:

... fml wird von 1 Person ausschließlich gelesen 17,2 %
... fml wird von 2 Personen gelesen 38,4 %
... fml wird von 3 bis 5 Personen gelesen 37,2 %

Inhaltsanalyse des Redaktionsteils 2009 = 323 Seiten

Editorial 11 Seiten = 3,4 %
Aktuell 26 Seiten = 8,0 %
Branche Intern 48 Seiten = 14,9 %
Technik und Trends 53 Seiten = 16,4 %
Form und Farbe 42 Seiten = 13,1 %
Technik und Werkstoffe 35 Seiten = 10,8 %
Aus- und Weiterbildung 16 Seiten = 4,9 %
Branchen News 44 Seiten = 13,6 %
Aktion WdV Lack & Karosserie 20 Seiten = 6,2 %
Sonstiges 28 Seiten = 8,7 %
323 Seiten = 100 %



Abopreise Drucktechnik Verlagsdaten

Abonnement

Bezugspreis	für 11 Hefte	
	im Inland	49,50 €
	im Ausland	56,00 €
	Einzelheft im Inland	5,40 €
	Einzelheft im Ausland	5,90 €
	Die Preise verstehen sich einschließlich Postgebühren; im Inlands-Bezugspreis sind 7 % Mehrwertsteuer enthalten.	
	Kündigungsfrist: Nur schriftlich, 8 Wochen vor Ende des berechneten Bezugszeitraumes.	
	Bezugsgebühren sind im voraus fällig.	
	Bei Zusendung mit „Luftpost“ (Air Mail) erhöhen sich die Abonnementspreise außerhalb Europas um 34,00 €	

Drucktechnik

Druckverfahren	Offsetdruck
Druckunterlagen	Datenträger CD-ROM
Übernahme digitaler Druckvorlagen	siehe Seite Datenübertragung

Verlagsdaten

Verlag	AUDIN Verlag GmbH Westenriederstraße 49 80331 München
Telefon	(0 89) 24 22 83-0
Telefax	(0 89) 24 22 83 19
E-Mail	fml@audin.de
Internet	http://www.audin.de
Redaktion	Wolfgang Auer
Anzeigenleitung	Gabriele Dinnendahl
Zahlungsbedingungen	Bei Vorauszahlung 3 % Skonto, bei Zahlung innerhalb von 8 Tagen nach Rechnungsdatum 2 % Skonto, sonst spätestens 30 Tage nach Rechnungsdatum ohne Abzug
Zahlungsmöglichkeit	Postbank München (BLZ 700 100 80) 540 808 806 Merkur Bank, KGaA (BLZ 701 308 00) 50741

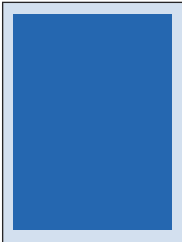
AUDIN Verlag GmbH Westenriederstraße 49 80331 München
Tel. (0 89) 24 22 83-0 Fax (0 89) 24 22 83-19 E-Mail: info@audin.de

Wenn Sie bei Ihrer Arbeit auf offene Fragen stoßen, rufen Sie an:
Ihre Ansprechpartnerin: Gabriele Dinnendahl

Erscheinungsweise	II Ausgaben jährlich	
Anzeigenschluss	siehe Themenplan	
Druckunterlagenchluss	siehe Themenplan	
Zeitschriftenformat	DIN A 4, 210 mm breit x 297 mm hoch	
Anzeigen Satzspiegel	185 mm breit x 260 mm hoch, 2-spaltig 90 mm	
Anzeigen Spaltenbreite	1 Spalte 90 mm, 2 Spalten 185 mm	
mm-Grundpreis im Seitenanteiliger Grundpreis	I-spaltigen Anzeigenteil Format Höhe x Breite in mm	5,40 € Preis
1/1 Seite	260 x 185	2.200,00 €
2/3 Seite	260 x 125	1.560,00 €
1/2 Seite	260 x 90 oder 128 x 185	1.125,00 €
1/3 Seite	85 x 185 oder 260 x 60	780,00 €
1/4 Seite	128 x 90 oder 62 x 185	630,00 €
1/8 Seite	62 x 90 oder 30 x 185	320,00 €
1/16 Seite	30 x 90	160,00 €
mm-Preis für Gelegenheitsanzeigen I-spaltig, 90 mm	Verkäufe/Stellenangebote	4,50 €
	Kaufgesuche/Stellengesuche	4,00 €
	Chiffre-Gebühr inkl. Offerten-Porto	3,00 €
Preis für Vorzugspätze	2, 3 oder 4. Umschlagseite	+ 15 %
	Anzeigen im redaktionellen Teil	+ 25 %
Farbzuschläge	für Vierfarbanzeigen nach Euro Farbskala DIN 16524-26 und Normalrot	
	je Zusatzfarbe	2-c + 30 %
	auf den Grundpreis	3-c + 60 %
		4-c + 90 %

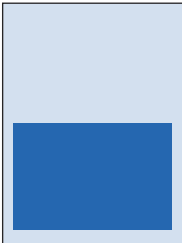
Anschnittzuschläge	bei ein- bis allseitigem Anschnitt auf den Grundpreis Beschnittzuschläge 3 mm je Kante	+ 10 %
Anzeigen über Bund	auf den Grundpreis + 10 %	
Nachlässe	bei Abnahme innerhalb eines Jahres nach der Malstaffel	
	bei 3 Anzeigen 5 %	bei 9 Anzeigen 15 %
	bei 6 Anzeigen 10 %	bei 12 Anzeigen 20 %
	Alle Zuschläge sind nicht rabattierfähig	
Beilagen	bis zu 25 g Gewicht, je Tausend inkl. Postgebühren bis 25 Gramm (Beifügung nur lose, maschinell) Format höchstens: 294 mm Höhe und 205 mm Breite Bei manueller Beifügung Zuschlag pro Tausend:	250,00 € 125,00 €
Einhefter	Anlieferung gefalzt aber unbeschnitten im Mindestformat von: 303 x 216 mm	je Blatt 2.200,00 €
	Einhefter sind nicht rabattierfähig	
Beikleber	Postkarten auf Anzeigen, je Tausend (maschinell) je Tausend (manuell) zuzügl. ermäßigte Postgebühren	75,00 € 150,00 €
Versandanschrift	Bitte beim Verlag anfragen.	

Die jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuer wird zusätzlich berechnet.



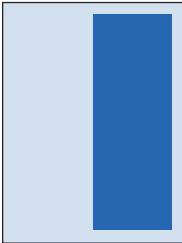
1/1 Seite

Format	260 mm x 185 mm (H x B)
Anschnitt	297 mm x 210 mm + 3mm
s/w (Euroskala)	2.200,00 €
zweifarbig (Euroskala)	2.860,00 €
dreifarbig (Euroskala)	3.520,00 €
vierfarbig (Euroskala)	4.180,00 €



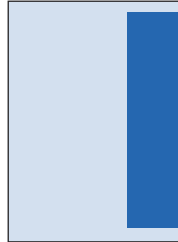
1/2 Seite quer

Format	128 mm x 185 mm (H x B)
Anschnitt	147 x 210 mm + 3 mm
s/w (Euroskala)	1.125,00 €
zweifarbig (Euroskala)	1.462,50 €
dreifarbig (Euroskala)	1.800,00 €
vierfarbig (Euroskala)	2.137,50 €



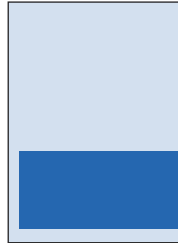
1/2 Seite hoch

Format	260 mm x 90 mm (H x B)
Anschnitt	297 mm x 103 mm + 3 mm
s/w (Euroskala)	1.125,00 €
zweifarbig (Euroskala)	1.462,50 €
dreifarbig (Euroskala)	1.800,00 €
vierfarbig (Euroskala)	2.137,50 €



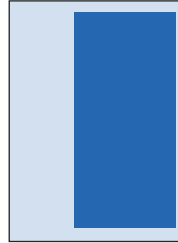
1/3 Seite hoch

Format	260 mm x 60 mm (H x B)
Anschnitt	297 mm x 71 mm + 3 mm
s/w (Euroskala)	780,00 €
zweifarbig (Euroskala)	1.014,00 €
dreifarbig (Euroskala)	1.248,00 €
vierfarbig (Euroskala)	1.482,00 €



1/3 Seite quer

Format	85 mm x 185 mm (H x B)
Anschnitt	105 mm x 210 + 3 mm
s/w (Euroskala)	780,00 €
zweifarbig (Euroskala)	1.014,00 €
dreifarbig (Euroskala)	1.248,00 €
vierfarbig (Euroskala)	1.482,00 €



2/3 Seite hoch

Format	260 mm x 125 mm (H x B)
Anschnitt	297 mm x 137 mm + 3 mm
s/w (Euroskal)	1.560,00 €
zweifarbig (Euroskala)	2.028,00 €
dreifarbig (Euroskala)	2.496,00 €
vierfarbig (Euroskala)	2.964,00 €



? Wer - Wo - Was ?

Geringer Aufwand – Große Wirkung

Die Rubrik ? Wer - Wo - Was ? ist fester Bestandteil jeder Ausgabe von „fml“. Dieses Bezugsquellenverzeichnis bietet Ihnen die Möglichkeit regelmäßig Ihr Produktangebot und -sortiment in das Blickfeld des Lesers zu rücken.

Nutzen Sie die Möglichkeit der intensiven Präsenz zu einem wirklich günstigen Preis.

Buchungen sind nur quartalsweise möglich.

Spaltenbreite: 43 mm mm-Preis: 2,70 €

Rabatte:	2 Quartale	5 %
	3 Quartale	10 %
	4 Quartale	20 %

Farbzuschlag: 30 %

Falls Ihre Anzeige in Farbe wünschen, bitte wir diese als Datei anzuliefern. Beachten Sie das Anforderungsprofil für die Übersendung der elektronischen Anzeigen.

Produktgruppen:

(kann auch ergänzt werden)

- Abdeckbänder
- Berufskleidung
- Chemische Produkte
- EDV-Kalkulation
- Filtermatten
- Hebebühnen
- Infrarot-Trockner
- Kompressoren
- Lacke und Farben
- Lackhändler
- Lackier- und Trockenanlagen
- Lackierbedarf
- Lackierstände
- Mischbecher
- Mischmaschinen
- Poliermittel
- Reiniger
- Schleifmittel
- Schleifmaschinen
- Schutzmasken
- Spritzpistolen
- Werkstattausrüstung
- Zubehörhandel
- Sonstiges

Schwerpunktthemen

Produktthemen:

I/2010

Erscheinungstermin: 4. I. 2010
 Redaktionsschluss: 2. IZ. 2009
 Anzeigenschluss: 7. IZ. 2009
 Druckunterlagen: 16. IZ. 2009

Trendsetter im Aufwind

Was macht die Erfolgreichen erfolgreich? Sind sie besser, schlauer, schneller oder einfach nur Glückskinder? Wir zeigen Beispiele von erfolgreichen Betrieben.

Betriebseinrichtung
 Arbeitsplatzgestaltung
 Routing
 Vorbereitungsplätze

2/2010

Erscheinungstermin: I. 2. 2010
 Redaktionsschluss: 7. I. 2010
 Anzeigenschluss: 11. I. 2010
 Druckunterlagen: 19. I. 2010

Topthema Trocknung

Infrarot-, UV- oder Konvektions-Trocknung? Jede Art für den ganz speziellen Einsatzbereich oder eine Trocknungsart für Alles? Wir zeigen den Stand der Technik.

Lackierkabinen
 Kabinenausüstung
 IR-Trockner
 UV-Geräte
 Energieeinsparung

Schwerpunktthemen

Produktthemen:

3/2010

Erscheinungstermin: 1. 3. 2010
 Redaktionsschluss: 2. 2. 2010
 Anzeigenschluss: 8. 2. 2010
 Druckunterlagen: 17. 2. 2010

Werkstatt des Vertrauens Lack & Karosserie

Auf einer großen Gala in den Dortmunder Westfalenhallen fand die Aktion 2009 ihren Höhepunkt. Wir berichten über die Highlights dieser bundesweiten Veranstaltung.

Messe: IHM PROFI - Internationale Handwerksmesse, München, 3. – 9. März Fachmesse für Technik, Werkstatt, Werkzeuge

Messe: Farbe – Ausbau & Fassade, Neue Messe München 24. – 27. März

Smart-Repair-Systeme
 Finishsysteme
 Poliersysteme
 Ausbeultechnik

4/2010

Erscheinungstermin: 1. 4. 2010
 Redaktionsschluss: 2. 3. 2010
 Anzeigenschluss: 8. 3. 2010
 Druckunterlagen: 16. 3. 2010

Schadensteuerung auf dem Prüfstand

Was bieten und was verlangen die Schadensteuerer? In welchem Rahmen bewegt sich da der Fachbetrieb? Wir fragen Anbieter und Betriebsinhaber.

Kalkulationssysteme
 Branchensoftware
 Online-Systeme

Schwerpunktthemen

Produktthemen:

5/2010

Erscheinungstermin: 3. 5. 2010
 Redaktionsschluss: 8. 4. 2010
 Anzeigenschluss: 12. 4. 2010
 Druckunterlagen: 20. 4. 2010

Neue Lacksysteme

Wie weit ist die neue Generation von wasserbasierten Lacksystemen?
 Wir geben Antworten.

Applikation
 Lackiersysteme
 Farbtonmessung

6/2010

Erscheinungstermin: 1. 6. 2010
 Redaktionsschluss: 4. 5. 2010
 Anzeigenschluss: 10. 5. 2010
 Druckunterlagen: 19. 5. 2010

Lackiert wird Alles

Von „pimp my car“ bis zur individuellen und hochwertigen Design-Lackierung reicht das Spektrum für die Spezialisten. Wir zeigen die gesamte Bandbreite von Möglichkeiten.

Spritztechnik
 Werkzeugsysteme
 Schleifmaschinen
 Finish und Polituren

7-8/2010

Erscheinungstermin: 1. 7. 2010
 Redaktionsschluss: 7. 6. 2010
 Anzeigenschluss: 14. 6. 2010
 Druckunterlagen: 22. 6. 2010

Schwerpunktthemen

Optimierte Werkstatt

Wie weit ist die Entwicklung von multifunktionalen Arbeitsplätzen? Was bietet und was unterscheidet die einzelnen Konzepte?

Produktthemen:

Werkstatt-Technik
 Arbeitsplatzoptimierung
 Routing

9/2010

Erscheinungstermin: 1. 9. 2010
 Redaktionsschluss: 2. 8. 2010
 Anzeigenschluss: 9. 8. 2010
 Druckunterlagen: 17. 8. 2010

automechanika

In unserem Messeheft steht die neue Halle II im Fokus. Wie gewohnt lesen Sie den Vorbericht mit den Neuheiten und Vorabinformationen aus der Industrie zur größten Branchenmesse der Welt.

Messe: automechanika, Frankfurt, 14. – 19. September

Kabinen- und Trockenanlagen
 Schleifmaschinen, Schleifmittel
 Absaugung
 Pistolentechnik

	Schwerpunktthemen	Produktthemen:
<p>IO/2010 Erscheinungstermin: 1. 10. 2010 Redaktionsschluss: 1. 9. 2010 Anzeigenschluss: 7. 9. 2010 Druckunterlagen: 20. 9. 2010</p>	<p>Wieviel Kunde darf's denn sein? Welche Chancen bietet der Markt dem Spezialisten und welche dem Generalisten? Wie lukrativ ist es, alles rund um das Thema Reparatur abzudecken? Wir stellen Beispiele vor.</p>	<p>Spezielle Applikationstechniken Arbeitsplatzoptimierung Betriebseinrichtung Hebebühnen</p>
<p>II-12/2010 Erscheinungstermin: 2. 11. 2010 Redaktionsschluss: 4. 10. 2010 Anzeigenschluss: 11. 10. 2010 Druckunterlagen: 19. 10. 2010</p>	<p>I. Schwerpunktthema Farbtrends 2010 Kupfer-, Chrom-, Fluid- oder Chamäleon-Effekt? Setzen sich die Trends zu Brauntönen durch und welche Richtung geben Zeitgeist und Mode bei den Serienfarben vor.</p>	<p>Farbtonmess- und Prüfgeräte Nuancier- und Mischsysteme Lackiersysteme</p>

II-12/2010

Erscheinungstermin: 2. 11. 2010
 Redaktionsschluss: 4. 10. 2010
 Anzeigenschluss: 11. 10. 2010
 Druckunterlagen: 19. 10. 2010

2. Schwerpunktthema

Technik-Trends

Vom Betriebsablauf über Werkstatteinrichtung bis zur Lackier- und Trockenanlage – wir zeigen die Trends bei Ausrüstung, Werkzeugen und Einrichtung

Produktthemen:

Spezielle Lacksysteme
 Klebe- und Schweißtechnik
 Grundierungsmaterialien

Sie haben die Möglichkeit von den Fachartikeln aus „fml – der fahrzeug- und metall-lackierer“ Sonderdrucke für Ihre Werbung erstellen zu lassen. Die Mindeststückzahl beträgt 500 Exemplare.

Fragen Sie uns nach den Preisen und den Möglichkeiten der individuellen Gestaltung.

- Bei Interesse an einer Fördermitgliedschaft fordern Sie bitte detaillierte Unterlagen an, unter: fmi@audin.de
- Mehr als 16 000 Autofahrer haben ihrer „Werkstatt des Vertrauens Lack & Karosserie“ 2009 das Vertrauen ausgesprochen
- Wettbewerb 2010
Kooperation AUDIN Verlag und Verlag Kaufhold
- Im Bereich Lack & Karosserie ist der AUDIN Verlag federführend
- Geben Sie Ihren Kunden das Marketing-Instrument als Fördermitglied an die Hand
- Ein deutlicheres Votum für den freien Reparaturmarkt gibt es nicht!
- Die Auszeichnung „Werkstatt des Vertrauens – gewählt vom Autofahrer“ gibt der Lack & Karosserie-Werkstatt die fundierte Grundlage für ihr gezieltes, kundenorientiertes Marketing vor Ort.
- Vertrauen ist das entscheidende Element in der Beziehung Kunde/Werkstatt
- Die erste branchenweite und systemübergreifende Kampagne vom Reparaturlackmarkt zum Autofahrer
- Teilnehmer sind inhabergeführte Lackier- und Karosseriebetriebe, die in der Handwerksrolle eingetragen sind.





Anforderungsprofil für digitale Druckunterlagen

Idealerweise digitale Druckunterlagen als druckfertige PDF.

Auflösung der Bilder: 300 dpi - Auflösung bei Strich: mind. 800 dpi

Bei PC-Daten Schriften eingebunden oder in Pfade umgewandelt.

Bei angeschnittenen Anzeigen Beschnitt von 3 Millimeter berücksichtigen.

Programme Macintosh:

Quark Express 4.1 bis 8
Adobe Indesign bis CS 4
Adobe Illustrator bis CS 4
Freehand 9.0/10, MX II
Adobe Photoshop bis CS 4
Linocolor 6.0
Word/Excel Office Edition
Acrobat 8.0

Programme PC:

Quark Express 6.5
Adobe Indesign bis CS 3
Adobe Photoshop bis CS 3
Corel Draw 10,12
Freehand 9.0
Adobe Illustrator bis CS 3
Word 2000/XP
Excel 2000
Powerpoint 2000
Acrobat 8.0

Datenträger:

Nur die üblichen Datenträgern (CD-ROM/DVD-ROM).

Zusammen mit dem Datenträger werden alle Informationen über Zeitschrift/Titel, Absender, Firma, Betriebssystem, verwendete Programmversionen, Datei-Namen und Farben benötigt.

Schriften: In den Programmdateien und beigefügten Schriften-Importen dürfen keine modifizierten Schriften benutzt werden. Alle verwendeten Schriften und Schriftschnitte insbesondere in EPS-Files enthaltene, müssen im Auftrag einzeln aufgeführt sein.

Übernahme digitaler Anzeigen

Um digitale Anzeigen/Druckunterlagen annehmen und problemlos weiterverarbeiten zu können, müssen bestimmte Bedingungen beachtet werden:

Datenformat

Anzeigen/Druckunterlagen bitte als PDF im Format I.3 nach Standard X-3 bzw. X-1a liefern. Für die Kontrolle der Dateien ist ein verbindlicher Ausdruck bzw. Proof notwendig. Distillereinstellungen und Drucker-PPD's (für MAC und Windows) können unter www.holzmann-druck.de downgeloadet werden.

Bitte beachten Sie die Einhaltung der disponierten Anzeigenformate und Beschnittzugaben. Zusammen mit der Datei werden alle Informationen über Zeilschrift/Titel, Absender/Firma, Betriebssystem, verwendete Programmversionen, Datei-Namen und Farben benötigt.

Datenspezifikationen:

Druckverfahren: Bogen-Offset, Rasterweite: 70er Raster

Papier: Innenteil: 135 g, Bilderdruck glänzend

Umschlag: 200 g, Bilderdruck glänzend

Farbraum: Der Druck erfolgt in Cyan, Magenta, Gelb, Schwarz nach Eurokala Fogra-Standard. Sonderfarben (Pantone, HKS) sind möglich.

Belege/Proofs:

Von jeder zu belichtenden Seite wird ein Farbdruck oder je Farbe ein s/w-Andruck benötigt mit jeweiliger Angabe der Farbe (Eurokala, HKS, Pantone). Farbdrucke vom Farbkopierer oder -drucker sind nicht druck- und farbverbindlich.

Der Digitalproof muss 1:1 vom angelieferten Datensatz gefertigt sein und den Ugra/Fogra-Medienkeil enthalten.

Zur Übernahme digitaler Anzeigen fordern Sie bitte die Unterlagen zur Datenübertragung an.

Gewährleistungen

Bei Anlieferung von unvollständigen oder vom Proof abweichenden Daten übernehmen wir keine Haftung für das Druckergebnis.

Für Abweichungen in Texten, Abbildungen und insbesondere Farben übernehmen wir keine Haftung.

Der Druck von Farbanzeigen ohne druckverbindlichem Proof erfolgt ohne Gewährleistung.

Falls nicht anders vereinbart, werden übermittelte Daten drei Monate nach Erscheinen der Anzeige gelöscht.

Übermittlung von Anzeigendaten

So können Dateien zu unserer Druckerei übermittelt werden:

E-Mail-Übertragung an karin.jodl@holzmann-druck.de

- Bitte bei der Übertragung auf die Größe der Datei achten.
Maximale Übermittlungsgröße per E-Mail: 7 MB

FTP-Übertragung möglich

- Unsere Druckerei kann Ihre Datei von Ihrem FTP-Server downloaden.
Hierzu benötigen wir Ihre Zugangsdaten per E-Mail.
- Sie können Ihre Datei auf dem FTP-Server unserer Druckerei uploaden.
Hierzu erhalten Sie auf Anfrage die Zugangsdaten per E-Mail oder telefonisch unter: 08247/993-222.

Telefon: 089/242283-0, Telefax 089/242283-19
E-Mail: fml@audin.de

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften im kaufmännischen Geschäftsverkehr

1. Anzeigenauftrag“ beziehungsweise Auftrag“ im Sinne 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. Anzeigenaufträge sind im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln. Bei Änderungen der Anzeigenpreise treten mangels anderer Vereinbarungen die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge sofort in Kraft.
3. Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden nur für die innerhalb eines Jahres in einer Druckschrift erscheinenden Anzeigen eines Werbungstreibenden gewährt. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige.
4. Der Werbungstreibende hat rückwirkenden Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb einer Jahresfrist entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Auftrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt.
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 Rückvergütung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlags beruht.
6. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern, in bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift wird keine Gewähr geleistet, es sei denn, dass der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrags ausdrücklich davon abhängig gemacht hat. In letzterem Falle muss der Auftrag so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Hat sich der Auftraggeber ein Rücktrittsrecht vorbehalten, so bedarf dies zu seiner Verwirklichung einer Ankündigungsfrist von mindestens acht Wochen vor dem Erscheinungsmontat der jeweiligen Aussendung. Bei Kalendern ist kein Rücktrittsrecht möglich.
7. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen- und Beilagenaufträge - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen. Dies gilt auch für Aufträge, die an den Schaltern der Geschäftsstellen, bei Annahmestellen oder bei Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteiles der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
8. 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. Bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen beziehungsweise fernmündlich veranlassten Anforderungen sowie für Fehler infolge undeutlicher Niederschrift übernimmt der Verlag keinerlei Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
9. Ist der Abdruck der Anzeige ganz oder teilweise unleserlich, unrichtig oder unvollständig und hat der Verlag dies zu vertreten, so hat der Auftraggeber Anspruch auf eine Ersatzanzeige, wenn durch die Mängel der Zweck der Anzeige erheblich beeinträchtigt

- wurde. Fehlende oder fehlerhaft gedruckte Kontrollangaben ergeben keinen Anspruch für den Auftraggeber, sofern nichts Abweichendes vereinbart ist. Weitergehende Ansprüche des Auftraggebers, insbesondere Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss, grober Fahrlässigkeit und unerlaubter Handlung sind ausgeschlossen. Ersatzansprüche wegen Unmöglichkeit und Verzug sind auf den Einsatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt beschränkt. Ansprüche wegen Fehlens zugesicherter Eigenschaften sind auf den Ersatz des Erfüllungsinteresses beschränkt. Reklamationen jeder Art müssen vom Auftraggeber innerhalb vier Wochen nach Absendung der Rechnung und Beleg beim Verlag geltend gemacht sein.
10. Eingehende Anforderungen, Mitteilungen, Karten und Adressenausdrücke, die für den Auftraggeber bestimmt sind, werden vom Verlag als normale Postsendungen weitergeleitet, es sei denn, dem Verlag steht ein Zurückbehaltungsrecht zu, weil der Auftraggeber in Zahlungsverzug ist. Bei Verlust einer Sendung hat der Auftraggeber kein Recht auf Preisminderung.
 11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Sendet der Auftraggeber den ihm übermittelten Probeabzug nicht fristgemäß zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck erteilt.
 12. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung mit Beleg spätestens am 5. Tage des auf die Veröffentlichung der Anzeige erfolgten Monats erteilt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine kürzere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
 13. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Verzugszinsen in Höhe von 1 Prozent über dem jeweils gültigen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank zuzüglich Mehrwertsteuer sowie die Einziehungskosten berechnet. Die Geltendmachung weiteren Verzugschadens bleibt vorbehalten. Zugesagte Mengenrabatte entfallen, wenn der Auftraggeber die Rechnung nicht pünktlich bezahlt. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Konkursen und sonstigen Vergleichen entfällt jeglicher Nachlass.
 14. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenausschnitt. Wenn Art und Umfang des Anzeigenauftrags es rechtfertigen, werden bis zu zwei vollständigen Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Aufnahmescheinigung des Verlages.
 15. Kosten für erhebliche Anforderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen und für Anfertigung und Lieferung bestellter Vorlagen und Zeichnungen hat der Auftraggeber zu bezahlen.
 16. Ein Aufлагerrückgang gibt bei einem Abschluss keinen Anspruch auf Preisminderung. Gewährleistungs- oder Schadensersatzansprüche sind ausgeschlossen.
 17. Druckunterlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages. Das Transportrisiko geht bei allen vom Verlag an den Auftraggeber oder an Dritte zurückgesandten Druckunterlagen zu Lasten des Empfängers.
 18. Erfüllungsort und ausschließlicher Gerichtsstand für beide Teile ist der Sitz des Verla- ges. Die vertraglichen Beziehungen unterliegen dem deutschen Recht.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen für die digitale Übermittlung von Druckunterlagen für Anzeigen

- a) Digitale Druckvorlagen sind solche, welche per Datenträger (z.B. Disketten, Cartridges, CD-ROM), direkt oder indirekt per Fernübertragung (z.B. ISDN) an den Verlag papierlos übermittelt werden.
- b) Unerwünschte Druckresultate (z.B. fehlende Schriften, falsche Rasterweite), die sich auf eine Abweichung des Kunden von den Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen zurückführen lassen (siehe Seite Digitale Anzeigenübermittlung in dieser Preisliste), führen zu keinem Preisminderungsanspruch.
- c) Für die Übertragung von digital übermittelten Druckvorlagen dürfen nur geschlossene Dateien verwendet werden, also solche Dateien, an denen der Verlag inhaltlich keine Möglichkeit der Veränderung hat. Offene Dateien, z. B. Dateien, welche unter Corel Draw, QuarkXPress, Freehand usw. gespeichert wurden, können vom Verlag nicht weiterbearbeitet werden. Der Verlag kann bei offenen Dateien für die inhaltliche Richtigkeit nicht in Anspruch genommen werden.
- d) Bei Übermittlung von mehreren zusammengehörenden Dateien hat der Kunde dafür Sorge zu tragen, dass diese Dateien innerhalb eines gemeinsamen Verzeichnisses (Ordner) gesendet bzw. gespeichert werden.

- e) Digital übermittelte Druckvorlagen für Farbanzeigen können nur mit einem auf Papier gelieferten Farb-Proof zuverlässig verarbeitet werden. Ohne Farb-Proof sind Farbabweichungen unvermeidbar, die keinen Preisminderungsanspruch auslösen können.
- f) Werden digital übermittelte Druckvorlagen per Diskette, Cartridge oder CD-ROM an den Verlag übermittelt, werden diese nur auf besonderen Wunsch, und gegen eine pauschale Versandgebühr von 2,50 EUR an den Kunden zurückgeschickt.
- g) Der Kunde hat vor einer digitalen Übermittlung von Druckvorlagen dafür Sorge zu tragen, dass die übermittelten Dateien frei von evtl. Computerviren sind. Entdeckt der Verlag auf einer ihm übermittelten Datei Computerviren, wird diese Datei sofort gelöscht, ohne dass der Kunde hieraus Ansprüche geltend machen könnte. Der Verlag behält sich zudem vor, den Kunden auf Schadenersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Kunden infizierten Computerviren dem Verlag Schäden entstanden sind.

AUDIN



AUDIN Verlag GmbH
der fahrzeug- und metall-lackierer
Westenriederstraße 49
80331 München

Telefon: 089/24 22 83-0
Telefax: 089/24 22 83-19

E-Mail: fml@audin.de
Internet: www.audin.de