

# fairkehr

VCD-Magazin

Preisliste Nr. 33

Gültig ab Heft 1/2018

Auflage 62 000 Exemplare

## Inhalt

Die Zeitschrift und ihre Leser	2
Verlag und Anzeigenverkauf	3
Angebote für Inserenten	5
Anzeigenpreise und -termine	6
Formate	7
Rabatte und Zahlung	8
Technische Daten	9
Geschäftsbedingungen	10
Themen und Argumente	12



## fairkehr – das VCD-Magazin für Umwelt, Verkehr, Freizeit und Reisen

fairkehr – das Magazin für Umwelt, Verkehr, Freizeit und Reisen ist die Mitgliederzeitschrift des Verkehrsclubs Deutschland (VCD) e.V.

fairkehr hat sich als eine unabhängige, journalistisch anspruchsvolle und politisch kompetente Mitgliederzeitschrift am Markt etabliert und zeichnet sich durch fachliches Wissen, klare journalistische Sprache und politisches Gespür für publikumswirksame Themen aus.

Seit über 30 Jahren erreicht das Magazin fairkehr eine begeisterte Leserschaft und prägt nachhaltig Verbraucherverhalten und politische Entscheidungen. fairkehr wendet sich an aufgeklärte Konsumenten, die einen ökologischen Lebensstil favorisieren.

## Leserschaft

Die typischen fairkehr-Leserinnen und -Leser zeichnen sich durch ihr breites gesellschaftspolitisches Interesse und ihr hohes Maß an umweltpolitischem Engagement aus.

Unsere Leserschaft ist überdurchschnittlich gebildet. Drei Viertel der Leserinnen und Leser haben einen Hochschulabschluss. Viele Mitglieder leben in Drei- und Mehrpersonenhaushalten. Familien mit Kindern (ca. 38 Prozent) sind eine wichtige Zielgruppe, die Sie mit fairkehr erreichen.

Als umwelt- und sozialverträgliche Konsumenten suchen unsere Leserinnen und Leser Produkte, die zu ihrem Lebensstil passen. Fast alle (ca. 94 Prozent) kaufen regelmäßig Bioprodukte. Sie sprechen mit Ihrer Werbung anspruchsvolle Konsumenten mit hoher Kaufkraft und Qualitätsorientierung an.

fairkehr-Leserinnen und -Leser sind sehr reisebegeistert. Bei Reisen innerhalb Europas nutzen 45 Prozent die Bahn oder den Bus. Sie suchen schöne Destinationen und möchten, genau wie im Alltag, auch auf Reisen multimodal unterwegs sein. Es ist ihnen wichtig, möglichst nicht zu Lasten der Umwelt zu reisen.

Die Mitglieder des VCD e.V. bewerten die fairkehr zu 90 Prozent mit gut bis sehr gut. Unser Magazin erreicht hier eine resonanzstarke Leser-Blatt-Bindung bei einer Leserschaft, die dem Printmedium sehr verbunden ist.

Ihre Werbebotschaft erreicht mit dem Magazin fairkehr eine sehr gebildete und gut situierte Leserschaft sowie Entscheiderinnen und Entscheider in Politik und Wirtschaft.

(Leserbefragung VCD 2015)

## Verlag und Anzeigenverkauf

### Herausgeber

Verkehrsclub Deutschland (VCD) e.V., Berlin

### Verlag

fairkehr Verlagsgesellschaft mbH

Weierstr. 38

53111 Bonn

Tel.: (0228) 985 85-45, E-Mail: redaktion@fairkehr.de

### Redaktion

Michael Adler (Chefredakteur)

Uta Linnert (CvD)

Regine Gwinner (Redakteurin)

Kirsten Lange (Redakteurin)

Benjamin Kühne (Redakteur)

Valeska Zepp (freie Redakteurin)

### Anzeigenverwaltung

fairkehr Verlagsgesellschaft mbH

Dorothee Schendzielorz

Weierstr. 38

53111 Bonn

Tel.: (0228) 985 85-65, E-Mail: anzeigen@fairkehr.de

### Kleinanzeigen

Birte Evers

Tel.: (0228) 985 85-20, E-Mail: birte.evers@fairkehr.de

### Druckauflage

62 000 Exemplare

### Distribution

ca. 51 000 Exemplare über den Postvertrieb:

36.000 im Einzelversand

14.000 im Mehrfachversand

800 Belegversand

Zusätzlich zielgruppenspezifische Verteilung zur Gewinnung neuer Mitglieder sowie spezifische Segment-Positionierung

### Erscheinungsort

Berlin

### Erscheinungsweise

5 × im Jahr

### Verbreitungsgebiet

Deutschland

Diese Mediadaten sind, wie alle unsere Produkte, auf 100 Prozent Recyclingpapier und mit Farben auf Pflanzenbasis gedruckt.

Wir versenden die fairkehr mit GoGreen, dem CO<sub>2</sub>-neutralen Versand der Deutschen Post.



Der CO<sub>2</sub>-neutrale Versand  
mit der Deutschen Post

## Marketingplattform für ökologisch motivierte Unternehmen

**Seilbahn Koblenz** | **Doppelmayr** | **Editorial**

### #Volkswagening

Seilbahnen in der Stadt

Hinter dem noch weitgehend unbekanntem Begriff der Seilbahn verbirgt sich ein altbekanntes Verkehrsmittel, das sich in den letzten Jahrzehnten zunehmend als umweltfreundliches und effizientes Transportmittel etabliert hat.

Das „Seilbahn“-Konzept hat sich in den letzten Jahren stark verbreitet. Besonders bekannt ist die Seilbahn in der Stadt Koblenz, die seit 2010 von der Doppelmayr Seilbahntechnik betrieben wird. Diese Seilbahn verbindet das Stadtzentrum mit dem Seilbahnpark am Rande der Stadt. Sie ist nicht nur ein attraktives touristisches Angebot, sondern auch ein praktisches Verkehrsmittel für Pendler.



Die Seilbahn Koblenz ist ein hervorragendes Beispiel für die Integration von nachhaltigen Verkehrsmitteln in städtische Mobilitätskonzepte. Sie reduziert den Individualverkehr, spart Energie und ist sicher und zuverlässig.

Die Seilbahn Koblenz ist ein hervorragendes Beispiel für die Integration von nachhaltigen Verkehrsmitteln in städtische Mobilitätskonzepte. Sie reduziert den Individualverkehr, spart Energie und ist sicher und zuverlässig.

Die Seilbahn Koblenz ist ein hervorragendes Beispiel für die Integration von nachhaltigen Verkehrsmitteln in städtische Mobilitätskonzepte. Sie reduziert den Individualverkehr, spart Energie und ist sicher und zuverlässig.

**Kugeln**

### RADKOMMÜ – Kletter Forum Radverkehr

Die Seilbahn Koblenz ist ein hervorragendes Beispiel für die Integration von nachhaltigen Verkehrsmitteln in städtische Mobilitätskonzepte. Sie reduziert den Individualverkehr, spart Energie und ist sicher und zuverlässig.

Die Seilbahn Koblenz ist ein hervorragendes Beispiel für die Integration von nachhaltigen Verkehrsmitteln in städtische Mobilitätskonzepte. Sie reduziert den Individualverkehr, spart Energie und ist sicher und zuverlässig.

Die Seilbahn Koblenz ist ein hervorragendes Beispiel für die Integration von nachhaltigen Verkehrsmitteln in städtische Mobilitätskonzepte. Sie reduziert den Individualverkehr, spart Energie und ist sicher und zuverlässig.




Die Seilbahn Koblenz ist ein hervorragendes Beispiel für die Integration von nachhaltigen Verkehrsmitteln in städtische Mobilitätskonzepte. Sie reduziert den Individualverkehr, spart Energie und ist sicher und zuverlässig.

62 000 zielgenau vertriebene Hefte sichern Ihnen einen guten Rücklauf für Ihre Angebote.

Ihre Werbebotschaften erreichen eine interessierte, gut gebildete und solvente Leserschaft.

**Service**

### „Wir wollen Geldströme in nachhaltige Produkte lenken“

Im Interview spricht Stephan Oldenburg, Geschäftsführer der VCD Umwelt & Verkehr Service GmbH, über ökologische Barriereerscheinungen und Anlagemöglichkeiten.

Stephan Oldenburg ist Geschäftsführer der VCD Umwelt & Verkehr Service GmbH. Er beschäftigt sich mit ökologischen Barriereerscheinungen und Anlagemöglichkeiten.



Die Windkraft ist ein hervorragendes Beispiel für die Integration von nachhaltigen Energiequellen in städtische Mobilitätskonzepte. Sie reduziert den Individualverkehr, spart Energie und ist sicher und zuverlässig.

Die Windkraft ist ein hervorragendes Beispiel für die Integration von nachhaltigen Energiequellen in städtische Mobilitätskonzepte. Sie reduziert den Individualverkehr, spart Energie und ist sicher und zuverlässig.

Die Windkraft ist ein hervorragendes Beispiel für die Integration von nachhaltigen Energiequellen in städtische Mobilitätskonzepte. Sie reduziert den Individualverkehr, spart Energie und ist sicher und zuverlässig.



Ihre Fahrt für den Klimaschutz – jetzt einsteigen!

Die Windkraft ist ein hervorragendes Beispiel für die Integration von nachhaltigen Energiequellen in städtische Mobilitätskonzepte. Sie reduziert den Individualverkehr, spart Energie und ist sicher und zuverlässig.



## Unsere Angebote sind genau auf die Bedürfnisse unserer Kunden zugeschnitten



### Die gestaltete Anzeige:

Sie möchten Ihre Marke, Ihre Region oder Ihre Firma besser bekannt machen und setzen dabei auf die klassische Anzeige? Anzeigenpreise und Formate finden Sie ab Seite 6. Sollten Sie noch keine Anzeigenvorlage haben, gestaltet unsere Agentur gerne nach Ihren Vorgaben das passende Format. Sprechen Sie uns an, wir machen Ihnen ein Angebot.

### Beilagen, Beihefter und Tipp-On:

Bringen Sie Ihre Angebote direkt in eine interessierte Zielgruppe. (Preise siehe Seite 6)

### Die Kleinanzeige:

Sie haben nur einen kleinen Werbeetat, möchten aber mit Ihren Angeboten auf dem Markt der fairkehr nicht fehlen? Die Fließtext- und Kleinanzeigen sind auch für kleine Firmen erschwinglich. (Preise siehe Seite 6)



## Preise und Termine

Anzeigen im Textteil / Umschlag		Breite × Höhe in mm	sw	Preise in Euro 4-farbig
Formate im Satzspiegel*				
<b>4. Umschlagseite U4</b>			-	4450
<b>2. Umschlagseite U2</b>			-	4300
<b>2/1</b>		395 × 260	-	7500
<b>1/1</b>		185 × 260	-	3950
<b>1/2</b>	hoch	90 × 260	-	1980
	quer	185 × 128	-	1980
<b>1/3</b>	hoch	58 × 260	-	1390
	quer	185 × 83	-	1390
<b>1/4</b>	hoch	43 × 260	-	1050
	quer	185 × 61	-	1050
	2-spaltig	90 × 128	-	1050
<b>1/6</b>	hoch	58 × 128	-	700
<b>Anzeigen im Marktplatz</b>				
<b>1/8</b>	hoch	43 × 128	386	540
	quer	90 × 61	386	540
<b>1/16</b>	hoch	43 × 61	206	290
	quer	90 × 28	206	290
<b>1/32</b>	quer	43 × 28	128	180

\* Formate im Anschnitt siehe Seite 7

Unsere Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.  
Preisänderungen bleiben vorbehalten.

## Beileger, Beihefter, Tipp-On etc.

Beileger bis 25 g kosten 86 Euro/angefangene Tausend  
Mindestauflage 20000 Stück  
Höchstformat 200 × 270 mm, Gewicht bis 40 g  
Preis zzgl. Portomehrkosten/Handlingpauschale  
Tipp-On auf Anfrage

Beileger, Beihefter und Tipp-On werden vom Auftraggeber verarbeitungsfertig zur Verfügung gestellt.

### Erscheinungstermine 2018

Ausgabe	Anzeigenschluss	Erscheinungstermin
1/2018	26.01.2018	24.02.2018
2/2018	23.03.2018	28.04.2018
3/2018	25.05.2018	30.06.2018
4/2018	24.08.2018	22.09.2018
5/2018	19.10.2018	24.11.2018

### Anlieferung der Druckvorlagen und Beilagen

Druckvorlagen: drei Werktage nach Anzeigenschlusstermin.  
Beilagen und Beihefter: Anlieferung mindestens elf Werktage vor Erscheinungstermin.

**Fließtextanzeigen im Marktplatz:** Benutzen Sie bitte unser Online-Formular unter [www.fairkehr-magazin.de](http://www.fairkehr-magazin.de)

## Formatübersicht

### Formatgrößen

Breite × Höhe in mm

① Satzspiegel

② Anschnitt (+ 5 mm Beschnittzugabe rundum)



#### 2/1 Seite

① 395 × 260 mm

② 420 × 280 mm



#### 1/1 Seite

① 185 × 260 mm

② 210 × 280 mm



#### 1/2 Seite hoch

① 90 × 260 mm

② 103 × 280 mm



#### 1/2 Seite quer

① 185 × 128 mm

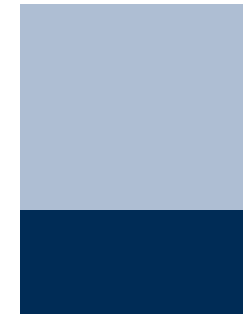
② 210 × 138 mm



#### 1/3 Seite hoch

① 58 × 260 mm

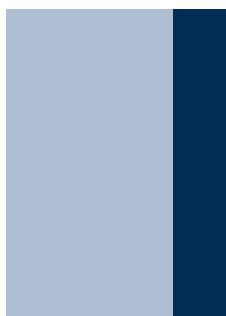
② 67 × 280 mm



#### 1/3 Seite quer

① 185 × 83 mm

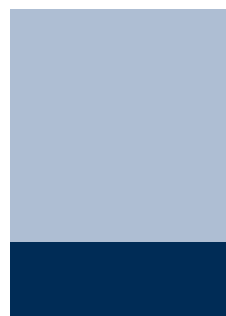
② 210 × 90 mm



#### 1/4 Seite hoch

① 43 × 260 mm

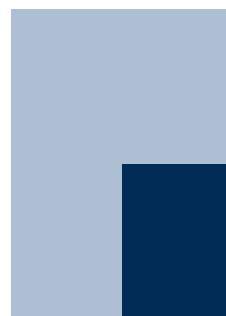
② 49 × 280 mm



#### 1/4 Seite quer

① 185 × 61 mm

② 210 × 66 mm



#### 1/4 Seite eck

① 90 × 128 mm



#### 1/6 Seite hoch

① 58 × 128 mm



#### 1/8 Seite

① 43 × 128 mm

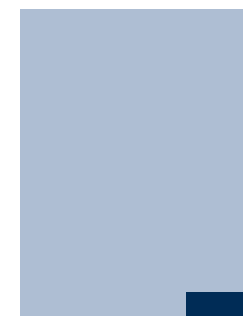
① 90 × 61 mm



#### 1/16 Seite

① 43 × 61 mm

① 90 × 28 mm



#### 1/32 Seite

① 43 × 28 mm

## Rabatte

### Rabatte nach Malstaffel

ab 2 Anzeigen pro Jahr 5 %

ab 4 Anzeigen pro Jahr 10 %

Stellenangebote 30 %

Stellengesuche 50 %

## Zuschläge

### Platzierungszuschläge

Platzierungswünsche werden nach Möglichkeit berücksichtigt, können vom Verlag aber ohne Platzierungszuschlag nicht garantiert werden.

### Farbzuschläge

Gelten für Normfarben nach Euroskala und werden voll rabattiert. Für den Druck von Sonderfarben, die durch Zusammendruck nicht erreichbar sind, werden entstehende Mehrkosten berechnet. Diese Kosten sind nicht rabattfähig. Geringe Tonwertabweichungen sind im Toleranzbereich des Offset-Druckverfahrens begründet.

## Zahlungsbedingungen

Zahlungen sind zehn Tage nach Erhalt der Rechnung fällig. Verzugszinsen werden in der Höhe der banküblichen Zinsen für Dispositions-Kredite berechnet. Bankeinzug ist möglich.

Alle in den Mediadaten und in unseren Angeboten genannten Preise sind Nettobeträge. Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Nettorechnungsbetrag aufgeschlagen.

### Geschäftsbedingungen

Für die Abwicklung von Aufträgen gelten die aktuellen Geschäftsbedingungen.

Unsere Auftragsbestätigungen erfolgen unter Vorbehalt; Anzeigen- und Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage des Anzeigenmotivs bzw. eines Musters der Beilage und deren Billigung durch den Herausgeber (VCD e.V.) bindend.

### Rücktrittstermine

Stornierungen von Anzeigen sind bis Anzeigenschluss möglich. Bei Stornierung von Beilagen behalten wir uns eine Ausfallgebühr vor.

### Bankverbindung

Sparkasse KölnBonn

BIC COLSDE33

IBAN DE08 3705 0198 1931 1497 00

USt-IDNr. DE122274773



## Technische Daten

**Heftformat:** 210 mm × 280 mm

**Satzspiegel:** 185 mm × 260 mm

**Beschnittzugabe:** Außenseiten je 5 mm, werbewirksame Aussagen innerhalb von Anzeigen mindestens 5 mm Abstand zum Beschnitt

**Druckunterlagen:** Digitale Daten

**Druckverfahren:** Rollenoffset (Headset), Druck mit Euroskala

**Verarbeitung:** Rückendrahtheftung

**Papier:** 70 g/qm mattgestrichen Recycling

### Proofs oder Kontrollausdrucke

Um Fehler zu vermeiden, ist es bei der Übermittlung der digitalen Daten unbedingt erforderlich, dass folgende Unterlagen zur Kontrolle vorliegen:

- s/w: Ausdruck
- farbig: ein mit den digitalen Daten identischer, farbverbindlicher Proof, erstellt mit Medienkeil (Simulation nach ISO-Profil; erhältlich unter [www.eci.org](http://www.eci.org)). Datenprofile ISO – 46L Profilname: PSO LWC Standard – Papierklasse 3. Für aktuelle Informationen fordern Sie bitte unser Infoblatt „Technische Details“ an.

### Hinweis

Aufgrund der Herstellungsweise des Papiers können leichte Farbabweichungen entstehen, die aber keinen Grund für eine Reklamation darstellen. Ohne entsprechenden Ausdruck oder Farbproof kann keine Gewähr für die Vollständigkeit der belichteten Daten und des Druckergebnisses übernommen werden.

## Digitale Anzeigenvorlagen

Bitte schicken Sie uns die digitalen Druckvorlagen entweder per E-Mail an [anzeigen@fairkehr.de](mailto:anzeigen@fairkehr.de) oder auf CD mit eindeutigem Absender, Auftraggeber, Ansprechpartner und Telefon für Rückfragen. Druckfähige Fotos bitte ebenfalls per E-Mail, CD oder DVD. Bitte fügen Sie allen Anzeigenvorlagen eine pdf-Datei als Referenz bei. Virenfizierte Daten löschen wir. Rechtliche Schritte behalten wir uns vor.

### Bitte senden Sie uns:

- Originaldateien in Originalgröße
- PDF-Standard: PDF/X-4:2008 oder PDF/X-3:2002 mit eingebetteten Schriften. Farb-/Graustufen-Bilder in 300 dpi, Bitmap-Bilder in 1000 dpi
- Offene Dateien (InDesign ab CS6) mit verwendeten Schriften, wenn diese nicht als Outline oder in Kurven umgewandelt wurden
- Platzierte JPG-, EPS-, Tiff- und andere Dateien (ebenfalls mit enthaltenen Schriften)

Falls die Daten komprimiert wurden, das Programm zum Dekomprimieren mitsenden oder auf Selbstdekomprimierung einstellen.

**per E-Mail an: [anzeigen@fairkehr.de](mailto:anzeigen@fairkehr.de)** (Daten bis max. 15 MB)

### Bei Fragen zu Inseratvorlagen:

fairkehr Verlagsgesellschaft mbH, Dorothee Schendzielorz,  
Weierstr. 38, 53111 Bonn  
Tel.: (02 28) 985 85-65, Fax: (02 28) 985 85-50,  
E-Mail: [anzeigen@fairkehr.de](mailto:anzeigen@fairkehr.de)

## Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeiträge in Zeitungen und Zeitschriften

1. Anzeigenauftrag im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in 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. 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, bei bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
7. Textteilanzeigen sind Anzeigen, die maximal mit einer Anzeigenseite an den Text 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, Anzeigenaufträge auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagen 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 Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Für die rechtzeitige Lieferung geeigneter, einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch 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 Rückgängigmachung des Auftrages. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind auch bei telefonischer Auftragserteilung ausgeschlossen; Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schaden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen, die nicht leitende Angestellte sind; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen, außer bei nichtoffensichtlichen Mängeln, innerhalb vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und nur für Textteilanzeigen geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, nächstrealisierbare Anzeigengröße der Berechnung zugrunde gelegt.
13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen, sowie vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung 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 Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exempl. 20 v.-H., bei einer Auflage bis zu 100.000 Exempl. 15 v.-H., bei einer Auflage bis zu 500.000 Exempl. 10 v. H., bei einer Auflage über 500.000 Exempl. 5 v.-H. beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche 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.

18. 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. Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 überschreiten, sowie Waren, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

19. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung und auf Risiko des Auftraggebers zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen der Gerichtsstand des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nichtkaufleuten, zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand des Verlages vereinbart.

### Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

a) Die Werbemittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbung Treibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

b) Die allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beihefter oder technische Sonderausführungen. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich. Unsere Auftragsbestätigungen erfolgen unter Vorbehalt; Anzeigen- und Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage des Anzeigenmotivs bzw. eines Musters der Beilage und deren Billigung durch den Herausgeber bindend.

c) Preisänderungen (Preisermäßigungen, Änderungen der Rabattstaffel, Preiserhöhungen) bleiben vorbehalten. Es gilt die am Erscheinungstag gültige Preisliste. Für Preiserhöhungen steht dem Auftraggeber

das Recht der Entscheidung über die Fortführung des Auftrages zu; die Entscheidung ist dem Verlag rechtzeitig mitzuteilen.

d) Bei Neuaufnahme einer Geschäftsverbindung behält sich der Verlag vor, Vorauszahlung zum Anzeigenschlussstermin zu verlangen.

e) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden.

f) Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80 % der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

g) Beilagen für Zeitschriften müssen spätestens 14 Tage vor dem Beilegetermin dem Verlag vorliegen. Bei nicht rechtzeitig eingetroffenen Beilagen sind die dem Verlag entstandenen Kosten vom Auftraggeber zu ersetzen.

h) Bei fernmündlich aufgegebenen Bestellungen und Änderungen übernimmt der Verlag keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe. Abbestellungen und Änderungen müssen schriftlich erfolgen und spätestens zum Anzeigenschluss bzw. Rücktrittstermin der betreffenden Ausgabe dem Verlag vorliegen. Für bereits gesetzte Anzeigen werden Satzkosten berechnet.

### Allgemeingültige Schlussbestimmungen

Für sämtliche Verträge wird die Geltung deutschen Rechts vereinbart. Gerichtsstand für alle Ansprüche aufgrund eines Auftrages eines Vollkaufmannes ist Bonn. Dasselbe gilt, wenn der Auftraggeber keinen allgemeinen Gerichtsstand im Inland hat.

fairkehr Verlagsgesellschaft mbH

## fairkehr – die Themen

### Themen für 2018

In fünf Ausgaben pro Jahr bearbeiten wir jeweils ein Titelthema vertieft. Im ganzen Heft spiegelt sich dennoch in jeder Ausgabe die ganze Themenpalette. Detaillierte Informationen und eine Vorschau zur jeweiligen Ausgabe senden wir Ihnen gerne auf Anfrage zu.

**Bahn und ÖPNV** – Kundenorientierung, einfache Tarife und überregionale Vernetzung. Umweltschonende Fahrzeuge und sinnvolle Taktverkehre.

**Automobil** – Welche Autos sind aus Umweltsicht die Besten? Welche Antriebsarten sind zukunftsfähig? Safety first – Welche technischen und politischen Maßnahmen erhöhen die Sicherheit?

**Tourismus** – Reisen auf Flughöhe Null. fairkehr zeigt fünfmal im Jahr auf vier bis sechs Seiten spannende und entspannende Alternativen zum weltweiten Billigflugtourismus. Europaweit.

**Human powered mobility** – Bewegung mit null CO<sub>2</sub>-Emissionen. Alternativen zum motorisierten Verkehr haben in fairkehr immer eine Bühne. Zweiräder, Laufräder, Liegeräder, Zufußgehen, Inliner oder Roller stehen für zukunftsfähige Mobilität in Zeiten des Klimawandels.

**Lebensstil und Politik** – Nahmobilität und Lebensqualität in der Stadt. Umweltzonen und Rückgewinnung der Stadt für die Bürger. Stadt der kurzen Wege und Reform der autoorientierten Siedlungsstrukturen. Wie sehen ein ressourcenschonendes Verbraucherverhalten und ein zukunftsfähiger Lebensstil aus?

## Gute Gründe für ein Inserat in fairkehr

**Die Leserschaft:** Sie treffen auf eine hochgebildete, zahlungskräftige Leserschaft, die ein aktives Leben mit Sinn für Qualität und Nachhaltigkeit führt. Auch Entscheider in Wirtschaft und Politik lesen die fairkehr. Platzieren Sie Ihre Botschaft! 62 000 zielgenau vertriebene Hefte sichern Ihnen einen guten Rücklauf für Ihre Angebote.

**Imageverbesserung:** Das Magazin fairkehr ist die Marke für qualifizierten und engagierten Journalismus im Themenfeld Mobilität. fairkehr setzt Zukunftsthemen. Von diesem Imagetransfer profitiert jeder einzelne Anzeigenkunde.

**Sprechen Sie uns an!**  
**Wir machen Ihnen gerne ein Angebot.**

fairkehr Verlagsgesellschaft mbH  
Dorothee Schendzielorz  
Weierstr. 38  
53111 Bonn  
Tel.: (02 28) 9 85 85-65  
E-Mail: [anzeigen@fairkehr.de](mailto:anzeigen@fairkehr.de)

