



BEWUSSTLOS
Mit neuer Seitenlage
helfe ich richtig



MASSIVER LÖSCHEINSATZ
Brand im
Kölner Chemiewerk



RETTUNGSDIENST
Mit Navigation
zum Einsatz



www.ub-feuerwehr.de

RETTUNGSDIENST

RETTUNGSDIENST

RETTUNGSDIENST

Münchner FLF
**Starke
Lösch-
technik**



2009

Media-Informationen



Preisliste Nr. 18
gültig ab 1. 1. 2009

huss

HUSS-MEDIEN GmbH
10400 Berlin
Tel.: 030 42151-483
Fax: 030 42151-234
www.ub-feuerwehr.de

Inhalt

Redaktion/Verlag, Umfangs- und Inhaltsanalyse	Seite 3
Auflagen- und Verbreitungsanalyse	Seite 4
Anzeigenpreisliste	Seite 8
Anzeigenformate	Seite 8
Themen- und Terminplan	Seite 12
Digitale Druckunterlagen	Seite 17
Allgemeine Geschäftsbedingungen	Seite 19

Charakteristik von 

- ➔ ist als überregionales, unabhängiges Feuerwehr- und Brandschutz-Fachmagazin das Fachorgan für Feuerwehr, Brandschutz, Rettungsdienst und Katastrophenschutz und offizielle Mitgliederinformation verschiedener Landesfeuerwehrverbände.
- ➔ informiert brandaktuell, sachlich und fundiert über technische und organisatorische Innovationen – national und europaweit. Der Leser erhält kompetente Informationen über neuste Technik, Ausrüstung, Ausbildung und Dienstleistungen.
- ➔ trägt durch die Veröffentlichung aktueller Dienst- und Rechtsvorschriften maßgebend zur Entscheidungsfindung bei. Die Zeitschrift berät Verantwortliche bei der Beschaffung neuer Technik und Ausrüstung. Dies wird ergänzt durch neue Richtlinien zur Einsatzorganisation und Erfahrungsberichte.
- ➔ bietet mit der Homepage www.ub-feuerwehr.de aktuelle Zusatzinformationen zum Heft an. Darin sind Termine der Feuerwehren und Verbände, Informationen zur Aus- und Weiterbildung, eine Sammlung wichtiger Fachbeiträge, Fachliteratur, Messekalender, wichtige Adressen sowie Produktinformationen enthalten.

Leserkreis von 

- ➔ erreicht Verantwortliche und Fachleute in Feuerwehren, Rettungsdienst, Katastrophenschutz, Ämtern, Verbänden, Ministerien, Ingenieurbüros, Industrie und Versicherungen. Die Zeitschrift unterstützt ihre Leser bei der Orientierung auf neue Technik sowie Ausrüstung und trägt so maßgebend zur Entscheidungsfindung bei.

huss**HUSS-MEDIEN GmbH**

10400 Berlin

Tel.: 030 42151-483

Fax: 030 42151-234

**Ein Unternehmen der HUSS-Verlagsgruppe
Berlin · München**

<p>1 Kurzcharakteristik: Überregionale Zeitschrift für das gesamte Feuerwehr-, Brandschutz- und Rettungswesen</p> <p>2 Mitgliedschaften: IVW</p> <p>3 Organ: Offizielles Mitteilungsblatt der LFV Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Thüringen und Bremen, Mitteilungsblatt des LFV Sachsen</p> <p>4 Herausgeber: Wolfgang Huss</p> <p>5 Redaktion: Dipl.-Ing. Mathias Obst (verantw.) (☎-379) E-Mail: mathias.obst@hussberlin.de Dipl.-Ing. Lothar Zinke (☎-382) E-Mail: lothar.zinke@hussberlin.de</p> <p>6 Anzeigen: Dipl.-Ing. Ulrich Leps (verantw.) (☎-483) E-Mail: ulrich.leps@hussberlin.de</p> <p>7 Jahrgang: 59. Jahrgang 2009 Erscheinungsweise: monatlich (Doppelhefte 1/2, 7/8)</p> <p>8 Verlag: HUSS-MEDIEN GmbH</p> <p>9 Postanschrift: 10400 Berlin Hausanschrift: Am Friedrichshain 22, 10407 Berlin</p> <p>10 Telefon: 030 42151-0 Telefax: 030 42151-234</p> <p>11 Internet: www.ub-feuerwehr.de E-Mail: feuerwehr.anzeigen@hussberlin.de</p> <p>12 Termin- und Themenplan: siehe Seite 12 bis 14</p> <p>13 Bezugspreis: Jahresabonnement: Inland € 42,00 (inkl. MwSt., zzgl. € 6,00 Porto- u. Versandanteil) Einzelverkaufspreis: € 4,20 (inkl. MwSt.) ISSN-Nr.: 0500-6260</p>	<p>14 Umfangsanalyse (1-2/07–12/07)</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td>Gesamtumfang</td> <td style="text-align: right;">= 816 Seiten = 100,0 %</td> </tr> <tr> <td>Anzeigenteil</td> <td style="text-align: right;">= 266 Seiten = 32,6 %</td> </tr> <tr> <td>Redaktionsteil</td> <td style="text-align: right;">= 550 Seiten = 67,4 %</td> </tr> </table> <p>15 Inhaltsanalyse des Redaktionellen Teils = 550 Seiten</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td>Nachrichten/Magazin</td> <td style="text-align: right;">120 Seiten = 21,8 %</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Informationen der Feuerwehrverbände, Berufs-, Werk- und Freiwilligen Feuerwehren sowie Jugendfeuerwehr</td> </tr> <tr> <td>Brennpunkt</td> <td style="text-align: right;">34 Seiten = 6,2 %</td> </tr> <tr> <td colspan="2">aktuelle, kontroverse Themen, Fachdiskussionen</td> </tr> <tr> <td>Einsatz und Taktik</td> <td style="text-align: right;">82 Seiten = 14,9 %</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Einsatzberichterstattung zu Bränden, Hilfeleistungen und Gefahrgutunfällen/-havarien</td> </tr> <tr> <td>Technik und Ausrüstung</td> <td style="text-align: right;">196 Seiten = 35,6 %</td> </tr> <tr> <td colspan="2">neue Technik und Fahrzeuge, Produktvorstellungen und Neuheiten, Firmenportraits, Messeberichterstattung, vorbeugender und baulicher Brandschutz</td> </tr> <tr> <td>Ausbildung</td> <td style="text-align: right;">55 Seiten = 10,0 %</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Seminare und Veranstaltungen, Ausbildungsserien, Vorschriften, Praxistraining, Übungen</td> </tr> <tr> <td>Rettungsdienst</td> <td style="text-align: right;">35 Seiten = 6,4 %</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Vorstellung neuester Rettungsgeräte, Zusammenarbeit von Feuerwehr und Rettungsdienst, First Responder, Reportagen über Rettungsorganisationen</td> </tr> <tr> <td>Reportage</td> <td style="text-align: right;">8 Seiten = 1,5 %</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Berichte und Vorstellungen von Feuerwehren u. Firmen</td> </tr> <tr> <td>Inhaltsverzeichnis, Vorschau</td> <td style="text-align: right;">20 Seiten = 3,6 %</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td style="text-align: right;">550 Seiten = 100,0 %</td> </tr> </table>	Gesamtumfang	= 816 Seiten = 100,0 %	Anzeigenteil	= 266 Seiten = 32,6 %	Redaktionsteil	= 550 Seiten = 67,4 %	Nachrichten/Magazin	120 Seiten = 21,8 %	Informationen der Feuerwehrverbände, Berufs-, Werk- und Freiwilligen Feuerwehren sowie Jugendfeuerwehr		Brennpunkt	34 Seiten = 6,2 %	aktuelle, kontroverse Themen, Fachdiskussionen		Einsatz und Taktik	82 Seiten = 14,9 %	Einsatzberichterstattung zu Bränden, Hilfeleistungen und Gefahrgutunfällen/-havarien		Technik und Ausrüstung	196 Seiten = 35,6 %	neue Technik und Fahrzeuge, Produktvorstellungen und Neuheiten, Firmenportraits, Messeberichterstattung, vorbeugender und baulicher Brandschutz		Ausbildung	55 Seiten = 10,0 %	Seminare und Veranstaltungen, Ausbildungsserien, Vorschriften, Praxistraining, Übungen		Rettungsdienst	35 Seiten = 6,4 %	Vorstellung neuester Rettungsgeräte, Zusammenarbeit von Feuerwehr und Rettungsdienst, First Responder, Reportagen über Rettungsorganisationen		Reportage	8 Seiten = 1,5 %	Berichte und Vorstellungen von Feuerwehren u. Firmen		Inhaltsverzeichnis, Vorschau	20 Seiten = 3,6 %	Gesamt	550 Seiten = 100,0 %
Gesamtumfang	= 816 Seiten = 100,0 %																																						
Anzeigenteil	= 266 Seiten = 32,6 %																																						
Redaktionsteil	= 550 Seiten = 67,4 %																																						
Nachrichten/Magazin	120 Seiten = 21,8 %																																						
Informationen der Feuerwehrverbände, Berufs-, Werk- und Freiwilligen Feuerwehren sowie Jugendfeuerwehr																																							
Brennpunkt	34 Seiten = 6,2 %																																						
aktuelle, kontroverse Themen, Fachdiskussionen																																							
Einsatz und Taktik	82 Seiten = 14,9 %																																						
Einsatzberichterstattung zu Bränden, Hilfeleistungen und Gefahrgutunfällen/-havarien																																							
Technik und Ausrüstung	196 Seiten = 35,6 %																																						
neue Technik und Fahrzeuge, Produktvorstellungen und Neuheiten, Firmenportraits, Messeberichterstattung, vorbeugender und baulicher Brandschutz																																							
Ausbildung	55 Seiten = 10,0 %																																						
Seminare und Veranstaltungen, Ausbildungsserien, Vorschriften, Praxistraining, Übungen																																							
Rettungsdienst	35 Seiten = 6,4 %																																						
Vorstellung neuester Rettungsgeräte, Zusammenarbeit von Feuerwehr und Rettungsdienst, First Responder, Reportagen über Rettungsorganisationen																																							
Reportage	8 Seiten = 1,5 %																																						
Berichte und Vorstellungen von Feuerwehren u. Firmen																																							
Inhaltsverzeichnis, Vorschau	20 Seiten = 3,6 %																																						
Gesamt	550 Seiten = 100,0 %																																						

16 Auflagenkontrolle:



17 Auflagen-Analyse: Exemplare im Jahresdurchschnitt IVW III/07 bis II/08

Druckauflage:	40.000		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	27.850	davon Ausland:	95
Verkaufte Auflage:	13.341		
– Abonnierte Exemplare:	8.132	davon Ausland:	82
– Sonstiger Verkauf:	693		

18 Geographische Verbreitungs-Analyse

Verbreitung nach Bundesländern:

Bundesland	%	Exemplare
Baden-Württemberg	9,0	2.512
Bayern	9,7	2.698
Berlin	4,9	1.356
Brandenburg	5,1	1.411
Bremen	3,2	876
Hamburg	4,0	1.102
Hessen	5,0	1.389
Mecklenburg-Vorpommern	4,6	1.297
Niedersachsen	6,5	1.809
Nordrhein-Westfalen	9,1	2.517
Rheinland-Pfalz	5,8	1.615
Saarland	1,0	272
Sachsen	6,7	1.866
Sachsen-Anhalt	4,5	1.246
Schleswig-Holstein	14,7	4.068
Thüringen	6,2	1.721
Tatsächlich verbreitete Inlands-Auflage	100,0	27.755

Verbreitung nach Nielsen-Gebieten

Nielsen I

28,3 % = 7.855 Exemplare

Nielsen II

9,1 % = 2.517 Exemplare

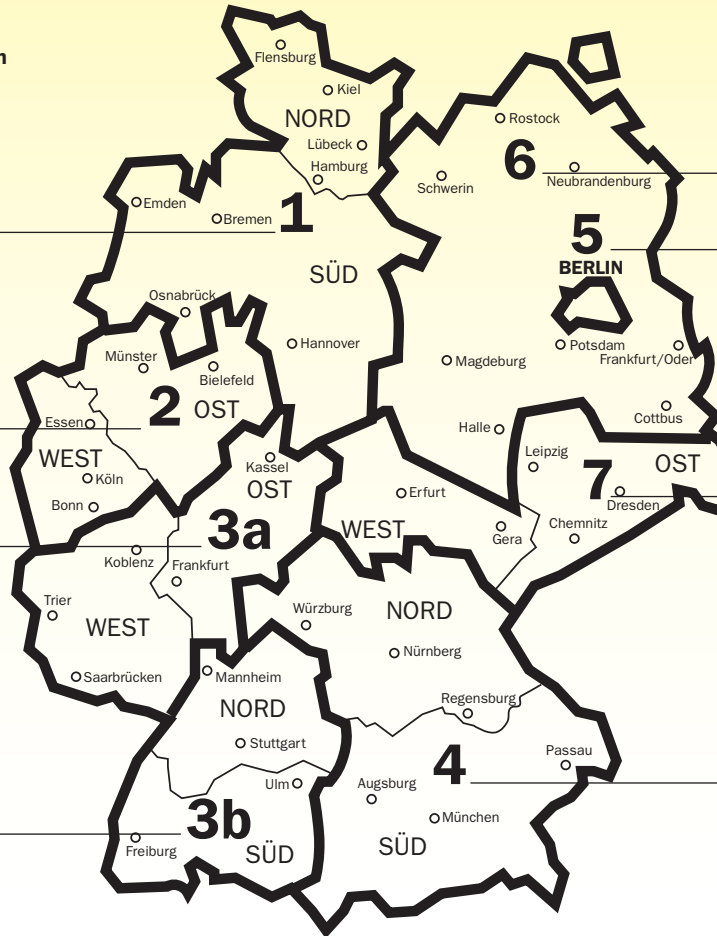
Nielsen IIIa

11,8 % = 3.276 Exemplare

Nielsen IIIb

9,1 % = 2.512 Exemplare

Nielsen Marketing Research



Nielsen VI

14,2 % = 3.954 Exemplare

Nielsen V

4,9 % = 1.356 Exemplare

Nielsen VII

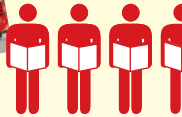
12,9 % = 3.587 Exemplare

Nielsen IV

9,7 % = 2.698 Exemplare

Reichweite

Jedes **FEUERWEHR**-Exemplar erreicht durchschnittlich **3,6 Leser**.*



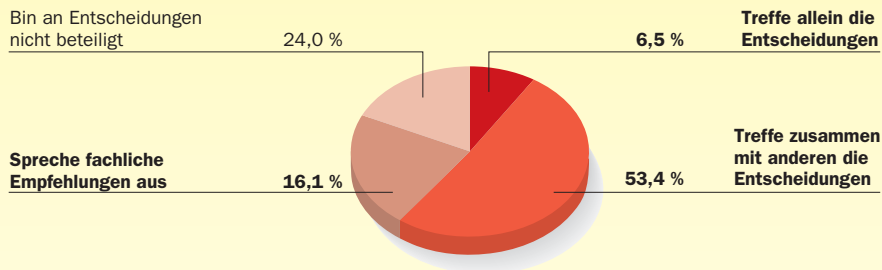
Struktur der **FEUERWEHR**-Leser*

(Mehrfachnennungen möglich)

Bereich	Anteil der Leser in %
Freiwillige Feuerwehr	86,2
Feuerwehrverband, -verein	10,0
Katastrophenschutz/Technisches Hilfswerk	11,2
Vorbeugender Brandschutz	8,6
Betriebliche Feuerwehr	6,8
Verwaltung (Bund, Land, Kommune)	8,4
Rettungsdienst	7,0
Ausbildung/Feuerwehrschohlen	6,4
Berufsfeuerwehr	7,6
Gutachter/Sachverständiger	3,4

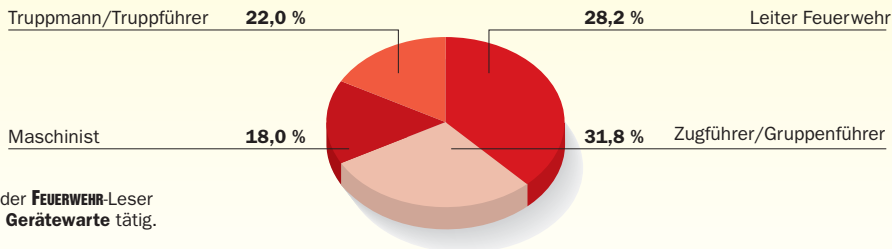
* Bitte beachten Sie hier die tatsächlich verbreitete Auflage von 27.850 Exemplaren/Ausgabe auf Seite 4.

An Entscheidungen über Anschaffungen und Investitionen beteiligt*



76 % der **FEUERWEHR**-Leser sind am Entscheidungsprozess beteiligt

Verteilung der **FEUERWEHR**-Leser nach ihrer Funktion in der Feuerwehr*



Außerdem sind zusätzlich **5,8 %** der **FEUERWEHR**-Leser als **Kreisausbilder** und **9,2 %** als **Gerätewarte** tätig.

* Quelle: Aktuelle Leserbefragung vom Juli 2008

HUSS-MEDIEN GmbH · Am Friedrichshain 22 · 10407 Berlin · Telefon 030 42151-483 · Telefax 030 42151-234

1 Zeitschriftenformat: 210 mm breit x 297 mm hoch, DIN A4

2 Satzspiegel: 185 mm breit x 265 mm hoch
Spaltenzahl: 4 Spalten = Spaltenbreite: 43 mm
Spaltenzahl: 3 Spalten = Spaltenbreite: 59 mm

3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:
Offsetdruck, Drahrückstichheftung, **bevorzugt werden digitale Druckunterlagen verwendet**, Informationen zur digitalen Datenübertragung auf den Seiten 17/18, seitenverkehrte Positivfilme, 60er Raster. Die Anfertigung sämtlicher Druckvorlagen, auch digitale Daten wird berechnet.

4 Termine:
Erscheinungsweise: monatlich (Doppelhefte 1/2, 7/8)
Erscheinungstermine: siehe Termin- und Themenplan S. 12–14
Anzeigenschluss: siehe Termin- und Themenplan S. 12–14

5 Verlag: HUSS-MEDIEN GmbH
Postanschrift: 10400 Berlin
Hausanschrift: Am Friedrichshain 22, 10407 Berlin
Internet: www.ub-feuerwehr.de
Anzeigenabteilung: Telefon: 030 42151-483
Telefax: 030 42151-234
E-Mail: ulrich.leps@hussberlin.de

6 Zahlungsbedingungen:
14 Tage nach Erhalt der Rechnung netto.

Bankverbindung:
Commerzbank Berlin Kto-Nr.: 976005900
BLZ 120 400 00
USt.-IN: DE 137189299 IBAN: DE 88 1204 0000 0976 0059 00
SWIFT-Code: COBADEBB Steuer-Nr.: 37/227/258

7 Anzeigenformate und Preise: Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

Format	Breite x Höhe in mm			Grundpreis sw in EUR	2farbig in EUR	3farbig in EUR	4farbig in EUR
	quer	Standard	hoch				
1/1 S.		185 x 265		2.380,-	2.780,-	3.180,-	3.580,-
3/4 S.	185 x 197		138 x 265	1.810,-	2.210,-	2.610,-	3.010,-
2/3 S.	185 x 175		122 x 265	1.610,-	2.010,-	2.410,-	2.810,-
1/2 S.	185 x 130		90 x 265	1.230,-	1.630,-	2.030,-	2.430,-
1/3 S.	185 x 85		59 x 265	850,-	1.250,-	1.650,-	2.050,-
1/4 S.	185 x 62	90 x 130	43 x 265	650,-	1.050,-	1.450,-	1.850,-
1/8 S.	185 x 30	90 x 62	43 x 130	335,-			
1/16 S.	90 x 29		43 x 62	170,-			

Millimeter-Preis für stark abweichende Sonderformate 1-spaltig: € 4,00 (Spaltenbreite 59 mm), € 3,00 (Spaltenbreite 43 mm)

8 Vorzugsplatzierungen:

4. Umschlagseite	€ 2.700,00
2. Umschlagseite	€ 2.700,00
3. Umschlagseite	€ 2.700,00
Titelseite	auf Anfrage

9 Farbzuschläge/Seite:

je Farbe	Euro-Skala	€ 400,00
je Farbe	Sonderfarbe	€ 740,00

Farbzuschläge werden nicht rabattiert.

10 Formatzuschläge:

Bunddurchdruck	} jeweils 10 % vom Grundpreis 1/1 Seite s/w.
Angeschnittene Anzeigen	
Vorgeschriebene Platzierung	

Platzierungswünsche ohne Zuschlag sind unverbindlich.

Formatzuschläge werden nicht rabattiert.

11 Stellen- und Gelegenheitsanzeigen/Rubrikanzeigen:

Stellenangebote pro mm (1-spaltig, 59 mm breit)	€ 1,94
Stellengesuche pro mm (1-spaltig, 59 mm breit)	€ 0,92
Chiffregebühr	€ 6,14
Bezugsquelle Standard-Eintrag: 42 x 30 mm	€ 50,00

12 Rabatte:

Bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres
(Beginn mit dem Erscheinen der ersten Anzeige)

Malstaffel

3 maliges Erscheinen	5 %
6 maliges Erscheinen	8 %
9 maliges Erscheinen	10 %
12 maliges Erscheinen	12 %

Mengenstaffel

2 Seiten	5 %
4 Seiten	8 %
6 Seiten	10 %
8 Seiten	12 %

Beilagen und technische Zusatzkosten werden nicht rabattiert.

Online-Werbung:

€ 50,00/1.000 Kontakte für Standardbanner (468 x 60 Pixel, 30 kB)
Zusammenarbeit mit unabhängigem AdServer mit hoher Nutzer-
transparenz, der Banner in der gewünschten Form und Häufigkeit
an die Werbeflächen der Website liefert.

13 Einhefter*:

2seitig (auf Anfrage)	€ 2.380,00
4seitig	€ 4.760,00

Größere Umfänge und teilformatige Einhefter auf Anfrage.
(Rabatt: 1 Blatt = 1/1 Seite)

14 Beilagen*:

lose eingelegt, maximale Größe (205 x 290 mm)	
Preise bis 25 g Gesamtgewicht	‰ € 200,00
inkl. Mehrporto	
(nicht rabattierbar)	
über 25 g	auf Anfrage

15 Aufgeklebte Postkarten u. ä.*:

Preis (maschinell, Toleranz +/- 5mm)	‰ € 42,00
(manuell)	‰ € 129,00

inkl. Mehrporto
(nicht rabattierbar)
Preis gilt nicht für Warenproben

16 Versandanschrift: (für Pos. 13–15)

Möller Druck GmbH
Zeppelinstraße 6
16356 Ahrensfelde/OT Blumberg
Liefervermerk: Für FEUERWEHR Nr. X/2009
Name des Kunden
Bezeichnung der Drucksache
Auflagenhöhe
Lieferanzahl der Paletten/Pakete

* weitere Informationen und technische Daten siehe Merkblatt
Einhefter, Beilagen, aufgeklebte Postkarten auf den Seiten 10/11.

13 Einhefter:

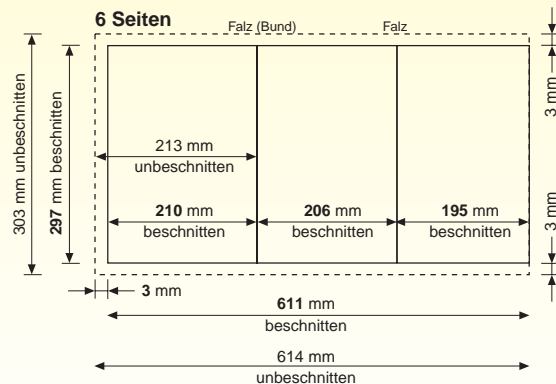
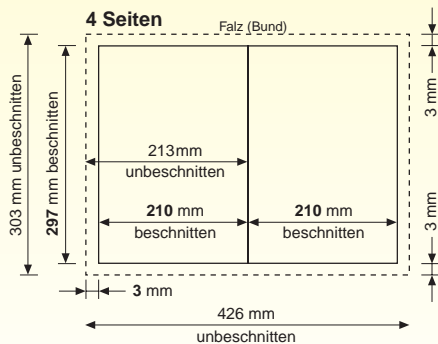
Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters mit Größen und Gewichtsangaben erforderlich. Einhefter dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungstreibenden werden. Sie müssen den Postbestimmungen entsprechend so gestaltet sein, dass sie nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können.

Die Platzierung ist abhängig von den technischen Möglichkeiten. Teilformatige Einhefter auf Anfrage. (Rabatt: 1 Blatt= 1/1 Seite)

Formate:

- 1 Blatt (= 2 Seiten) unbeschnitten 213 mm breit x 307 mm hoch
- 2 Blatt (= 4 Seiten) unbeschnitten 426 mm breit x 307 mm hoch
- 3 Blatt (= 6 Seiten) unbeschnitten 614 mm breit x 307 mm hoch
- 4 Blatt (= 8 Seiten) = 2 x 2 Blatt

Beschnittschema:



14 Beilagen:

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

Technische Daten:

Beilagen werden lose eingelegt. Maximale Größe 205 x 290 mm. Sie müssen so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Bearbeitung entfällt. Erschwernisse und zusätzliche Arbeiten (z. B. Falzen) werden gesondert in Rechnung gestellt. Beilagen, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters und vorheriger Zustimmung des Verlages und der Post angenommen werden.

Benötigte Liefermenge: 40.500 Exemplare einschl. Zuschuss Teilbeilage auf Anfrage

Anlieferungstermin: 10 Arbeitstage vor Erscheinen.

15 Aufgeklebte Postkarten u. ä.

Mindestpapiergewicht 150 g. Aufgeklebte Postkarten, Warenmuster auf Einheftern oder ganzseitigen Anzeigen müssen zusätzlich wie Beilagen berechnet werden. Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage des Anzeigenmotivs mit aufgeklebter Postkarte (Standmuster, notfalls Blindmuster) erforderlich. Warenmuster können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters und vorheriger vom Verlag bei der Post einzuholender Zustimmung angenommen werden.

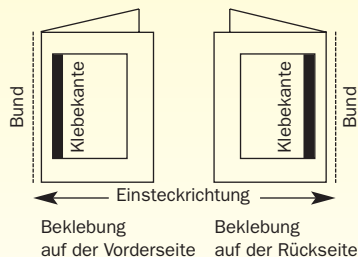
Formate: Es gelten die Vorschriften für Postkarten.

Mindestformat: 140 x 90 mm (Breite x Länge)

Maximalformat: 235 x 125 mm (Breite x Länge)

Benötigte Liefermenge: 40.500 Exemplare einschl. Zuschuss Teilmenge auf Anfrage

Anlieferungstermin: 10 Arbeitstage vor Erscheinen.



Technische Angaben:

Bei aufgeklebten Postkarten sollten die Klebekanten in Bundrichtung liegen

Versandanschrift: Möller Druck GmbH
Zeppelinstraße 6
16356 Ahrensfelde/OT Blumberg
Für FEUERWEHR Nr. X/2009, Name des Kunden, Bezeichnung der Drucksache, Auflagenhöhe, Lieferanzahl der Paletten/Pakete

Lieververmerk:

FEUERWEHR berichtet monatlich aktuell über technische und organisatorische Innovationen für Feuerwehr, Brandschutz, Rettungsdienst und Katastrophenschutz. Die heftbezogenen **Themen** werden durch die ständigen Rubriken: Namen & Nachrichten, Fahrzeuge & Ausrüstung, Einsatz, Technik, Rettungsdienst, Porträt & Reportage, Wissen & Training so ergänzt, **dass monatlich zu allen Bereichen des Fachgebietes informiert wird.** Die extra einghefteten Verbandsinformationen für **Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Thüringen, Bremen** und **Sachsen** informieren zusätzlich **lokal.**

Heft	Termine	Produkte	Fahrzeugtechnik	Löschtechnik	Persönliche Schutzausrüstung	Kommunikationstechnik	Technische Hilfeleistung, Umweltschutz	Nofallmedizinisches Gerät; Rettungsdienst	Vorbeugender und Technischer Brandschutz	Ausstattung von Feuerwachen und Geräthäusern	Messen/Ausstellungen
1/2 Januar/ Februar	Heftauslieferung 16. Januar 09 Anzeigenschluss 09. Dezember 08 Druckunterlagen 22. Dezember 08	Fahrzeuge, Geräte zur Gefahrenabwehr, Dekontamination, Schutz der Einsatzkräfte, Spezialausrüstung zur Öl-, Chemikalienabwehr, Mess- und Nachweisgeräte, Beleuchtung, Geräte und Einrichtungen für den Katastrophenschutz	X	X	X	X	X	X			7. Nationaler Paging Kongress 09. 02. in Berlin
3 März	Heftauslieferung 19. Februar Anzeigenschluss 22. Januar Druckunterlagen 04. Februar	Funkgeräte und Ausrüstung, Leitstellentechnik, Einsatzleitfahrzeuge, Informations- und Organisationstechnik, Alarmierung, Feuerwehrsoftware CeBIT: Vorberichte	X		X	X					CeBIT 2009 03. 03.–08. 03. in Hannover IPOMEX 31. 03.–02. 04. in Münster
4 April	Heftauslieferung 27. März Anzeigenschluss 27. Februar Druckunterlagen 12. März	Fahrzeuge und Ausrüstung für Flächenbrände, Löschmittel, Kommunikation, Logistik, Brandfrüherkennung, Einsatzbeleuchtung	X	X	X	X	X		X		
5 Mai	Heftauslieferung 29. April Anzeigenschluss 30. März Druckunterlagen 14. April	Fahrzeuge und Geräte für Rettungsdienst und Feuerwehr, Fahrzeugaufbauten, Ausrüstung, Sondersignalanlagen, Bekleidung, Stromversorgung, Materialien zur Ersten Hilfe, Zelte, Kommunikationstechnik RETTmobil: Vorberichte	X		X	X		X			RETTmobil – Europäische Leitmesse für Rettung und Mobilität 13. 05.–15. 05. in Fulda 58. vfdB Jahresfachtagung 24. 05.–27. 05. in Mannheim

6 Juni	Heftauslieferung 25. Mai Anzeigenschluss 22. April Druckunterlagen 06. Mai	Löschfahrzeuge, Löschmittel, Löschanlagen, Pumpen, Schläuche, Armaturen, Strahlrohre, stationäre und mobile Löschanlagen, CAFS, Brandübungsanlagen	X	X	X	X	X			X	
7/8 Juli/ August	Heftauslieferung 20. Juli Anzeigenschluss 22. Juni Druckunterlagen 03. Juli	Fahrzeuge zur technischen Hilfeleistung, Leiter- und Teleskopmastfahrzeuge, Hebe-, Zieh- und Rettungsgeräte, Beleuchtungstechnik, Kommunikationstechnik	X		X	X	X			X	
9 September	Heftauslieferung 21. August Anzeigenschluss 24. Juli Druckunterlagen 06. August	Lösch-, Rettungs-, Spezialfahrzeuge, Fahrzeugaufbauten, -ausstattung, Container, Boote, Kommunikationstechnik, Werkstatt-ausrüstung, Fahrzeugbeladung, fahrzeug-spezifische Anforderungen an Feuerwachen und Gerätehäuser FireExperience: Vorberichte	X	X		X	X			X	FireExperience.eu. 11. 09.–13. 09. in Weeze
10 Oktober	Heftauslieferung 18. September Anzeigenschluss 21. August Druckunterlagen 03. September	Gebäudetechnik, Brandmeldeanlagen, Sicherheitstechnik, Flucht- und Orientierungssysteme, mobile, stationäre Löschanlagen, Löschmittel, Rauchmelder, Feuerlöscher, Rettungsgeräte, Personenschutz	X	X	X	X	X		X		
11 November	Heftauslieferung 14. Oktober Anzeigenschluss 16. September Druckunterlagen 29. September	Schutzkleidung für Feuerwehr und Rettungsdienst, Atemschutzgeräte, Trainingsanlagen für Atemschutzträger, Rettungsgeräte und Hilfsmittel, Kommunikationstechnik, Pflege der Schutzausrüstung A+A, acqua alta: Vorberichte	X		X	X	X				A + A – Internationale Fachmesse Persönlicher Schutz, Betriebliche Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit 03. 11.–06. 11. in Düsseldorf 6. Deutscher Feuerwehr-Verbandstag und 56. Delegiertenversammlung 06. 11.–07. 11. in Güstrow acqua alta – Internationaler Kongress mit begleitender Fachmesse für Klimafolgen und Hochwasserschutz 10. 11.–12. 11. in Hamburg

Heft	Termine	Produkte	Fahrzeugtechnik	Löschtechnik	Persönliche Schutzausrüstung	Kommunikationstechnik	Technische Hilfeleistung, Umweltschutz	Notfallmedizinisches Gerät; Rettungsdienst	Baulicher und technischer Brandschutz	Ausstattung von Feuerwachen und Gerätehäusern	Messen/Ausstellungen
12 Dezember	Heftauslieferung 16. November Anzeigenschluss 19. Oktober Druckunterlagen 30. Oktober	Feuerwachen und Gerätehäuser, Tore, Abgasabsauganlagen, Schränke, Informationstechnik, Ausrüstung, Pflege und Wartung der Einsatzkleidung und -technik (Schutzausrüstung, Funk, Schläuche), Feuerwehrsoftware, Brandübungsanlagen PMRExpo: Vorberichte	X	X	X	X			X	X	PMR Expo 2009 24. 11.–26. 11. in Köln
1/2-10 Januar/Februar	Heftauslieferung 18. Januar 10 Anzeigenschluss 10. Dezember 09 Druckunterlagen 23. Dezember 09	Fahrzeuge, Geräte zur Gefahrenabwehr, Umweltschutz, Dekontamination, Schutz der Einsatzkräfte, Spezialausrüstung zur Öl-, Chemikalienabwehr, Hochwasserschutz, Boote, Mess- und Nachweisgeräte, Geräte und Einrichtungen für den Katastrophenschutz	X	X	X	X	X	X			

Detaillierte Themenpläne ca. 4 Wochen vor dem jeweiligen Heft.

Änderungen vorbehalten!

Service:

Telefon: 030 42151-483

 E-Mail: ulrich.leps@hussberlin.de

 Internet: www.ub-feuerwehr.de

Attraktiver Werbeträger für jeden Tag

Buchen Sie jetzt Ihre Anzeige für den Kalender 2010!

■ **Umfang**

ca. 160 Seiten
Format 10,5 cm × 14,8 cm
Broschur, farbig
Auflage 12 000 Exemplare.

■ **Inhalt**

Neben dem Kalendarium (60 Seiten) bietet der Kalender wichtige Fachinformationen (100 Seiten) für den Feuerwehr-Alltag, den Einsatz und die Ausbildung (u. a. Fachinformationen, Dienstpläne, Vordrucke, Adressen, Termine).

■ **Zielgruppe**

- alle Angehörigen der Feuerwehr
- alle Verantwortlichen für Feuerwehr, Brandschutz, Katastrophenschutz, Rettungsdienst
- alle, die sich mit dem Feuerwehrwesen beschäftigen.

Angaben zu den Anzeigenformaten und -preisen (jeweils 4-farbig)

Format	Breite × Höhe mm	Preise €
1/1 Seite	85 × 130	1.485,-
Anzeige im Kalendarium	85 × 25	260,-
		240,- (2×)
		230,- (4×)
		220,- (8×)

Anzeigenschluss: 30. Juni 2009

Auslieferung: Oktober 2009

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

Bestell-Nr. 3-341-01550-6



**Für Ihre Anzeigen-Bestellung
im Feuerwehr-Kalender 2010**

Nicht vergessen!

Kontakt:

Anzeigenleitung FEUERWEHR, Ulrich Leps, Fon: 030 42151-483, Fax: 030 42151-234, E-Mail: ulrich.leps@hussberlin.de

Auszug aus der Inserentenliste

HUSS-MEDIEN GmbH · Am Friedrichshain 22 · 10407 Berlin · Telefon 030 42151-483 · Telefax 030 42151-234

3M , Neuss	EMW, Emsleben Engel, Nentershausen e-semble, NIEDERLANDE EuroBOS, Koblenz EXA, Quickborn	Kidde, Aachen KÖSSINGER, Schierling	ORCATECH, Lünen ORTEC, Dresden	Sieler, Zeitz Siemens Building Technologies Spoerer, St. Andreasberg STARKE, Perdöhl Dr. Sthamer, Hamburg Stryker, Duisburg Swissphone, Gundelfingen
AAT , Albstadt ALTEC, Singen AUDI, Ingolstadt AVV, Schwäbisch Hall Axcom, Meerbusch	Fahnen Fassmann , Plauen Feuerwehr Versand, Friesenheim fw-bedarf, Wittenburg	Lampe Brandschutztechnik , Parchim LEAB, Busdorf Leader, Saarbrücken LUKAS, Erlangen	PA&AM Event Consulting , Weißenfels PARAT, Neureichenau PBI, Regensburg P.E.R., Ahrensburg pit-cup, Heidelberg PlymoVent, Bad Honnef Pomp, Laugna Protect, Essen Pütting, Rees	TEDIMEX , Seevetal TESIMAX, Pforzheim Textildruckerei Lunzenau, Langensteinbach Stickerei Thiele, Freiberg THOMA, Kenzingen TOTAL, Ladenburg Tsurumi, Düsseldorf
Barro , Kellmünz BEOS, Preußisch Oldendorf Boot & Camping, Münstermaifeld Brandschutz Lauta, Nardt Brandschutzservice Haase, Treuenbrietzen Brandschutz Heimlich, Elz Buil, Kleve BULLARD, Remagen BW Euope, GROSSBRITANNIEN	GfG , Dortmund GIS, Ganderkesee Görbing, Gräfinau-Angstedt Gorski, Hannover Halbach , Wuppertal Hanrath, Heinsberg Hänsch, Herzlake Harrer, Waldershof Heckmann, Straelen Hella, Lippstadt HOLMATRO, NIEDERLANDE Hönigsberg & Düvel, Wolfsburg	MAN , München Markom, Sinsheim MARTIN, Philippsburg MASSONG, Hosena Mast Pumpen, Aichwald Matschke u. Müller, Ihlow-Riepe Merten, Wiehl Messe Essen Messe Fulda MEST Taubert & Hilarius, Annaberg-Buchholz Meyer, Nordhorn MOBILDEICH, Hamburg Motorola, Taususstein MP Soft 4 You, Kronau MSA AUER, Berlin MSR Dosiertechnik, Wölfersheim Multipick-Service Deutschland, Bonn	Quantys , Altenstadt Rauwers , Neitersen Resulf, Schwäbisch Gmünd Revell, Bünde Ritsch, Klosterdorf RÖDER, Büdingen Rohde & Schwarz, Bad Mündler ROSENBAUER Rotte, Lünen Rotzler, Steinen RTA, Passau Rußwurm, Meitingen Scania , Koblenz j.w. schäfer, Remagen Schlingmann, Dissen Schünemann, Holzminden Seiz, Metzingen seltronik, Cottbus Siegrist, Karlsruhe	UHLIG , Leipzig Vetter , Zülpich Volkswagen, Wolfsburg Vorndamme, Horn-Bad Meinberg Votronic, Grebenthain WAECO , Emsdetten Weinmann, Hamburg Weißenfels, Bad Honningen Westermann, Hamburg Westrick, Velen Widenmann, Giengen Witte + Sutor, Murrhardt Ziegler , Giengen
Comtec , Dortmund Cosmic Art, Espenau	iconos , Düsseldorf Interspiro, Forst IPT, Kirchheim IVECO, Ulm	Nederman , Unterensingen Nicklas Elektrotechnik, Lörrach		
Daimler , Stuttgart Daimler, Wörth DBV-Winterthur, Wiesbaden Dietrich, Wenden Dräger, Lübeck DuPont, SCHWEIZ	JK Mastsysteme , Lindlar JOLLY SCARPE, ITALIEN KALKA , Augsburg Kanschur, Senzig	optimal , Menden		
EADS , Ulm ECON Werkstattausrüstung, Maintal e*Message, Berlin EMPL, Elster				

Übernahme digitaler Anzeigen

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

1 Datenempfang:

FTP: Ihre FTP-Zugangsdaten erhalten Sie per E-Mail von Ihrem Ansprechpartner in unserem Haus.

E-Mail: Per E-Mail übermittelte Daten dürfen die Größe von 10 MB nicht überschreiten und sollten gepackt sein (zip/sit-Format).

ISDN-Anschlüsse: Macintosh, Leonardo Pro: 030 42807459
(Dateinamen dürfen die Länge von 32 Zeichen inkl. Suffix nicht überschreiten)

Datenträger: CD-ROM (Mac und PC), Daten-DVD (Mac und PC)

2 Anforderungsprofil für Anzeigen:

Für den Offsetdruck geeignete, hochaufgelöste Dateien im PDF-Format mit eingebetteten Schriften (PDFX-3- oder PDFX-1a-Standard) Die Annahme offener Daten ist möglich.

Programme: QuarkXpress (Mac/PC), InDesign (Mac/PC), Illustrator (Mac/PC), Photoshop (Mac/PC), Freehand (Mac), CorelDraw (PC)
Daten aus anderen Programmen nur auf Anfrage.

Für offene Daten gilt: Alle verwendeten Schriften und Schriftschnitte, auch in EPS-Files enthaltene, müssen dem Auftrag beigelegt sein. Bilder und Grafiken müssen im CMYK-Modus zur Verfügung gestellt werden.

3 Angaben zum Datenversand:

Zusammen mit den Daten werden alle Informationen über Zeitschrift/Titel, Absender/Firma, Betriebssystem, verwendete Programmversionen, Dateinamen und Farben benötigt. Bitte füllen Sie hierzu das Formular zum digitalen Datenversand auf der folgenden Seite aus und faxen die Seite an die Anzeigenabteilung. Auf dem Postweg versendete Daten schicken Sie bitte ebenso an die Anzeigenabteilung.

Technische Information zum digitalen Datenversand:

Falls Sie Fragen zum digitalen Datenversand haben, wenden Sie sich an unsere Layoutabteilung.

Adressen:

Anzeigenabteilung: Herr Leps

Am Friedrichshain 22, 10407 Berlin

Telefon: 030 42151-483

Fax: 030 42151-234

E-Mail: feuerwehr.anzeigen@hussberlin.de

Layoutabteilung:

Frau Richter

Telefon: 030 42151-422

Am Friedrichshain 22

10407 Berlin

E-Mail: layout@hussberlin.de

4 Farbanzeigen, Belege, Proofs:

Von jeder Seite wird ein farbverbindliches Proof oder je Farbe ein s/w-Ausdruck benötigt mit jeweiliger Angabe der Farbe (EURO-Skala, HKS, Pantone). Farbdrucke vom Fotokopierer sind nicht farbverbindlich für den Druck.

5 Preise:

Für die Übernahme digitaler Anzeigenseiten gilt die Verrechnung nach Aufwand. Fehlbildungen aufgrund von unvollständigen oder fehlerhaften Dateien, falschen Einstellungen oder unvollständigen Angaben werden berechnet. Das gilt gleichermaßen für zusätzliche Satz- oder Reproarbeiten sowie für die Erstellung fehlender Proofs. Der Stundensatz beträgt € 65,00

6 Gewährleistungen:

Nur was auf dem Datenträger vorhanden ist, kann verarbeitet werden. Für Abweichungen in Texten, Abbildungen und insbesondere Farben übernimmt der Verlag keine Haftung.

Bitte ausfüllen und faxen!

HUSS-MEDIEN GmbH · Am Friedrichshain 22 · 10407 Berlin · Telefon 030 42151-483 · Telefax 030 42151-234

Angaben zum digitalen Datenversand

Inhalt				Absender/Ansprechpartner		Digitaler Datenversand an	
Objekt (Anzeige)				Firma		FEUERWEHR	
Format x				Name		Am Friedrichshain 22	
Ziel (Zeitschrift) Seite				Ort		10400 Berlin	
Farben sw C M Y K Sonderfarbe				Tel.		Tel.: 030 42151-483	
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>				Fax		Fax: 030 42151-234	
Datenträger				Daten			
Plattform <input type="checkbox"/> PC <input type="checkbox"/> MAC				Ordner – Ordnername			
Onlineversand <input type="checkbox"/> ISDN <input type="checkbox"/> E-Mail <input type="checkbox"/> FTP						
Offline <input type="checkbox"/> CD-ROM						
<input type="checkbox"/> Daten DVD				Layoutdokumente – Dateiname			
.....						
Proofs/Ausdrucke				Abbildungen – Dateiname, Typ (EPS, TIFF)			
<input type="checkbox"/> sw <input type="checkbox"/> Farbdruck						
<input type="checkbox"/> sw-Farbauszüge <input type="checkbox"/> Farbproof						
Programmversion				Schriften – Schriftensname			
<input type="checkbox"/> Quark <input type="checkbox"/> Freehand <input type="checkbox"/> PDF						
<input type="checkbox"/> Pagemaker <input type="checkbox"/> Illustrator						
<input type="checkbox"/> Corel <input type="checkbox"/> Indesign						
<input type="checkbox"/> Photoshop						
.....						
.....						

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 im Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. 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.
4. Wird ein Auftrag, insbesondere ein Serienauftrag um Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeachtet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem tatsächlich Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höhere Gewalt im Risikobereich des Verlages besteht. Das Storno von bereits gedruckten Anzeigen und Beilagenaufträgen ist bis 20 Tage vor dem jeweiligen Anzeigenschluss in schriftlicher Form möglich. Danach fallen Stornogebühren in Höhe von 20% des Anzeigenbruttopreises an. Kündigungen und Rücktritte, die nach dem Anzeigenschluss eingehen, werden frühestens für die übernächste Ausgabe wirksam.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Ansonsten wird für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern, Ausgaben oder Plätzen keine Gewähr übernommen. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. 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, Anzeigen – auch einzelne Abrufer im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagen 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, die Verurteilung für strafbar ist (z.B. weil Anzeigen Verleumdung, Rixen oder für Dritte enthalten – sog. Verbundwerbung). Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgenommen 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 Bestandsteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Akzeptiert der Verlag ausdrücklich eine Verbundwerbung, ist er zur Erhebung eines Verbund-abwärges berechtigt.
9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet eine übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckvorlagen gegebenen Möglichkeiten.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei wesentlichen Mängeln der Anzeige ist die Rückgängigmachung ausgeschlossen.
11. a) Zum Schadensersatz gleich als welchem Rechtsgrund einschließlich unerlaubter Handlungen, ist der Verlag nur verpflichtet, soweit Schäden (1) durch schuldhafte Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht (Kardinalpflicht) durch den Verlag in die eines Erreichens des Vertragszweck gefährdenden Weise verursacht werden oder (2) auf grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz von dem Verlag zurückzuführen sind.
b) Haftet der Verlag gem. Ziffer a) (1) für die Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht, ohne dass ihm grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz zur Last fallen, ist die Haftung von dem Vertrag auf die vereinbarten Anzeigenpreise beschränkt.
c) Haftet der Verlag gem. Ziffer a) oder (2) für grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz von Mitarbeitern, die nicht Organe oder leitende Angestellte des Verlags sind, ist die Haftung des Verlags ebenfalls auf die vereinbarten Anzeigenpreise begrenzt.
d) Für mittelbare Schäden, Mangelfolgeschäden oder entgangenen Gewinn haftet der Verlag nicht, sofern diese nicht auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit von Organen oder leitenden Angestellten des Verlags zurückzuführen sind.
e) Jede Haftung von dem Verlag ist auf solche typischen Schäden beschränkt, mit deren Eintritt der Verlag nach dem ihm bei Vertragsabschluss bekannten Umständen vernünftigerweise rechnen konnte.
f) Der Ausschluss oder die Begrenzung von Ansprüchen gem. den vorstehenden Ziffern a) bis e) schließt Ansprüche gegen Mitarbeiter und Beauftragte des Verlags ein.
12. Fälle höherer Gewalt wie auch Arbeitskämpfe/nachname, Beschlagnahme, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung oder Betriebsstörungen hindern den Verlag von der Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz.
13. Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch zeitbedingte bestmögliche Wiedergabe der Anzeige. Reklamationen offensichtlicher Mängel muss der Auftraggeber innerhalb von 4 Wochen nach Veröffentlichung schriftlich einbringen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn schriftlich geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf Vorsatz beruhen.
13. Der Verlag übernimmt keine Haftung für Fehler aus telephonischen oder fernschriftlichen Übermittlungen jeder Art. Eine Haftung wird auch nicht übernommen, wenn sich Mängel an der Vorlage erst bei der Reproduktion oder beim Druck zeigen. Der Werbungstreibende hat dann bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Die eventuell entstehenden Mehrkosten z.B. zur Nachbesetzung der Druckunterlagen oder für Maschinenstillstand müssen weiterberechnet werden.
14. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zuzugehenden Probeabzüge. Der Verlag berechnigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht innerhalb der gesetzten Frist zurück, so gilt die angegebene zum Druck als erteilt.
15. Sind keine besonderen Größerschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
16. Die Rechnung ist innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungslegung zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.
17. Bei Zahlungsverszug der Stundung werden die gesetzlichen Zinsen, im kaufmännischen Geschäftsverkehr in Höhe von 8% über dem Basiszinssatz der Europäischen Zentralbank ab Fälligkeit des Rechnungsbetrages, sowie Mahnkosten in Höhe von EUR 1,50 pro Mahnung berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverszug 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 offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
18. Der Verlag liefert nur auf ausdrücklichen Wunsch einen Anzeigenanschauensproben und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenabschnitte, Belegexemplare 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.

19. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstücke, Film, Lithos, Matern, Zeichnungen etc. sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
20. Aus einer Aufgabeminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn die in der Preisliste aufgelistete verkaufte Auflage im Gesamtdurchschnitt des vergangenen Insertionsjahres lt. I-WV-Meldungen um 30 % unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungen und Schadenersatzansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte. Änderungen des Heftumfangs behält sich der Verlag vor, ohne dass hieraus der Auftraggeber Ansprüche herleiten kann.
21. Bei Zufinanzierungen wendet der Verlag für die Verwertung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Er übernimmt darüber hinaus keine Haftung. Einschreibebriefe und Erlöse für Zufinanzierungen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Zufinanzierungen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dass Verpflichtung zu sein. Der Verlag behält sich das Recht vor, das Aufgabensubstrat das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zufinanzendienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.
22. Druckerunterlagen sind nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
23. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages im kaufmännischen Geschäftsverkehr. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufmann nach deren Wohnsitz, ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes gelet, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart. Auf den Vertrag findet deutsches Recht Anwendung.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

- a) Die allgemeinen und unsere zusätzlichen Geschäftsbedingungen, die Auftragsbestätigung und die jeweils gültige Preisliste sind für jeden Auftrag maßgebend. Der erteilte Anzeigenauftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich. Abweichende Geschäftsbedingungen werden erst gültig durch schriftliche Bestätigung des Verlages.
- b) Bei Änderungen der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge – sofern keine anderlautende schriftliche Vereinbarung getroffen wurde – mit dem Inkrafttreten des neuen Tarifs in Kraft. Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen in Verlagsbeilagen, Sonderveröffentlichungen und Kollektiven Sonderpreise festzusetzen.
- c) Die Werbungsmitler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden. Wenn für Konzernangehörige Firmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht wird, ist die schriftliche Bestätigung einer Kapitalbeteiligung von mehr als 50 % erforderlich.
- d) Bei Kunden/Werbeagenturen, die zum ersten Mal mit dem Verlag in Geschäftsverbindung treten, kann Vorauskasse bis zum Anzeigenschlusstermin verlangt werden.
- e) Bei Druckvorlagen, die zusätzliche Satz-, Film-, Lithokosten etc. verursachen, werden diese in Rechnung gestellt. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen und Beilichtungsdateien nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungstreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nur zur Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist. Bei Überschreitung der im Terminplan festgelegten Daten für die Übersendung der Druckunterlagen kann keine Gewähr für eine einwandfreie Druckwiedergabe übernommen werden.
- f) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des Anzeigentextes/Bildmotifs. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter frei, die in diesem Zusammenhang etwa geltend gemacht werden (inklusive der Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung), auch wenn der Auftrag storniert sein sollte. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen darauhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Inserent, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegenandstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigenarfs. Der Verlag ist nicht verpflichtet, die Kosten zu übernehmen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keine Ansprüche gegen den Verlag zu.
- g) Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art (inkl. Internet) erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs- und sonstigen Rechte, insbesondere zur Vervielfältigung, Verbreitung, Abdruck, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich, inhaltlich und örtlich unbegrenzt in dem für die Durchführung der Aufträge notwendigen Umfang.
- h) Abbestellungen müssen schriftlich erfolgen. Bei Abbestellung einer Anzeige kann der Verlag mindestens die entstandenen Satzkosten berechnen.
- i) Sind etwaige Mängel an gelieferten Drucksachen, wie Belichter, Belichtker etc. nicht sofort, sondern erst bei der Verarbeitung erkennbar, so hat der Werbungstreibende aufgrund entstehender Mehrkosten oder Verluste bei der Herstellung zu tragen.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen für die digitale Übertragung von Druckunterlagen für Anzeigen

- a) Digitale Druckvorlagen sind solche, welche per Datenträger (z. B. Disketten, Cartridges, CD-ROMs), direkt oder indirekt per Fernübertragung (z. B. ISDN oder Internet) übertragen werden.
- b) Unwünschtes Druckresultat (z. B. durch fehlende Schriften, geringe Bilddqualität etc.), die sich auf eine Abweichung des Kunden von den Empfehlungen des Verlages zur Erstellung von Druckunterlagen zurückführen lassen, führen zu keinem Anspruch auf Preiserminderung oder Schadenersatz.
- c) Bei digitaler Übermittlung von mehreren zusammengehörenden Dateien hat der Kunde dafür Sorge zu tragen, dass diese Dateien innerhalb eines gemeinsamen Verzeichnisses (Ordner) gesendet bzw. gespeichert werden. Für die Übertragung von digital übermittelten Druckunterlagen dürfen nur geschlossene Dateien verwendet werden, also solche Dateien, an denen der Verlag inhaltliche keine Möglichkeit der Veränderung hat. Offene Dateien (z. B. Dateien, die unter Corel Draw, QuarkPress, Freehand usw. gespeichert wurden) kann der Verlag ablehnen. Der Verlag kann bei offenen Dateien für die inhaltliche Richtigkeit nicht in Anspruch genommen werden.
- d) Digital übermittelte Druckvorlagen für Farbanzeigen können nur mit einem auf Papier gelieferten Farb-Proof zuverlässig verarbeitet werden. Digital erstellte Prüfdrucke müssen zur Kontrolle der Farbverbindlichkeit den POGRA/UGRA Medienkenn in der aktuellen Version enthalten. Andrucke müssen einen offiziellen Druckkontrollstreifen aufweisen. Ohne Farb-Proof sind Farbabweichungen unvermeidbar, die keinen Anspruch auf Preiserminderung oder Schadenersatz auslösen können. In jedem Fall ist ein Ausdruck per Fax an den Verlag zu senden, um die sachliche Richtigkeit überprüfen zu können. Ein Korrekturauftrag muss vom Kunden ausdrücklich angefordert werden. Nur bei richtiger Farbanspeicherung ist eine farblich richtige Umsetzung in üblichen Toleranzen gewährleistet.
- e) Werden digital übermittelte Druckvorlagen per Datenträger an den Verlag übermittelt, dann muss nur auf besonderen Wunsch an den Kunden gegen eine pauschale Versandgebühr von EUR 2,50 zurückgeschickt.
- f) Der Kunde hat vor einer digitalen Übermittlung von Druckvorlagen dafür Sorge zu tragen, dass die übermittelten Dateien frei von evtl. Computerviren, Würmern und sonstige Schadensquellen sind. Entdeckt der Auftraggeber für einer ihm übermittelten Datei Computerviren, wird diese Datei sofort gelöscht. Der Verlag liefert nur auf ausdrücklichen Wunsch einen Anzeigenanschauensproben und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenabschnitte, Belegexemplare 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.
- g) Der Verlag ist nicht verpflichtet, die Druckunterlagen auf Vollständigkeit und Richtigkeit zu überprüfen. Der Verlag haftet nicht für Übertragungsfehler.

Unsere Fach- und Sonderpublikationen aus den Bereichen Feuerwehr, Brandschutz, Rettungsdienst und Katastrophenschutz



huss

HUSS-MEDIEN GmbH
Am Friedrichshain 22
10407 Berlin
Tel.: 030 42151-483
Fax: 030 42151-234
www.ub-feuerwehr.de