Fachjournalist

Fachjournalismus, Fach-PR & Fachmedien

MEDIADATEN 2012

Deutscher Fachjournalisten Verband

Fachjournalist

Fachjournalismus, Fach-PR & Fachmedien

Zugeschnitten auf die speziellen Anforderungen der Zielgruppe, präsentiert der Fachjournalist vierteljährlich theoretisch fundiertes und praxisnahes Wissen aus den Bereichen Fachjournalismus, Fach-PR, Fachmedien und Presserecht sowie Rezensionen aktueller Fachbücher.

Die Zeitschrift erhalten alle Mitglieder des Deutschen Fachjournalisten-Verbandes, darüber hinaus Hochschulbibliotheken und Journalismus-Lehrstühle, Abonnenten in Redaktionen, Agenturen, Unternehmen, Verbänden und Pressestellen.

Deutscher
Fachjournalisten
Verband

Fachjournalist

Fachjournalismus, Fach-PR & Fachmedien

Die Leser

- Fachjournalisten
- Referenten aus der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von Unternehmen, Verbänden und aus der Politik.
- Hochschulpersonal und Studenten an Journalistiklehrstühlen, medien- und kommunikationswissenschaftlichen Studiengängen.

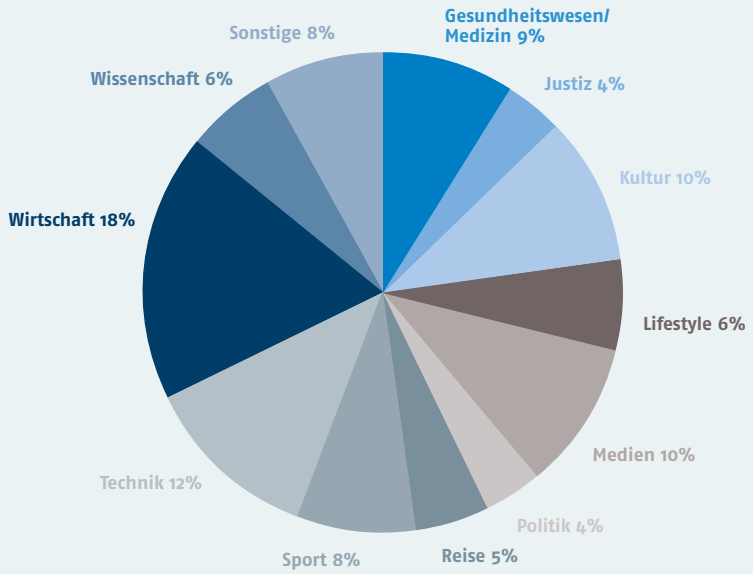
Die bisher im FACHJOURNALIST erschienenen Artikel können kostenfrei im Online-Archiv eingesehen werden. Alle seit dem Relaunch der Zeitschrift im Juli 2010 erschienenen Gesamtausgaben sind zudem als E-Paper abrufbar. Diese und weitere Informationen zu den Autoren und zur Redaktion des FACHJOURNALIST erhalten Sie unter **www.fachjournalist.de.** Hier können Sie jederzeit gerne ein Probeexemplar anfordern.

Deutscher
Fachjournalisten
Verband

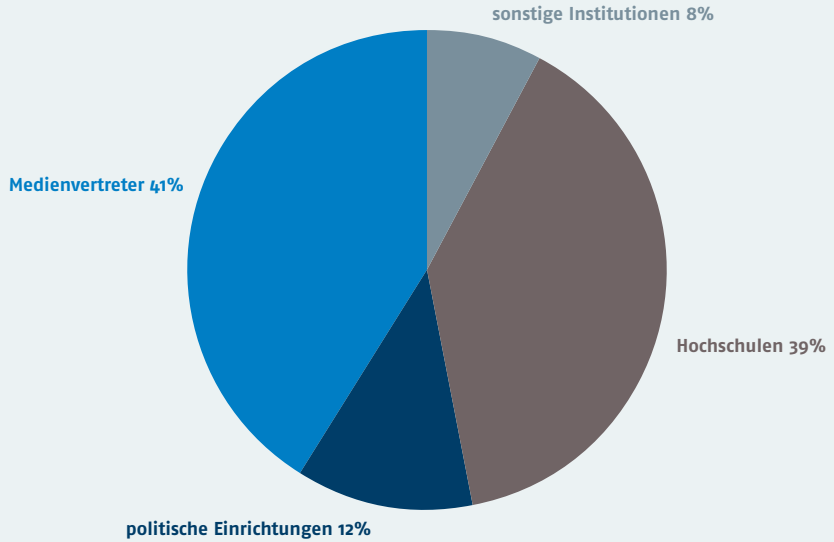
Fachjournalist

Fachjournalismus, Fach-PR & Fachmedien

Informationen zur Leserstruktur



Leserstruktur (Mitglieder des DFJV) nach Fachrichtungen.
Basis: Ressortangaben der Mitglieder des Deutschen Fachjournalisten-Verbandes, Stand: November 2011



Leserstruktur (Freistücke) Stand: November 2011

Deutscher
Fachjournalisten
Verband

Fachjournalist

Fachjournalismus, Fach-PR & Fachmedien

Kontaktdaten

Herausgeber/Verlag
DFJV
Deutscher Fachjournalisten-Verband AG
Hegelplatz 1
10117 Berlin
Tel. 030 / 81 00 36 88 0
Fax 030 / 81 00 36 88 9
info@dfjv.de
www.dfjv.de

Anzeigen

anzeigen@dfjv.de

Technische Daten

Erscheinungsweise
vierteljährlich: Anfang Januar, April, Juli und Oktober

Anzeigenschluss
jeweils der 1. des Vormonats

Auflage
verbreitete Auflage: 12.248
(Stand 2. Quartal 2011)

Angeschlossen der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitungvon Werbeträgern (IVW)

Druckverfahren
- Bogenoffset, Euroskala

Druckunterlagen

Litho, positiv und seitenverkehrt bis 60er Raster;

- Dateien: EPS oder TIF, mind. 300 dpi
- Schnittkante umlaufend 5 mm
- CD-ROM, ZIP10
- anzeigen@dfjv.de

Deutscher **Fachjournalisten** Verband

Fachjournalist

Fachjournalismus, Fach-PR & Fachmedien

Anzeigenformate und Preise für Imageanzeigen (nur 4c)

Format		Breite x Höhe (mm)	Preis 4c	Umschlagseiten
2/1 Seiten		420 x 297	3.200 Euro	2.200 Euro
1/1 Seite		210 x 297	1.800 Euro	
1/2 Seite		100 x 297 (hoch)	1.000 Euro	
210 x 148 (quer)		1.000 Euro		

Format: DIN A4; Beschnittzugabe allseitig 5 mm; Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer
Zahlungsbedingungen: binnen 10 Tagen: 2% Skonto; binnen 30 Tagen: ohne Abzug

Beileger: Preise auf Anfrage
Agentur-Provision: 15% (nicht auf Beileger)

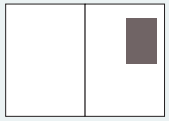
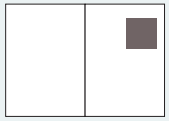
Deutscher
Fachjournalisten
Verband

Fachjournalist

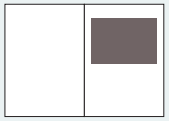
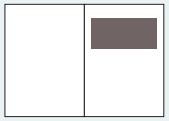
Fachjournalismus, Fach-PR & Fachmedien

Anzeigenformate und Preise für Personalanzeigen (nur 4c)

3-spaltig (84 mm Anzeigenbreite)

Breite x Höhe (mm)		Preis 4c
84 x 243		639 Euro
84 x 120		318 Euro
84 x 81		213 Euro

6-spaltig (173 mm Anzeigenbreite)

Breite x Höhe (mm)		Preis 4c
173 x 243		1065 Euro
173 x 120		583 Euro
173 x 81		390 Euro

Deutscher
Fachjournalisten
Verband

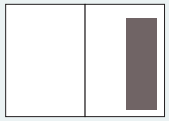
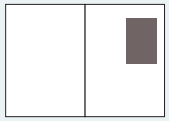
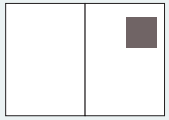
Fachjournalist

Fachjournalismus, Fach-PR & Fachmedien

Anzeigenformate und Preise für Pressestellenanzeigen (nur 4c)

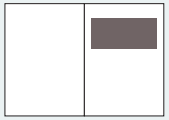
3-spaltig (84 mm Anzeigenbreite)

bei viermaliger Schaltung (Preis je Erscheinen)

Breite x Höhe (mm)		Preis 4c
84 x 243		486 Euro
84 x 120		233 Euro
84 x 81		156 Euro

6-spaltig (173 mm Anzeigenbreite)

bei viermaliger Schaltung (Preis je Erscheinen)

Breite x Höhe (mm)		Preis 4c
173 x 243		973 Euro
173 x 120		466 Euro
173 x 81		312 Euro

Die Berechnung erfolgt bei Erscheinen der ersten Anzeige für alle vier Schaltungen.
Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Deutscher **Fachjournalisten** Verband

Fachjournalist

Fachjournalismus, Fach-PR & Fachmedien

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Ziffer 1: „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstiger Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

Ziffer 2: Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb von sechs Monaten 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.

Ziffer 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.

Ziffer 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.

Ziffer 5: Betrifft Textteilanzeigen. Für Zeitschriften nicht zutreffend.

Ziffer 6: Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, 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.

Ziffer 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 mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

Ziffer 8: Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge sowie einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gefertigten Grundsätzen des Verlages 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. 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 Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

Ziffer 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 die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

Ziffer 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 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 Leis-tung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgeld. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zu Höhe des betreffenden Anzeigenentgeltes beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

Ziffer 11: Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch 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 Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

Ziffer 12: Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

Ziffer 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 Voraussetzung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

Ziffer14: Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen laut Preisliste sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Aus-führung 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 machen.

Ziffer 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.

Ziffer 16: Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

Ziffer 17: Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn die durchschnittliche Auflage der belegten Ausgaben, innerhalb des Kalenderjahres für das die Preisliste gültig ist, die in der Preisliste genannte Auflage unterschreitet. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplare 20 v. H. / bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplare 15 v. H. / bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplare 10 v. H. / bei einer Auflage über 500.000 Exemplare 5 v. H. / beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungs-ansprüche 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.

Ziffer 18: Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordent-lichen 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 Zeit nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet. 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 Format DIN-A4 überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren / Kosten übernimmt.

Ziffer 19: Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthaltsort aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Zusätzliche Bedingungen des Verlages

a) Die allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beihefter oder technische Sonderausführungen.

b) Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden. Die ist jedoch unzutreffend, wenn Sondervereinbarungen zwischen Verlag und Werbungsmittler bzw. Werbeagentur vorliegen.

c) Sofern nicht ausdrücklich eine andere schriftliche Vereinbarung getroffen ist, treten neue Tarife bei Preisanpassungen auch für laufende Aufträge sofort in Kraft.

d) Wenn für konzernangehörige Firmen die gemeinsame Rabattierung beansprucht wird, ist die schriftliche Bestätigung für eine Kapitalbeteiligung von mindestens 50 % erforderlich.

e) Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungtreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.

f) 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 Auftrags, 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. Erscheinen stornierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu. Der Verlag ist berechtigt, Werbung für Arznei- und Heilmittel von einer schriftlichen Zusicherung des Vertriebsleiters oder sonst dafür Verantwortlichen über die rechtliche Zulässigkeit abhängig zu machen und / oder auf Kosten des Auftraggebers die Werbevorlage von einer sachverständigen Stelle auf die rechtliche Zulässigkeit überprüfen zu lassen.

g) Nach Anzeigenschluss sind Sistierungen, Änderungen von Größen, Formaten und der Wechsel von Farben nicht mehr möglich. Bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen oder fernmündlich erteilten Korrekturen haftet der Verlag nicht für die Richtigkeit der Wiedergabe.

h) Der Verlag übernimmt keine Gewähr, wenn durch eine verspätete Anlieferung der Druckunterlagen vereinbarte Platzierungen nicht eingehalten werden können und eine Minderung der Druckqualität eintritt.

i) Für Druckunterlagen jeglicher Art erlischt nach acht Wochen die Aufbewahrungspflicht, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist.

j) Bei Anlieferung fertiger Filmsätze gelten für die technische Abwicklung besondere Bedingungen. Hierüber informiert der Verlag auf Anfrage.

k) Aufträge für Gelegenheitsanzeigen können aus zeitlichen Gründen nicht bestätigt werden.

l) 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 Verbindlichkeit bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80 % der Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte Auflage zur tatsächlichen Auflage steht. Es erlischt jede Verpflichtung des Verlages auf Erfüllung von Aufträgen und Leistungen von Schadenersatz, insbesondere wird auch kein Schadenersatz für nicht veröffentlichte oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen geleistet.