

A night cityscape with light trails from cars on a highway. Overlaid on the image is a network diagram consisting of several circular nodes connected by white lines. Some nodes are solid with a bright light in the center, while others are dashed. The background shows tall buildings with lit windows and streetlights.

LICHT

MEDIADATEN 2020

FACHZEITSCHRIFT

2-3	Medienmarke	
4-5	Titelporträt	1
6-9	Preisliste	P
10-13	Formate und technische Angaben	F
14	Termin- und Themenplan	T
15-16	Auflagen- und Verbreitungsanalyse	P

DIGITAL

Website

18	Porträt	1
19	Preise / Werbeformen	P
20	Stellenangebote	

Newsletter

21	Porträt	1
22	Preise / Werbeformen	P
23	Special	

FRANKFURT DAILY

24	Porträt
25	Preisliste

LICHTWOCHE

27	Sponsoring
----	------------

KONTAKT

29	Ansprechpartner
30	AGB



DAS MAGAZIN

AGNES HEY, GESCHÄFTSFÜHRERIN



PRINT

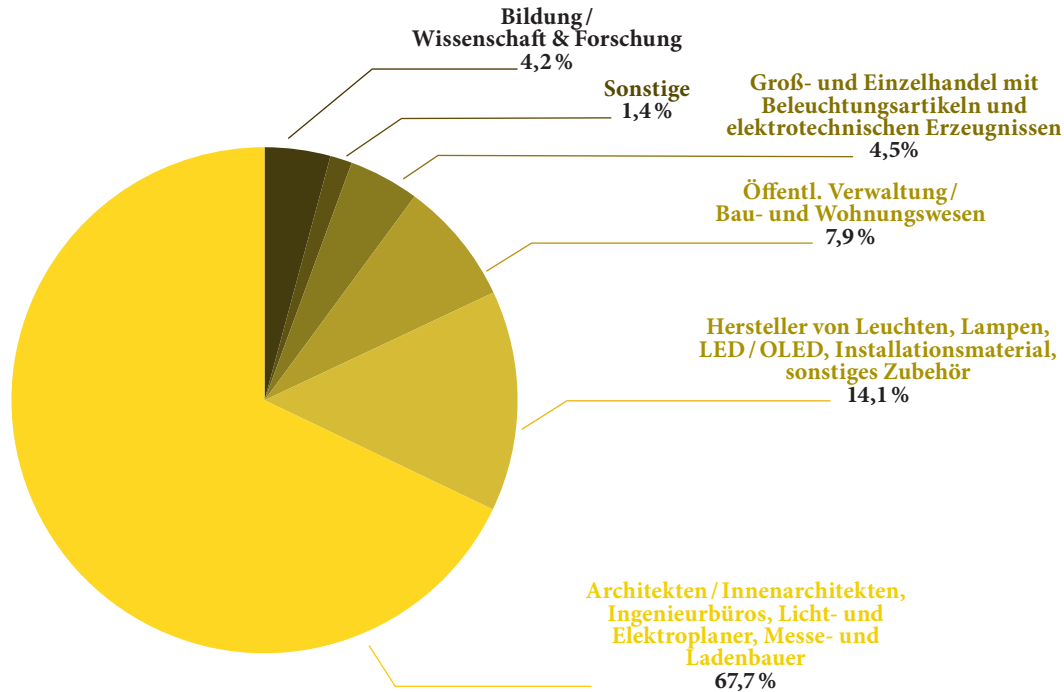
Die Fachzeitschrift LICHT berichtet pro Ausgabe über einen speziellen Themenschwerpunkt, z. B. Arbeitsplatzbeleuchtung, Licht im Verkauf, in Industriegebäuden, Licht für Gesundheit oder Lichtsteuerung. Rubriken: Planung, Design, Technik, Tageslicht, Wissenschaft & Forschung, Ausbildung & Beruf, Magazin.

DIGITAL

Über die Webseite LICHTnet.de, den monatlichen Newsletter und Facebook, Twitter und YouTube findet der Leser zusätzliche Fachbeiträge, News, Projektberichte, Interviews, Messereportagen, Terminkalender, u. v. m.



EMPFÄNGER-STRUKTUR-ANALYSE*



1 TITEL

LICHT

2 KURZCHARAKTERISTIK

LICHT ist das nach Druck- und Abonnentaufgabe führende deutschsprachige Magazin (über 30% mehr Abonnenten als die Zeitschrift HIGHLIGHT,

Quelle: IVW, 4. Quartal 2018) für die Beleuchtungsbranche und berichtet in 9 Ausgaben pro Jahr kompetent, ausführlich und praxisnah über die Themenbereiche Planung, Design, Technik, Tageslicht, Wissenschaft & Forschung und Normung. LICHT informiert über Trends und Innovationen auf den nationalen und internationalen Fachmessen.

3 ZIELGRUPPE

Architekten / Innenarchitekten, Ingenieurbüros, Licht- und Elektroplaner, Messe- und Ladenbauer, Hersteller von Leuchten, Lampen, LED / OLED, Installationsmaterial, öffentliche Verwaltung, Designer, Licht- und Elektrotechniker, Studenten

4 ERSCHEINUNGSWEISE

9 × im Jahr, lt. Termin- und Themenplan

5 HEFTFORMAT

210 mm breit, 297 mm hoch, DIN A4

6 JAHRGANG

72. Jahrgang 2020

7 BEZUGSPREIS

Jahresabonnement

Inland **Euro 132,30** inkl. Versandkosten

Ausland **Euro 141,30** inkl. Versandkosten

Einzelverkaufspreis **Euro 15,70**

8 ORGAN

Organ der Deutschen Lichttechnischen Gesellschaft e.V. (LiTG); Organ des Normenausschusses Lichttechnik (FNL) im DIN Deutsches Institut für Normung e.V.

9 MITGLIEDSCHAFTEN

IVW, Media-Datenbank der Deutschen Fachpresse

10 VERLAG

Richard Pflaum Verlag GmbH & Co. KG

Postfach 19 07 37, 80607 München

Lazarettstraße 4, 80636 München

11 HERAUSGEBER

Richard Pflaum Verlag GmbH & Co. KG

12 ANZEIGEN

Christian Schlager

T +49 89 126 07 - 365

F +49 89 126 07 - 202

christian.schlager@pflaum.de

13 REDAKTION

Emre Onur (verantwortlich)

T +49 89 126 07 - 257

emre.onur@pflaum.de

14 UMFANGS-ANALYSE

Ausgaben	2018 = 9 Ausgaben
Seitenzahl	2018 = 956 Seiten
Gesamtumfang	956 Seiten = 100,0 %
Redaktioneller Teil	861 Seiten = 90,1 %
Anzeigenteil	95 Seiten = 9,9 %
davon: Rubrikanzeigen	0,5 Seiten = 0,5 %
Beilagen	5 Stück

15 INHALTS-ANALYSE REDAKTION

2018 = 861 Seiten

Fachbeiträge zu folgenden Themen: Innen- / Außenbeleuchtung, Straßenbeleuchtung, repräsentative / dekorative Beleuchtung, Anstrahlung, Lichtwerbung, Beleuchtungsanlagen, Sonderleuchten, Installationssysteme / -geräte, Lampen, Tageslicht-technik, Planung, Forschung & Technik, Normung, Design, Handel, Messen

Light + Building-
Ausgabe 2/2020:
40% höhere tvA-
nur 25% Aufschlag
auf Grundpreis!

1 ANZEIGENPREISE UND FORMATE

(Preise in Euro, Zuschläge nicht rabattierbar, allen Preisen ist die jeweils gültige MwSt. hinzuzurechnen.)

	Format Satzspiegel B x H in mm	Anschnitt* B x H in mm	s/w Euro	4-farbig Euro
1/1 Seite	185 × 250	210 × 297	4.060,-	4.990,-
Juniorpage	135 × 185	145 × 210	2.510,-	3.200,-
1/2 Seite	90 × 250 185 × 130	100 × 297 210 × 145	2.100,-	2.790,-
1/3 Seite	60 × 250 185 × 80	70 × 297 210 × 100	1.430,-	1.970,-
1/4 Seite	90 × 130 185 × 60	100 × 145 210 × 75	1.100,-	1.640,-
1/8 Seite	90 × 60 185 × 30	- -	570,-	1.110,-

* zzgl. 3 mm Beschnitt an allen Seiten

Weitere Formate auf Anfrage

2 ZUSCHLÄGE PLATZIERUNGEN

Titelseite auf Anfrage

2. und 4. Umschlagseite 4c Euro 5.230,-

Bindende Platzierungsvorschrift (nicht rabattierbar)

10 % v. Grundpreis

ZUSCHLÄGE FARBEN

(nicht rabattierbar)

Genannte Preise gelten für Farben aus der Euroskala.

Jede Sonderfarbe (z. B. HKS od. Pantone) Euro 780,-

ZUSCHLÄGE FORMATE

(nicht rabattierbar)

Anzeigen über Bund 10 % v. Grundpreis

Anzeigen über Satzspiegel 10 % v. Grundpreis

= Anschnittformat

3 RABATTE

Bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres (12 Monate);
Beginn mit Erscheinen der ersten Anzeige.

Empfehlungsanzeigen:

Malstaffel		Mengenstaffel	
2-mal	5,0 %	2 Seiten	5,0 %
4-mal	10,0 %	4 Seiten	10,0 %
6-mal	15,0 %	6 Seiten	15,0 %
9-mal	20,0 %	9 Seiten	20,0 %

Ihre Personalanzeige Print und Online!

Die gedruckte Stellenanzeige in der LICHT und/oder Ihre Stellenanzeige auf www.lichtnet.de



Die Suche nach den richtigen Fachkräften gleicht einem kleinteiligen Puzzle. Suchen Sie nicht, sondern nutzen Sie die beste Möglichkeit, erstklassige Fachkräfte anzusprechen! Nutzen Sie das große Potential unserer Print- und Online-Nutzer, um Fach- und Führungskräfte zu finden! Kombinieren Sie Print und Online!

Fordern Sie ein Angebot an!

Kontakt:

Christian Schlager, christian.schlager@pflaum.de, Telefon: +49 89 126 07 - 365
www.lichtnet.de

4 RUBRIKEN

(nicht rabattierbar)

nur 2- oder 4-spaltig möglich (2-spaltig = 90 mm breit)

Mindesthöhe: 20 mm

Grundpreis pro mm 2-spaltig:

Stellenangebote s / w	Euro	8,25
Stellenangebote 2c	Euro	9,25
Stellenangebote 4c	Euro	11,80
Stellengesuche	Euro	4,10
An- und Verkauf, Sonstiges	Euro	8,25
Chiffregebühr (einschl. Porto für Zustellung)	Euro	16,00

Print-Stellenanzeigen können mit einem Aufschlag von 20 %
4 Wochen zusätzlich online stehen.

5 EINHEFTER UND BEILAGEN

EINHEFTER (rabattierbar)

Benötigte Liefermenge (inkl. Zuschuss) **11.400 Exemplare**
(Altarfalz-, Stufen-, Postkarten-Einhefter, Single-Page- u. halbseitiger Einhefter)
Preise und technische Vorgaben: auf Anfrage

BEILAGEN (nicht rabattierbar)

(Postkarten, Mailing, Booklet, CD, DVD, Plakat u. ä.)
Lose eingelegt, maximale Größe **205 × 280 mm**
Bis 25 g Gesamtgewicht **Euro 2.990,-**
zzgl. Versandkostenmehraufwand,
nicht AE-fähig **Euro 120,-**
ab 26 g Gesamtgewicht **auf Anfrage**
Benötigte Liefermenge (inkl. Zuschuss) **11.400 Exemplare**

WEITERE SONDERWERBEFORMEN

Informationen zu unseren Sonderwerbeformen senden wir Ihnen gerne auf Anfrage zu.

6 KONTAKT

Christian Schlager
T +49 89 126 07 - 365
F +49 89 126 07 - 202
christian.schlager@pflaum.de

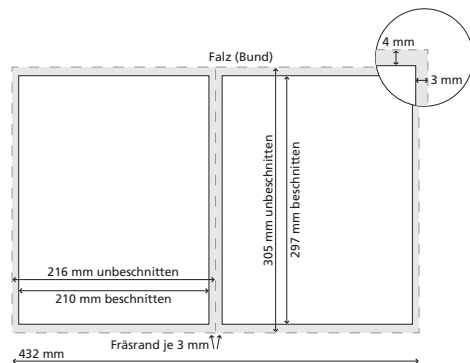
7 ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

Zahlung innerhalb von 14 Tagen nach
Rechnungsdatum netto.
2 % Skonto bei Vorauszahlung
oder Einzugsermächtigung
USt-Ident-Nr. DE130255449

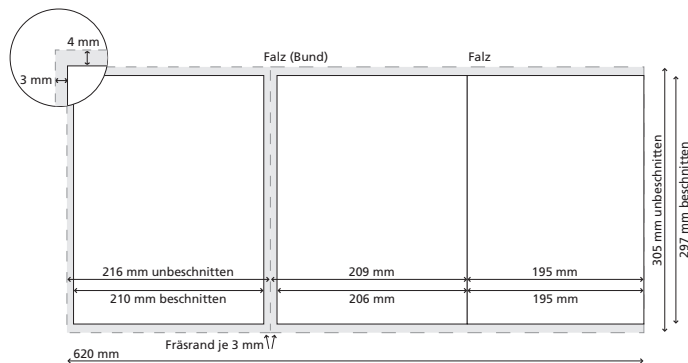
BANKVERBINDUNG

Commerzbank München
IBAN: DE41 7008 0000 0442 1000 00
SWIFT-BIC: DRESDEFF700

BESCHNITTSHEMA 2- UND 4-SEITIG



BESCHNITTSHEMA 6-SEITIG



1/1 Seite

Format 1/1 Seite

Satzspiegel 185 × 250

Endformat 210 × 297

Format inkl. Beschnitt 216 × 303

1/2 Seite
quer

Format 1/2 Seite quer

Satzspiegel 185 × 130

Endformat 210 × 145

Format inkl. Beschnitt 216 × 151

1/2 Seite
hoch

Format 1/2 Seite hoch

Satzspiegel 90 × 250

Endformat 100 × 297

Format inkl. Beschnitt 106 × 303

BEISPIELE FÜR ANZEIGENFORMATE MIT S/W-GRUNDPREIS

1/3 Seite quer	Format	1/3 Seite quer
	Satzspiegel	185 × 80
	Endformat	210 × 100
	Format inkl. Beschnitt	216 × 106

1/3 Seite hoch	Format	1/3 Seite hoch
	Satzspiegel	60 × 250
	Endformat	70 × 297
	Format inkl. Beschnitt	76 × 303

1/4 Seite quer	Format	1/4 Seite quer
	Satzspiegel	185 × 60
	Endformat	210 × 75
	Format inkl. Beschnitt	216 × 81

1/4 Seite Block	Format	1/4 Seite
	Satzspiegel	90 × 130
	Endformat	100 × 145
	Format inkl. Beschnitt	106 × 151

1/8 Seite quer	Format	1/8 Seite quer
	Satzspiegel	185 × 30
	Endformat	-
	Format inkl. Beschnitt	-

1/8 Seite Block	Format	1/8 Seite Block
	Satzspiegel	90 × 60
	Endformat	-
	Format inkl. Beschnitt	-

Bitte beachten:

Druckunterlagenformate für Anzeigen im Anschnitt **zzgl.** 3 mm Beschnittzugabe an jeder Seite!

1 ZEITSCHRIFTENFORMAT

Format	210 mm breit, 297 mm hoch, DIN A4
Satzspiegel	185 mm breit, 250 mm hoch
Spaltenzahl	2 Spalten / 3 Spalten
Spaltenbreite	90 mm / 60 mm

2 DRUCK- UND BINDEVERFAHREN

Offsetdruck, Klebebindung

3 DATENÜBERMITTLUNG

druckunterlagen@pflaum.de

4 DATENFORMATE

Bevorzugtes Dateiformat

Adobe-PDF Standard PDF/X-4 , Modus CMYK,
Zielfprofil: ISO Coated v2 300% (ECI)

Andere Formate

Proprietäre Formate der Adobe Creative Cloud Anwendungen.
Weitere Dateiformate nach Absprache.

5 FARBEN

Druckfarben (CMYK) nach ISO 2846-1

6 PROOF

Für den Druck von Farbanzeigen ist ein druckverbindliches Proof erforderlich (CMYK, Charakterisierung FOGRA39L, Offset nach ISO 12647-2).

7 DATENARCHIVIERUNG

Wir gehen davon aus, dass es sich bei den uns zugeleiteten Dateien um Kopien handelt und übernehmen für deren Bestand keine Haftung.

8 GEWÄHRLEISTUNG

Nur korrekt und vollständig übermittelte Daten können verarbeitet werden. Für Abweichungen in Texten, Abbildungen und insbesondere Farben übernimmt der Verlag keine Haftung.

DATEIFORMATE

Adobe-PDF X4, X3, X1a im CMYK-Modus, Schriften sind einzubinden. Zielprofil: ISO Coated v2 300% (ECI) (<http://eci.org/de/downloads>).

9 KONTAKT

christian.schlager@pflaum.de
T + 49 89 126 07 - 365

Die Minimalschriftgröße im Offsetdruck sollte nicht kleiner als 5 pt sein. Feine Serifen sind zu vermeiden, da diese die Mindestlinienstärke im Druck unterschreiten können. Multiple-Master-Schriften dürfen ebenfalls nicht verwendet werden.

Texte- und Bildelemente sollten mindestens 5 mm vom Beschnitt entfernt platziert sein, damit diese nicht bei Klebebindung im Bund verschwinden bzw. am Seitenrand angeschnitten werden. Bei abfallenden Anzeigenmotiven ist auf die Zugabe von 3 mm Beschnitt zu achten.

BILDQUALITÄT UND AUFLÖSUNG

Minimal Auflösung für: Strich-Bilder 1200 dpi, Graustufen-Bilder 600 dpi, CMYK-Bilder 300 dpi, Die Qualität der JPEG-Komprimierung bestimmt der Anlieferer der Daten selbst. Bilddaten aus dem Internet genügen oft nicht dieser Anforderung.

FARBEN

CMYK, Graustufen oder Bitmap.
Keine RGB- oder Sonderfarben.

OFFENE DATEN

Offene Daten sind die Dokumente aus der jeweiligen Layout-Anwendung sowie alle darin platzierten Abbildungen und Grafiken zuzüglich der im Dokument verwendeten Schriften. Die zur Verfügung gestellten Zeichensätze werden nur zur Bearbeitung des Auftrags genutzt und anschließend gelöscht. Offene Daten bitte nur nach vorheriger Absprache und vollständig als ZIP-Archiv zusenden.

AUSGABE	1 2020	2 2020	Frankfurt daily	3 2020	4 2020	5 2020	6 2020	7 2020	8 2020	9 2020
Erscheinungstermin	31.01.2020	28.02.2020	08. - 13.03.2020	27.04.2020	25.05.2020	25.06.2020	25.08.2020	25.09.2020	26.10.2020	25.11.2020
Redaktionsschluss	18.12.2019	20.01.2020	24.01.2020	18.03.2020	16.04.2020	14.05.2020	20.07.2020	20.08.2020	17.09.2020	19.10.2020
Anzeigenschluss	20.12.2019	31.01.2020	31.01.2020	26.03.2020	23.04.2020	25.05.2020	28.07.2020	28.08.2020	25.09.2020	27.10.2020
Druckunterlagenschluss	10.01.2020	07.02.2020	14.02.2020	02.04.2020	30.04.2020	02.06.2020	04.08.2020	04.09.2020	02.10.2020	03.11.2020
SCHWERPUNKT	Licht für Verkauf und Präsentation	Licht für Architektur – Außen und Innen	Frankfurt daily	Licht für Hotels, Gastronomie und Wellness	Licht und Gesundheit	Licht für Industrie, Gewerbe und Logistik	Smart Lighting	Licht für Büro und Arbeit	Licht für Kultur und Bildung	Licht für Straßen und urbane Räume
■ PLANUNG	– Shops, Supermärkte und Kaufhäuser – Corporate Lighting – Showrooms und Messen	– Smart City – Smarte Leuchten – Dynamische Beleuchtung – Tageslichtlösungen – Sonderleuchten		– Restaurants und Bars – Wellness- und Schwimmbäder, Thermen – Licht für repräsentative Räume – Licht zum Wohnen	– Kliniken, Pflege- und Seniorenheime – Arzi- und Physiopraxen, Fitnesscenter – Sportstätten und Bäder – Human Centric Lighting – Nicht-visuelle Wirkungen des Lichts	– Verkehrsbaute (Bahnhöfe, Flughäfen, Seehäfen...) – Tunnel und Unterführungen – Parkhäuser – Hallenbeleuchtung	– Lichtsteuerung und dynamisches Licht im Innen- und Außenbereich – Lichtwerbung und Medienfassaden	– Büro- und Verwaltungsbauten – HCL am Arbeitsplatz – Projekte mit Sonderleuchten	– Museen, Galerien, Kinos und Theater – Bibliotheken, Mediatheken – Schulen, Hochschulen, Kitas	– Stadtmarketing mit Licht – Licht für Plätze und Parks – Lichtmasterpläne – Licht und Denkmalschutz/ historische Bauten – Sakrale Räume, Kirchen – Social Light
■ DESIGN	– Licht und Material	– Technische Designleuchten		– LED-Integration in Möbel und Textilien	– Outdoor-Designleuchten	– Licht für besondere Anlässe	– Smart Home	– Home Office	– Multifunktionale Leuchten	– Lichtfestivals
■ TECHNIK	– Sensorbasierte Lichtsteuerung – Lichtverteilung und Farbwiedergabe in der Shopbeleuchtung	– Lichtquellen, Komponenten und Steuerungstechnik – Smarte Technologien – Messtechnik		– Optische Komponenten und Systeme – Elektronische Komponenten (Betriebsgeräte, Sensoren, Steuerungstechnik)	– Wärmemanagement – Software für Planung, Berechnung und Visualisierung	– Leuchten höherer Schutzart und für besondere Einsatzbedingungen – Lichtquellen	– Messtechnik – Schalter und Bedienstellen – Licht im Internet of Things	– Protokolle für die Lichtsteuerung – Sensorbasierte Steuerung	– Verbindungs- und Anschlusstechnik – Hard- und Software für kabellos vernetztes Licht	– LED-Module und LED-Lichtquellen – Überspannungsschutz
■ TAGESLICHT	Tageslichtnutzung in Innenräumen Sonnen- und Blendschutz Dialog zwischen natürlichem und künstlichem Licht Bauelemente, Komponenten und Systeme für die Tageslichtnutzung Energiesparressource Tageslicht									
■ BERUF & AUSBILDUNG	Interviews Planer- und Designerporträts Studienarbeiten an Universitäten und Hochschulen Studentenwettbewerbe Aus- und Weiterbildungsangebote Praxiswissen für den Beruf									
■ MAGAZIN	Berichte von Messen, Tagungen und Events Marktstudien und Branchentrends Lichthistorisches									
■ WISSENSCHAFT & FORSCHUNG	Präsentation und Diskussion aktueller Forschungsergebnisse in allen Bereichen der Lichttechnik und -planung									
STÄNDIGE THEMEN	LED- und OLED-Technik	• Branchennews		• Veranstaltungstermine		• Bücher		• Normen		
MESSEN & TAGUNGEN	16. - 20.02.2020 EuroShop, Düsseldorf	31.03. - 03.04.2020 Prolight & Sound, Frankfurt 06. - 09.04.2020 Hongkong International Lighting Fair 08. - 13.03.2020 Light & Building, Frankfurt	03. - 07.05.2020 Lightfair International, USA Las Vegas	09. - 12.06.2020 Guangzhou International Lighting Fair			22. - 24.09.2020 LpS/THL Bregenz 14. - 16.10.2020 TILS – Taiwan International Lighting Show 27. - 30.9.2020 LICHT 2020, Bamberg 27. - 31.10.2020 Orgatec, Köln	03. - 05.11.2020 belektro, Berlin 06. - 13.11.2020 6. LICHTWOCHE München 19. - 21.11.2020 GET Nord, Hamburg	02. - 03.12.2020 architect@work, Stuttgart	

08.-13.03.2020
LIGHT-BUILDING-
FRANKFURT
40 % ERHÖHTE AUFLAGE

1 AUFLAGENKONTROLLE



2 AUFLAGEN-ANALYSE

Exemplare pro Ausgaben im Jahresdurchschnitt
(1. Juli 2018 bis 30. Juni 2019)

Druckauflage	10.875		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	10.282	Ausland:	271
Verkaufte Auflage	1.211	Ausland:	218
Abonnierte Exemplare	1.195	Mitgliederstücke:	–
Einzelverkauf	–		
Sonstiger Verkauf	16		
Freistücke	9.071	davon Studi-Abos*:	19
Rest-, Archiv- und Belegexemplare	593		

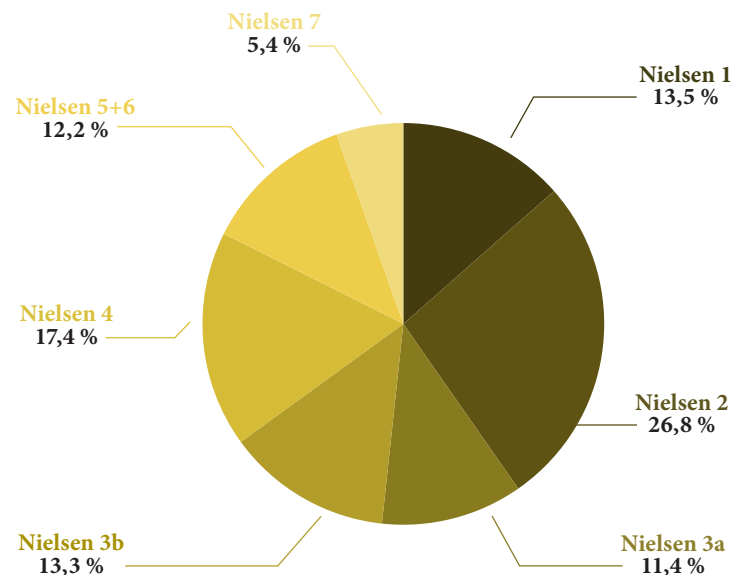
*LICHT Studi-Abo

Das Nachwuchsförderungsprogramm des Pflaum Verlags unterstützt angehende Lichtplaner und -techniker während ihres Studiums mit dem Bezug der LICHT für die Dauer eines Jahres.

3 GEOGRAPHISCHE VERBREITUNGS-ANALYSE

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
Inland	97,4 %	10.011 Exemplare
Ausland	2,6 %	271 Exemplare
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100 %	10.282 Exemplare

VERBREITUNG NACH NIELSEN-GEBIETEN



A portrait of a man with dark hair and glasses, smiling. He is wearing a dark shirt. The background is blurred, showing green foliage and a building. A dark horizontal bar is at the bottom left.

DIGITAL

EMRE ONUR, CHEFREDAKTEUR

1 WEB-ADRESSE

www.LICHTnet.de

2 KURZCHARAKTERISTIK

LICHTnet.de ist das Portal für die Lichtbranche und informiert die Nutzer über alle relevanten Themen rund ums Licht.

- News & Termine
- Fachbeiträge zu Planung & Technik,
- Design & Kunst
- Fachbeiträge aus Forschung & Lehre
- Messeberichte und Event-Reportagen
- Planer- und Firmenporträts
- Jobbörse
- Heftarchiv
- Branchenverzeichnis

3 ZIELGRUPPE

Architekten/Innenarchitekten, Ingenieurbüros, Licht- und Elektroplaner, Messe- und Ladenbauer, Hersteller von Leuchten, Lampen, LED/OLED, Installationsmaterial oder sonstigem Zubehör, öffentliche Verwaltung, Designer, Licht- und Elektrotechniker, Studenten

4 VERLAG

Richard Pflaum Verlag GmbH & Co. KG

5 REDAKTION

Emre Onur (verantwortlich)
T +49 89 126 07 - 257 • emre.onur@pflaum.de

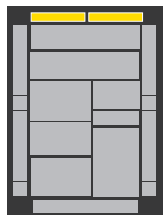
6 ONLINE-WERBUNG

Christian Schlager
T +49 89 126 07 - 365
F +49 89 126 07 - 202
christian.schlager@pflaum.de



Alle gängigen Webformate;
Lieferfrist 5 Werktage vor Kampagnenstart

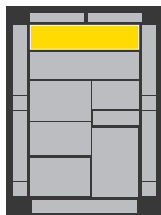
1 PREISE UND WERBEFORMEN (Preise in Euro, allen Preisen ist die jeweils gültige MwSt. hinzuzurechnen.)



Header-Fullsize-Banner
(in Pixel): 468 × 60

Channel:
Gesamtrotation

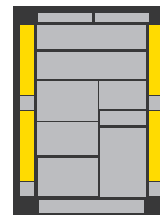
Euro / Zeiteinheit
525,- / 4 Wochen



Premium-Banner
(in Pixel): 940 × 210

Channel:
Gesamtrotation

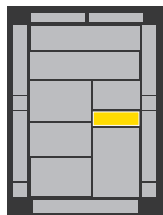
Euro / Zeiteinheit
1.280,- / 4 Wochen



Skyscraper
(in Pixel): 120 × 600

Channel:
Gesamtrotation

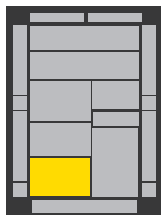
Euro / Zeiteinheit
715,- / 4 Wochen



Content Ad
(in Pixel): 400 × 160

Channel:
Start-/Unterseite

Euro / Zeiteinheit
320,- / 4 Wochen



Rectangle
(in Pixel): 520 × 331

Channel:
Startseite

Euro / Zeiteinheit
475,- / 4 Wochen

Die Bannerformate werden mit maximal einem weiteren Werbekunden in Rotation für diese Platzierung eingeblendet. Die Kampagne wird monatlich zum Fixpreis abgerechnet.
Mindestbuchungszeitraum: 4 Wochen
Weitere Werbeformen gern auf Anfrage

2 RABATTE

Kombinationsrabatte mit Print auf Anfrage

ONLINE-STELLENANGEBOTE / LICHT JOBS

STELLENANZEIGE INDIVIDUELL

Für einen individuellen Unternehmensauftritt empfiehlt sich die Stellenanzeige im Corporate Design Ihres Unternehmens. Sie liefern uns ein fertiges PDF in der CI Ihres Hauses. Logo bitte zusätzlich separat anliefern.

FORMATE UND TECHNISCHE ANGABEN

1 DATEIFORMATE

Alle gängigen Webformate

Preis für Laufzeit 30 Tage **Euro 680,- (zzgl. MwSt.)**

2 LIEFERADRESSE

Bitte senden Sie Werbemittel für Ihre Kampagne an:
druckunterlagen@pflaum.de

3 LIEFERFRIST

5 Werktage vor Kampagnenstart



1 NAME

LICHT-Newsletter

Empfänger: 1.664
Öffnungsrate: 39 %
Klickrate: 26 %
Stand September 2019

2 KURZCHARAKTERISTIK

Die Licht-Technologien und die Lichtbranche wandeln sich rasant. Mit dem LICHT-Newsletter informieren wir die Leser über die neuesten Meldungen, Termine und Fachbeiträge aus der Branche.

3 ZIELGRUPPE

Architekten / Innenarchitekten, Ingenieurbüros, Licht- und Elektroplaner, Messe- und Ladenbauer, Hersteller von Leuchten

4 DATEIFORMATE

Alle gängigen Webformate

5 LIEFERADRESSE

Bitte senden Sie die Werbemittel für Ihre Kampagne an folgende E-Mail-Adresse:
druckunterlagen@pflaum.de

6 LIEFERFRIST

2 Wochen vor Kampagnenstart. Es gelten die AGB.

7 ERSCHEINUNGSWEISE

monatlich, Terminplan siehe Seite 22

8 VERLAG

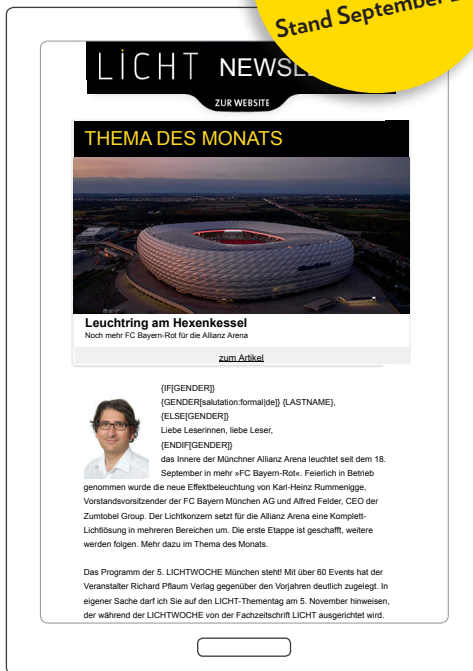
Richard Pflaum Verlag GmbH & Co. KG

9 REDAKTION

Emre Onur (verantwortlich)
T +49 89 126 07 - 257 • emre.onur@pflaum.de

10 ONLINE-WERBUNG

Christian Schlager
T +49 89 126 07 - 365
F +49 89 126 07 - 202
christian.schlager@pflaum.de

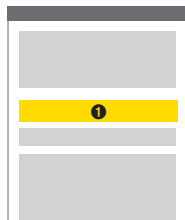


WERBEMÖGLICHKEITEN LICHT NEWSLETTER

1 Newsletter Fullsize-Banner

468 × 60 px*

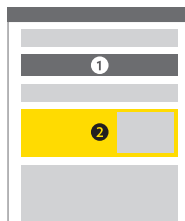
Euro 230,- zzgl. MwSt.



2 TextAd

1.000 Zeichen**
+ Bild (450 x 250 px)*

Euro 460,- zzgl. MwSt.



VERSANDTERMINE

01/20	KW 05	07/20	KW 31
02/20	KW 09	08/20	KW 35
03/20	KW 13	09/20	KW 39
04/20	KW 18	10/20	KW 44
05/20	KW 22	11/20	KW 48
06/20	KW 26	12/20	KW 51

* **Bilder** Auflösung von 72 dpi. Lieferung als jpeg, png oder gif.

** **Textlänge** Maximale Zeichenzahl (inklusive Leerzeichen).

DER EXKLUSIVE LICHT SONDER-NEWSLETTER

Neben den Werbemöglichkeiten in unseren redaktionellen Newslettern bieten wir Ihnen die Möglichkeit einen exklusiven **Stand-Alone-Newsletter** zu buchen. Darin können Sie ganz gezielt Ihre Produkte, Termine oder Projekte bewerben. Der Newsletter wird an unseren Verteiler gesendet. Bitte fordern Sie einfach ein Angebot an!

Dateiformat: HTML

SPEZIFIKATION

Zusendung der Daten (Word-Dokument) bis 2 Wochen vor Versand

Zusendung der Bilder als jpeg oder png

Vorgaben und Details zur Anlieferung auf Anfrage!





Frankfurt daily ist seit dem Jahr 2000 die einzige offizielle Tageszeitung der Light + Building in Frankfurt – der Weltleitmesse für Licht und Gebäudetechnik. Frankfurt daily erscheint zweisprachig in Deutsch/Englisch.

TÄGLICH AKTUELL

Frankfurt daily sorgt mit einem festen redaktionellen Kern für eine permanente Verbreitung von Messeneuheiten, Produktmeldungen, Veranstaltungsdetails und Terminen. Die täglich wechselnden Seiten bieten Platz für brandaktuelle redaktionelle News. Die Ausgaben der Frankfurt daily erscheinen im neuen handlichen Kompaktformat an sechs Messetagen mit einer Gesamtauflage von 50.000 Exemplaren.

REDAKTIONELLE TOPQUALITÄT

Produktnews, Messegesehen und tägliche Bilderstrecke – unsere Fachredakteure sorgen für den journalistischen Rahmen Ihrer Anzeigenwerbung.

IHRE VORTEILE

- 6 täglich aktualisierte Ausgaben
- Gesamtauflage von 50.000 Exemplaren
- Erscheinungstermin direkt am Morgen des Messtages
- Kostenfreie Verteilung an alle Besucher
- Auslage in 43 messenahen Hotels

NUTZEN SIE DEN EINZIG-ARTIGEN BENEFIT

Mit Frankfurt daily erreichen Sie nicht nur die Besucher der Messe – die Verbreitung über alle drei Kanäle (Print, Online und Mobile) garantiert darüber hinaus eine extrem hohe Sichtbarkeit in den internationalen Branchen der Light + Building.

FRANKFURT DAILY 2020

DIE OFFIZIELLE MESSEZEITUNG

Nutzen Sie diese crossmediale Präsenz für:

- die Bewerbung von Produktneuheiten
- die Gewinnung von Neukunden
- eine verstärkte Kundenbindung
- die Generierung von mehr Umsatz

1 ZEITUNG, 6 AUSGABEN, UNZÄHLIGE CHANCEN!

Internationalität

Durch konsequente Zweisprachigkeit erreichen Sie ein internationales Fachpublikum.

Volle Aufmerksamkeit

Mit punktgenauem Marketing lenken Sie die Messebesucher an Ihren Stand und erreichen mehr Aufmerksamkeit für Ihren Messeauftritt und Ihre Produkte.

Abdeckung

Mit nur einer Buchung zu einem Preis erscheinen Sie in allen Ausgaben.

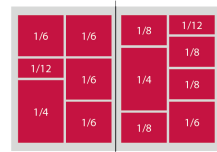
TERMINE ***

Redaktionsschluss	24.01.2020
Anzeigenschluss	31.01.2020
Druckunterlagenschluss	14.02.2020
Erscheinungstermine	08.-13.03.2020
6 Ausgaben	

PREISE

Marketplace	(nur im Satzspiegel)	
1/4 Seite	112 x 154 mm	2.700 €
1/6 Seite	112 x 101 mm	1.780 €
1/8 Seite	112 x 74 mm	1.390 €
1/12 Seite	112 x 47 mm	1.010 €

Marketplace
(nur im Satzspiegel)



Format	Maß im Anschnitt (BxH)	Preis 4c **/***
Titelkasten	53 x 53 mm (Satzspiegel)	7.875 €
Titelstreifen	254 x 52 mm*	11.750 €
2/1 Doppelseite	508 x 352 mm*	30.800 €
1/1 Seite	254 x 352 mm*	15.780 €
1/2 Seite quer	254 x 173 mm*	10.500 €
1/2 Seite hoch	124 x 352 mm*	10.500 €
1/3 Seite quer	254 x 113 mm*	8.425 €
1/4 Seite quer	254 x 84 mm*	7.150 €
1/4 Seite hoch	124 x 173 mm*	7.150 €
1/4 Seite hoch (Spalte)	65 x 352 mm*	7.150 €

* Format im Anschnitt + 5 mm Beschnittzugabe an allen Außenkanten, Zeitungsformat 254 mm x 352 mm.

** Preis für Buchung von 6 Ausgaben zur Light + Building. Alle Preise gelten zzgl. der gesetzlich geltenden MwSt

***Stand September 2019, Änderungen vorbehalten!

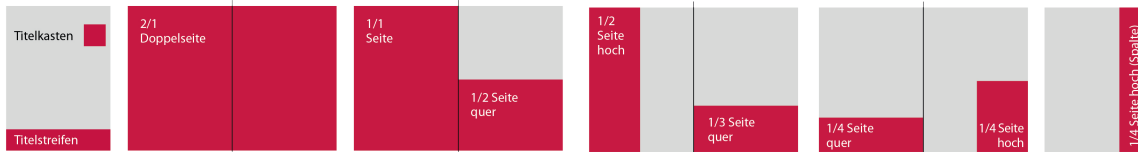
Es gelten die AGBs der Messe Frankfurt Medien und Service GmbH.

KONTAKT

Emre Onur
(Chefredaktion)
T +49 89 126 07 - 257
emre.onur@pflaum.de

Christian Schlager
(Anzeigenverkauf)
T +49 89 126 07 - 365
christian.schlager@pflaum.de

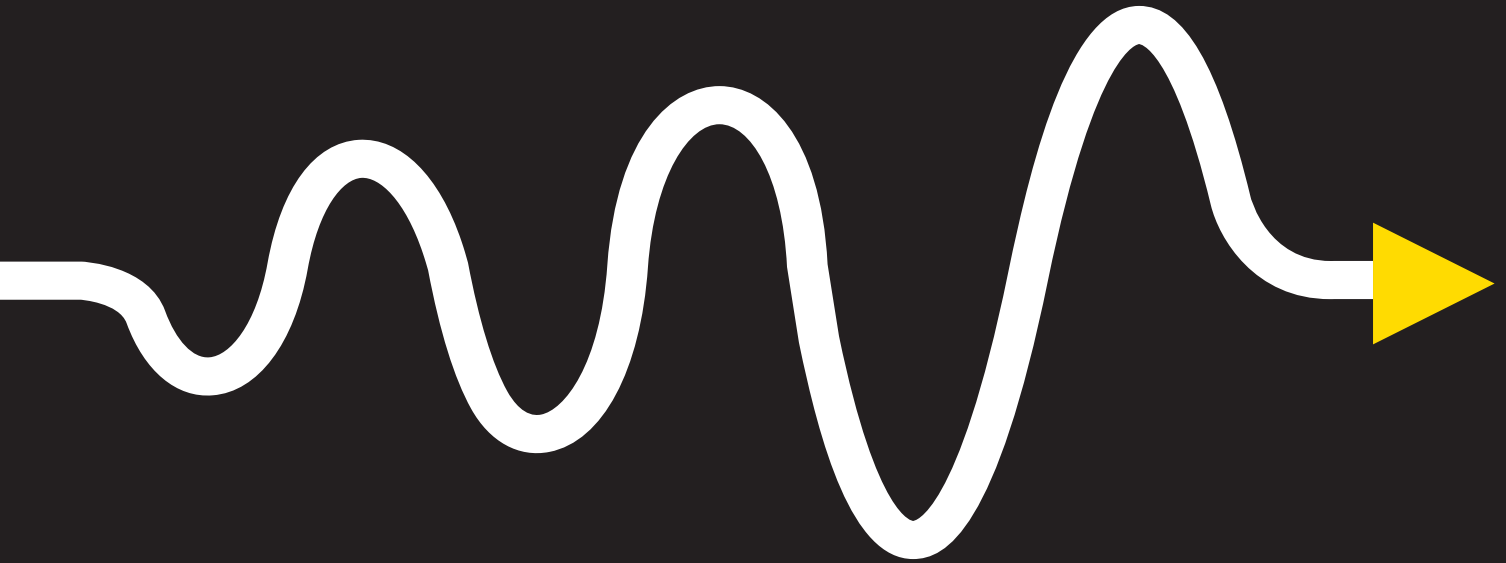
Mitherausgeber Messe Frankfurt
Medien und Service GmbH



6. LICHTWOCHE

MÜNCHEN

06.11. - 13.11.2020



SPONSORING

Die LICHTWOCHE München bietet Ihnen die Gelegenheit, Ihr Unternehmen in einem anderen Licht zu präsentieren. Zu den Teilnehmern und dem Publikum zählen Planer, Techniker, Studenten, Designer sowie kommunale Vertreter aus München und Umgebung. Gerne zeigen wir Ihnen, welche Türen Ihnen als Sponsor offen stehen und schnüren für Sie ein individuelles Sponsorenpaket.



CHRISTIAN SCHLAGER
LEITER MEDIAVERTRIEB

T +49 89 126 07 – 365
christian.schlager@pflaum.de



EMRE ONUR
CHEFREDAKTEUR

T +49 89 126 07 – 257
emre.onur@pflaum.de





KONTAKT

KONTAKT

ANSPRECHPARTNER



CHRISTIAN SCHLAGER
LEITER MEDIAVERTRIEB

T + 49 89 126 07 - 365
christian.schlager@pflaum.de



EMRE ONUR
CHEFREDAKTEUR

T +49 89 126 07 - 257
emre.onur@pflaum.de

RICHARD PFLAUM VERLAG GMBH & CO. KG • LAZARETTSTR. 4 • 80636 MÜNCHEN • WWW.LICHTNET.DE

§1 Geltung, Ausschlussliedkeit

1 Für die Annahme und die Veröffentlichung aller Werbeaufträge sowie Folgeaufträge gelten ausschließlich die vorliegenden AGB sowie die zum Zeitpunkt des Vertragschlusses aktuelle Preisliste des Verlages, deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Die Gültigkeit etwaiger AGB des Auftraggebers ist, soweit sie mit diesen AGB nicht übereinstimmen, ausgeschlossen.

2 Diese AGB gelten sinngemäß für Bellageaufträge. Diese werden vom Verlag grundsätzlich erst nach Vorlage und Prüfung eines Modells angenommen.

§2 Angebot, Vertragschluss

1 Aufträge für Werbemittel können persönlich, telefonisch, schriftlich, per Telefax, per E-Mail oder per Internet aufgegeben werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungfehler.

2 Ein Vertrag kommt erst durch die schriftliche Auftragsbestätigung des Verlages zustande. Es gilt jeweils die im Zeitpunkt der Auftragserteilung gültige Preisliste.

3 Der Verlag ist berechtigt, Aufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtbeschlusses, nach pflichtgemäßem Ermessen ablehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder von deutscher Presse- oder Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines redaktionellen Beitrags erwecken oder Fremdenanzeigen enthalten. Der Verlag wird die Ablehnung unverzüglich nach Kenntniserlangung der betreffenden Inhalte mitteilen.

§3 Vertragsabwicklung

1 Aufträge sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln, beginnend mit dem ersten Schaltung (Veröffentlichung) des Werbemittels.

2 Alle für die Werbemittel erforderlichen Inhalte, Informationen, Daten, Dateien und sonstigen Materialien („Vorlagen“) stellt der Auftraggeber dem Verlag vollständig, fehler- und virusfrei und den vertraglichen Vereinbarungen entsprechend rechtzeitig zur Verfügung. Werden Vorlagen digital (z. B. per CD-ROM oder E-Mail) an den Verlag übermittelt, sind sie nur mit geschlossenen Dateien zu übertragen, also mit solchen Dateien, die der Verlag inhaltlich nicht ändern kann. Der Verlag haftet nicht für fehlerhafte Veröffentlichung von Werbemitteln, die mit offenen Dateien (z. B. unter Core Draw, QuarkXPress, Freehand gespeicherte Dateien) übermittelt werden. Zusammengehörende Dateien sind vom Auftraggeber in einem gemeinsamen Verzeichnis (Ordner) zu senden bzw. zu speichern. Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbzeugen hat der Auftraggeber gleichzeitig ein Farb-Proof und ein Proof bzw. Meseprotokoll mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Auftraggebers wegen etwaiger Farbabweichungen. Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Dateien mit Computerviren kann der Verlag löschen, ohne dass der Auftraggeber hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag behält sich zudem Ersatzansprüche vor, wenn die Computerviren beim Verlag weiteren Schaden verursachen. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Vorlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Vorlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückgesandt, andernfalls gehen sie in das Eigentum des Verlages über. Die Pflicht zur Aufbewahrung aller zugewandten Unterlagen endet drei Monate nach Veröffentlichung des jeweiligen Auftrags.

3 Kosten für die Anfertigung besteller Vorlagen, Filme oder Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber. 4 Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit des zurückgesandten Abzugs. Wird der Abzug nicht fristgemäß an den Verlag zurückgeschickt, so gilt die Genehmigung des Werbemittels als erteilt.

5 Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Werbemittelbogen. Kann ein Bogen nicht mehr beschafft werden, tritt an seine Stelle eine Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung des Werbemittels.

6 Die Aufmachung und Kennzeichnung redaktionell gestalteter Werbemittel ist rechtzeitig vor Erscheinen mit dem Verlag abzustimmen. Textentwürfen müssen sich schon durch ihre Grundschrift vom redaktionellen Teil unterscheiden. Der Verlag ist berechtigt, Werbemittel, die nicht als solche zu erkennen sind, deutlich als Werbung zu kennzeichnen.

7 Zuschüsse auf Chiffrenanzeigen werden bis vier Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige aufbewahrt und dem Auftraggeber auf normalem Postwege zugestellt (auch wenn es sich um Express- oder Einschreibesendungen handelt). Eine Gewähr für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Offerten übernimmt der Verlag jedoch nicht.

8 Die in der Preisliste ausgewiesenen Anzeigenschlüsse und Erscheinungstermine sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, diese kurzfristig nach dem Produktionsablauf entsprechend anzupassen.

9 Aufträge können nur rechtzeitig, spätestens zum Anzeigenschlusstermin, und schriftlich, per Telefax oder E-Mail gekündigt werden. Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, hat der Auftraggeber die

Anzeige zu bezahlen. Ansonsten kann der Verlag die Erstattung der bis zur Kündigung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen.

10 Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des Werbemittels verantwortlich. Er stellt den Verlag auf allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung des Werbemittels frei, einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverteidigung. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Werbemittel die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird der Verlag durch gerichtliche Entscheidung z. B. zum Abdruck einer Gegenstandssetzung oder Berichtigung aufgrund des geschalteten Werbemittels verpflichtet, hat der Auftraggeber diese Veröffentlichung nach der gültigen Preisliste zu bezahlen.

11 Werbemaßnahmen sind verpflichtet, sich in ihrem Abgängen, Verträgen und Abschreibungen gegenüber den Werbungsstrebenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewählte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kundennetto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelschlass. Die Vermittlungsprovision fällt nur bei Vermittlung von Aufträgen Dritter an. Sie wird nur auf vom Verlag anerkannte Werbemaßnahmen vergütet unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von dem Werbemaßnahmen erteilt wird, ihr die Beschaffung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt und eine Gewerbeanmeldung als Werbemaßnahmen vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbemaßnahmen abzulehnen, wenn Zweifel an der beruflichen Ausbildung der Agententätigkeit oder der Bonität der Werbemaßnahmen bestehen. Aufträge durch Werbemaßnahmen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbemaßnahmen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag daher im Zweifel mit dem Werbemaßnahmen zustande. Soll ein Werbungsbedürfnis Auftraggeber werden, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung des Werbungsstrebenden vereinbart werden. Der Verlag ist berechtigt, von dem Werbemaßnahmen einen Mandatsnachweis zu verlangen.

§4 Preise, Zahlungsbedingungen, Preisänderung

1 Der Preis für die Veröffentlichung eines Werbemittels richtet sich nach der im Zeitpunkt der Auftragserteilung gültigen Preisliste. Für redaktionell gestaltete Werbemittel, Belagen, Sondervorstellungen und Kollektive, sowie Werbemittel, die nach Anzeigenschluss in Auftrag gegeben werden, kann der Verlag die Preisliste abweichende Preise festlegen. Preisänderungen für erteilte Aufträge sind gegenüber Unternehmen wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preisänderung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preisänderung ausgeübt werden.

2 Die in der Preisliste bezeichneten Nachlässe werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahres geschalteten Werbemittel gewährt („Anzeigensjahr“). Wiederholungsanträge gehen nur innerhalb eines Anzeigensjahres. Die Frist beginnt mit der Schaltung des ersten Werbemittels, wenn nicht anders vereinbart.

3 Bei Erweiterung des Auftrags entsteht ein Anspruch auf rückwirkenden Rabatt, sofern der Grundantrag rabattfähig war. Der Anspruch verlischt, wenn er nicht spätestens einem Monat nach Ablauf des Anzeigensjahres geltend gemacht wird. Erreicht ein Auftrag nicht das vorhergesehene Auftragsvolumen, so wird der zu viel gewährte Preisnachlass nachträglich in Rechnung gestellt.

4 Auftragsrechnungen sind innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht anders vereinbart ist. Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weiteren Ausführungen des laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und Vorauszahlung verlangen. Bei fortgesetzter Verzögerung wird an den Zahlungskonten der Auftragsgeber in der Regel beschlagnahmt, auch wenn der Laufzeit eines Gesamtbeschlusses das Erscheinen weiterer Werbemittel abweichend von einem vereinbarten Zahlungsplan von einer Vorauszahlung und vom Ausgleich offener Rechnungen abhängig zu machen. Fehlerhafte Rechnungen können vom Verlag innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung korrigiert werden.

5 Sämtliche Preise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer in gesetzlicher Höhe am Tag der Rechnungsstellung. 6 Bei Aufträgen aus dem Ausland, die nicht mehrwertsteuerpflichtig sind, erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung. Der Verlag ist zur Nachberechnung der Mehrwertsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Steuerpflicht des Anzeigensauftrags bejaht.

7 Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Werbemittel ein Anspruch auf Preisminde- rung hergeleitet werden, wenn im Gesamtumschlagsschnitt die mit der ersten Schaltung bestimmten Anzeigensjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannten durchschnittliche Auflage oder – falls eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittliche verkaufte (falls keine verkaufte vorhanden, die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein Preisminde- rungspflichtiger Mangel, wenn eine Auflage um mindestens 20 v. H. unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminde- rungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber vom Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen des Werbemittels vom Vertrag zurücktreten konnte. Derartige Minderungsansprüche von Käufern als Auftraggeber verfallen 12 Monate nach Veröffentlichung des Werbemittels.

§5 Mängelgewährleistung

1 Für die Aufnahme von Werbemitteln in bestimmte Nummern oder Ausgaben oder an bestimmten Plätzen wird keine Gewähr geleistet.

2 Beachtet der Auftraggeber die Empfehlungen des Verlags zur Erstellung und Übermittlung von Vorlagen nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Veröffentlichung zu. Dies gilt auch, wenn er sonstige Regelungen dieser AGB oder der Preisliste nicht beachtet.

3 Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel muss der Auftraggeber spätestens ein Jahr nach Veröffentlichung der entsprechenden Druckschrift reklamieren. Bei fehlerhafter Wiedergabe des Werbemittels – trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Vorlagen und rechtzeitiger Reklamation – kann der Auftraggeber eine einwandsfreie Ersatzschaltung (Nachschaltung) verlangen, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Anspruch auf Nachschaltung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßig hohen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, ohne die Nachschaltung, ist der Auftraggeber nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsminde- rung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei unversenkelbaren Mängeln ist der Rücktritt ausgeschlossen.

Gewährleistungsansprüche von Käufern verfallen 12 Monate nach Veröffentlichung des Werbemittels.

4 Sind Mängel bei den Vorlagen nicht sofort, sondern erst bei der Verarbeitung erkennbar, so hat der Auftraggeber dadurch entstehende Mehrkosten oder Verluste bei der Herstellung zu tragen. Sind Mängel bei den Vorlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht rechtzeitig vor Veröffentlichung der nachfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

5 Für vom Auftraggeber bereitgestelltes Material (Einhefter, Belagen etc.) übernimmt der Verlag keine Gewähr für die Richtigkeit der als geliefert bezeichneten Mengen oder Qualitäten.

§6 Haftung

1 Schadensersatzansprüche des Auftraggebers gegen den Verlag, gleich aus welchem Rechtsgrund, sind ausgeschlossen, insbesondere Ansprüche wegen Verzugs, der Verletzung vertraglicher Pflichten oder gewerblicher Schutzrechte Dritter sowie aus unerlaubter Handlung. Dies gilt nicht, wenn der Verlag, seine Vertreter oder seine Erfüllungsgehilfen vorsätzlich oder grob fahrlässig handeln oder leicht fahrlässig eine Vertragspflicht verletzen, die für die Erreichung des Vertragszwecks wesentlich ist, oder sich die Schadensersatzansprüche aus einer Beschaffenheitsgarantie ergeben. Haftung der Verlag dem Grunde nach, ist der Schadensersatzanspruch auf den vorhersehbaren Schaden begrenzt. Diese Haftungsbeschränkung gilt nicht, wenn der Schaden durch vorsätzliches oder grob fahrlässiges Handeln des Verlags, seiner Vertreter oder Erfüllungsgehilfen verursacht wurde oder nach dem Produkthaftungsgesetz begründet ist oder sich aus der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit ergibt. Soweit die Haftung des Verlags ausgeschlossen ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Mitarbeiter, Vertreter, Organe und Erfüllungsgehilfen. Alle Schadensersatzansprüche gegen den Verlag verfallen in zwölf Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von dem Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen.

2 Der Verlag wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Verlag unverschuldeten Arbeitskampfausfällen von der Verpflichtung zur Auftragserteilung frei; Schadensersatzansprüche bestehen deswegen nicht.

§7 Rechteinräumung

Der Auftraggeber garantiert, dass er alle zur Schaltung, Veröffentlichung und Verbreitung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Er räumt dem Verlag für die zweckgemäße Nutzung des Werbemittels in den jeweiligen Werbeträgern erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungs- und sonstigen Rechte ein, insbesondere die jeweils erforderlichen Rechte zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Bearbeitung, zu öffentlichem Zugänglichmachen, Einsetzen in eine Datenbank, Entnahme aus einer Datenbank und Weiterleiten zum Abruf, und zwar zeitlich, räumlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgemerkte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt eingeräumt und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie in allen bekannten Formen von Werbeträgern.

§8 Speicherung von Auftragsdaten

Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die Auftragsdaten mithilfe der elektronischen Datenverarbeitung nach den gesetzlichen Bestimmungen der EU-Datenschutz-Grundverordnung (EU-DSGVO). Unsere aktuelle Datenschutzerklärung finden Sie unter www.pflaum.de/datenschutz.

§9 Erfüllungsort, Gerichtsstand

Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts und unter Ausschluss von Kollisionsrecht. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlags. Gerichtsstand für Klagen gegen Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliche Sondervermögen ist der Sitz des Verlags.

Stand: Oktober 2018

NOTIZEN

NOTIZEN

NOTIZEN



Publikationen des Pflaum Verlags



ZEITSCHRIFT
FÜR PHYSIO
THERAPEUTEN



Zeitschrift für Physiotherapeuten



shape UP



NATURMEDIZIN

