



## Inhalt

- 2 Titelporträt
- 4 Anzeigen-Preisliste
- 5 Formatübersicht  
Termine
- 6 Verlags-Angaben  
Digitale Druckunterlagen
- 7 Zustellung/Rotation
- 8 Sonderwerbeformen
- 10 PR-Seiten
- 11 Geschäftsbedingungen
- 12 Ansprechpartner





Die Themen lenken die Aufmerksamkeit auf das vielfältige Angebot im Anzeigenteil. **Haus & Markt** ist das einzige Hausbesitzer-Magazin in Deutschland, das den Kreis zwischen Herstellern, Groß- und Einzelhändlern, Fachbetrieben und Endverbrauchern schließt: Nationale Anbieter und (Marken-)Hersteller aus allen Bereichen inserieren zusammen mit regionalen Händlern, Handwerkern und Fachbetrieben. Dort können sich die Leser vor Ort über die Produkte und Leistungen informieren. Denn individuelle Kundenberatung ist oftmals ausschlaggebend für die Kaufentscheidung. Diese konkrete Nachfrage der Leser beim Hersteller, Handel und Fachbetrieb ist unser Erfolgskonzept.

**Haus & Markt** gibt es in folgenden regionalen Erscheinungsräumen: Bremen, Düsseldorf, Dresden, Essen, Fulda/Osthessen, Halle/Dessau, Leipzig, Hannover, Magdeburg, Osnabrück, Dortmund und Bielefeld.



Foto: Heckmann GmbH



# Nutzen Sie diese starke Basis für Ihren Werbeerfolg!

## Anzeigen-Preisliste

Nr. 20 – gültig ab 1.1.2012

Ausgabe Großraum Hannover  
34. Jahrgang

### Anzeigenpreise s/w

Format	S/W-Preis (Ortspreis) €	4-Farb-Preis (Ortspreis) €
2/1 Seite. . . . .	3 500,-	4 725,00
1/1 Seite . . . . .	2 900,-	3 915,00
1/2 Seite quer . . . . .	1 600,-	2 160,00
1/2 Seite hoch . . . . .	1 600,-	2 160,00
1/4 Seite Eck . . . . .	850,-	1 147,50
1/4 Seite hoch . . . . .	850,-	1 147,50
1/4 Seite quer. . . . .	850,-	1 147,50
1/8 Seite hoch . . . . .	425,-	573,75
1/8 Seite quer 4-spaltig. . . . .	425,-	573,75
1/8 Seite quer 2-spaltig. . . . .	425,-	573,75

### Über Agentur

(Grundpreis) . . . . . + 15% Aufschlag

### mm-Preise

für Nicht-Formatanzeigen Spaltenbreite 43 mm	Ortspreis €	Grundpreis (über Agentur) €
s/w . . . . .	3,30	3,88
2-farbig . . . . .	3,80	4,46
3-farbig . . . . .	4,13	4,85
4-farbig . . . . .	4,46	5,24

### Malstaffel

3 Ausgaben	3 %	6 Ausgaben	5 %
9 Ausgaben	10 %	12 Ausgaben	15 %

### Sonderplatzierungen 4c

	Ortspreis €	Grundpreis (über Agentur) €
Titelseitenfeld	800,00	941,18
2. Umschlagseite	1/1 4 350,00	5 117,65
4. Umschlagseite	1/1 4 700,00	5 529,41

### Beilagen

Gewicht bis 20 g, Höchstformat 205 x 290 mm  
bei Belegung einer Auflage von

	Ortspreis €	Grundpreis (über Agentur) €
76.500 Preis per Tsd.	76,00	91,00
60 000	82,00	98,00
40 000	89,00	105,00
20 000	95,00	112,00

jede weiteren angefangenen 10 g 8,00 | 10,00  
(nicht rabattierfähig)

### Versandanschrift für Beilagen/Beihefter:

CW Niemeyer Druck GmbH  
Böcklerstraße 13  
31789 Hameln  
Anlieferungszeiten: Montag–Freitag, 8:00 bis 15:00 Uhr  
Liefervermerk: Haus+Markt – Hannover, Ausgabe ...  
Lieferung frei Druckerei  
Anlieferung 14 Tage vor Erscheinen

Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.


# Termine



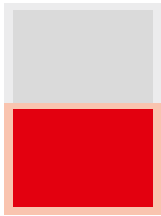
Heftformat: 210 × 297 mm

S = Formate für Anzeigen im Satzspiegel,  
Breite × Höhe in mm

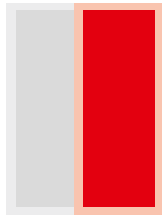
A = Formate für angeschnittene Anzeigen,  
Breite × Höhe in mm,  
inkl. Beschnittzugabe (3 mm je Beschnittkante)

 Anschnittkanten =  
Anzeigenformat über den Satzspiegel hinaus

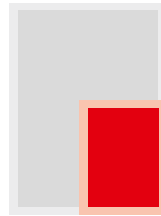
1/1-Seite  
S: 188 × 272  
A: 216 × 303



1/2-Seite quer  
S: 188 × 134  
A: 216 × 154



1/2-Seite hoch  
S: 92 × 272  
A: 106 × 303



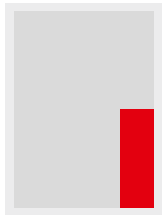
1/4-Seite Eck  
S: 92 × 134  
A: 106 × 154



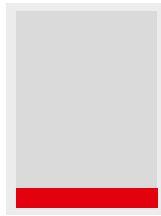
1/4-Seite hoch  
S: 44 × 272  
A: 58 × 303



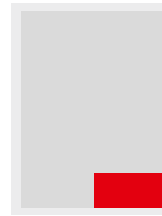
1/4-Seite quer  
S: 188 × 65  
A: 216 × 85



1/8-Seite hoch  
S: 44 × 134



1/8-Seite quer  
S: 188 × 31



1/8-Seite quer  
S: 92 × 65

## Termine 2012

Monat	Anzeigenschluss	Erscheinungstermin
Januar	03.01.12	17.01.12
Februar	26.01.12	09.02.12
März	23.02.12	08.03.12
April	27.03.12	12.04.12
Mai	25.04.12	10.05.12
Juni	23.05.12	07.06.12
Juli	28.06.12	12.07.12
August	26.07.12	09.08.12
September	23.08.12	06.09.12
Oktober	20.09.12	05.10.12
November	25.10.12	08.11.12
Dezember	22.11.12	06.12.12
Januar 2013	03.01.13	17.01.13

# Verlags-Angaben

**Zielgruppe:** Besitzer von Ein- und Zweifamilienhäusern und Bauherren (HHE-Schichten A + B)

**Heftformat:** DIN A4 (210 mm breit x 297 mm hoch)

**Satzspiegel:** 188 mm breit x 272 mm hoch

**Papier:** Umschlag 135 g, Inhalt 70 g My Brite

**Erscheinungsweise:** monatlich

**Erscheinungstermin:** ca. 10 Tage nach Monatsbeginn

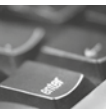
**Anzeigenschluss/Druckunterlagenschluss:** ca. 20. des Vormonats

**Erscheinungsort:** **Großraum Hannover**

**Auflage:** 76 500 Exemplare

**Vertrieb:** Direktvertrieb durch Zeitungszusteller, an Abonnenten durch Postzeitschriftenvertrieb und regionale Belegung von Lesezirkeln

**Verlag:** Verlagsgesellschaft Haus und Markt mbH, Hans-Böckler-Allee 7, 30173 Hannover, Telefon 0511 8550-0, Telefax 0511 8550-2420, [www.hausundmarkt.de](http://www.hausundmarkt.de), [info@hausundmarkt.de](mailto:info@hausundmarkt.de)



## Digitale Druckunterlagen

### 1. Zeitschriftenformat

210 mm breit x 297 mm hoch, DIN A 4  
unbeschnitten: 216 mm breit x 303 mm hoch

#### Satzspiegel

188 mm breit x 272 mm hoch  
4 Spalten = Spaltenbreite 44 mm  
3 Spalten = Spaltenbreite 60 mm

### 2. Druck- und Bindeverfahren

Rollenoffsetdruck, Rückendrahtheftung

### 3. Datenübermittlung und Kontakt

E-Mail: [anzeigendaten-ha@hausundmarkt.de](mailto:anzeigendaten-ha@hausundmarkt.de)

FTP-Verbindung gern auf Anfrage

Bei Rückfragen: Telefon 0511 8550-2549, Telefax 0511 8550-2401

Bitte nennen Sie bei der Datenübermittlung *Zeitschrift\_Ausgabe\_Inserent* und senden parallel die genauen Auftragsdaten sowie einen schrift- und standverbindlichen Ausdruck der Anzeigen.

### 4. Datenformate

Wir empfehlen die Anlieferung von PDF/X-3 Daten. Offene Daten (z.B. InDesign, QuarkXpress, usw.) sind zu vermeiden. Mindestens muss die Datei druckfähig sein, d.h. alle verwendeten Schriften sind einzubetten. Halbtonbilder benötigen eine Auflösung von 300 dpi, Strichbilder mindestens 600 dpi.

### 5. Farben

Druckfarben (CMYK) nach ISO 12647-2 (PSO). Zur Konvertierung und Kontrolle des Farbraums (ICC-Color Management) wird speziell auf die Standard-Offsetprofile der ECI verwiesen (kostenloser Bezug des Pakets „ECI\_Offset\_2009“ bei [www.eci.org](http://www.eci.org)).

### 6. Proof

Farbverbindliches Proof nach „Medienstandard Druck“ (bvdm). Digital erstellte Prüfdrucke müssen zur Kontrolle der Farbverbindlichkeit den FOGRA Medienkeil enthalten (kostenpflichtig zu beziehen bei [www.fogra.org](http://www.fogra.org)). Andrucke müssen einen offiziellen Druckkontrollstreifen aufweisen. Papierklassen für Referenzproofs bitte erfragen.

### 7. Datenarchivierung

Daten werden archiviert, unveränderte Wiederholungen sind deshalb in der Regel möglich. Eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.

### 8. Gewährleistung

Bei Anlieferung von unvollständigen oder abweichenden Daten (Texte, Farben, Abbildungen) übernehmen wir keine Haftung für das Druckergebnis. Fehlbildungen aufgrund von unvollständigen oder fehlerhaften Dateien, falschen Einstellungen oder unvollständigen Angaben werden berechnet. Dies gilt auch für zusätzliche Satz- oder Reparaturarbeiten sowie für die Erstellung fehlerhafter Proofs.

## Über 76 500 Ein- und Zweifamilienhausbesitzer / monatlich

Ihre 1A-Zielgruppe in der Region Hannover erhalten Haus &amp; Markt monatlich in den Briefkasten:

- Ein- oder Zweifamilienhausbesitzer
- überdurchschnittlich hohe Kaufkraft
- nur Immobilien älteren Baujahrs (Modernisierungsbedarf)
- solventer Mittelstand

## Hannover – Stadt

Ort/Stadtteil	Stück
Ahlem	547
Anderten	632
Bemerode	782
Bothfeld	403
Burg	123
Davenstedt	281
Döhren	878
Groß Buchholz	412
Hainholz	755
Heideviertel	308
Herrenhausen	502
Kirchrode	1 152
Kleefeld	187
Ledeburg	413
List	595
Marienwerder	230
Misburg	702
Mittelfeld	235
Nordstadt	212

## Hannover – Stadt

Ort/Stadtteil	Stück
Oberrieklingen	685
Ricklingen	244
Sahlkamp	1 178
Stöcken	165
Südstadt	1 429
Vahrenheide	552
Waldheim	880
Wettbergen	563
Wülferode	478
Zoo	360
<b>Gesamt</b>	<b>15 883</b>

## Hannover – Nord/Ost

Ort/Stadtteil	Stück
Burgdorf	2 583
Burgwedel	1 771
Isernhagen	2 233
Langenhagen	3 249
Lehrte	2 220
Sehnde	1 470
Wedemark	1 814
<b>Gesamt</b>	<b>15 340</b>
<b>Hannover – Süd</b>	
Ort/Stadtteil	
Barsinghausen	1 762
Gehrden	2 003
Hemmingen	2 002
Laatzten	4 190
Pattensen	1 190
Ronnenberg	1 709
Springe	2 171
Wennigsen	1 100
<b>Gesamt</b>	<b>16 127</b>

## Hannover – Nord/West

Ort/Stadtteil	Stück
Garbsen	4 850
Neustadt	2 723
Seelze	2 317
Wunstorf	3 936
<b>Gesamt</b>	<b>13 826</b>
<b>Sarstedt</b>	
Ort/Stadtteil	Stück
Sarstedt	4 979
<b>Gesamt</b>	<b>4 979</b>
<b>Sonstige</b>	
Abonnenten	4 333
Lesezirkel	3 500
Auslagen	2 118
Archiv/Belege	394
<b>Gesamt</b>	<b>10 345</b>

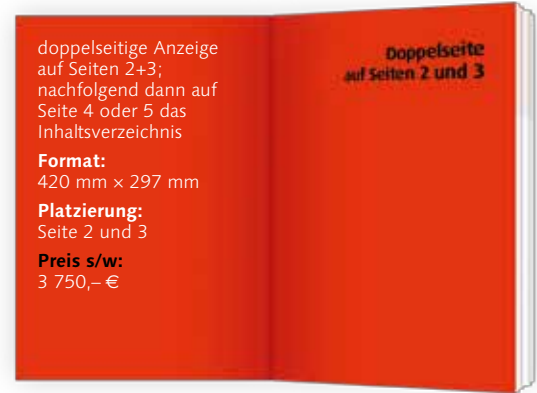


inkl. Drucken und Aufkleben der Postkarte sowie 1/1-seitiger Trägeranzeige

**Format:**  
148 mm × 105 mm (Postkarte)

**Platzierung:**  
auf einer rechten Seite im vorderen Heftteil

**Preis:**  
4 500,- € bei 76 500 Stück



doppelseitige Anzeige auf Seiten 2+3; nachfolgend dann auf Seite 4 oder 5 das Inhaltsverzeichnis

**Format:**  
420 mm × 297 mm

**Platzierung:**  
Seite 2 und 3

**Preis s/w:**  
3 750,- €

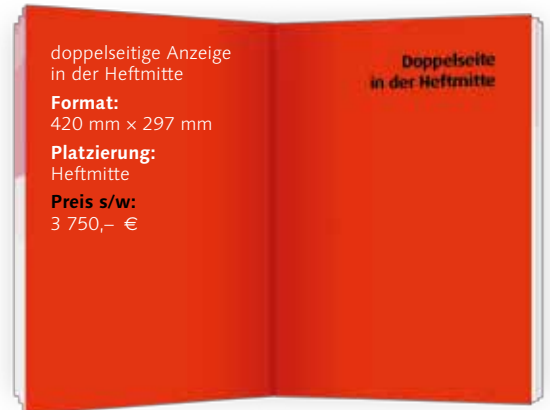


Mittelhefter oder Doppelkontakthefter; 4 Seiten für Angebote, Informationen, etc.; Beihefter wird vom Kunden angeliefert!

**Format:**  
420 mm × 297 mm

**Platzierung:**  
Aufgrund der Rückendrahtheftung Platzierung zwischen zwei Bogen oder in der Heftmitte möglich

**Preis:**  
2 500,- € bei 76 500 Stück



doppelseitige Anzeige in der Heftmitte

**Format:**  
420 mm × 297 mm

**Platzierung:**  
Heftmitte

**Preis s/w:**  
3 750,- €



Aufklappbar auf  
2. Umschlagseite  
bestehend aus 3 Seiten  
(1 Seite außen  
(= 2. Umschlagseite)  
und 2 Seiten innen)

**Format:**  
210 mm × 297 mm (innen)  
205 mm × 297 mm (außen)

**Preis:**  
4 950,- €



neutrales Produktfoto  
ohne Werbung

**Format:**  
213 mm × 150 mm  
(einschließlich  
3 mm Anschnitt links)

**Platzierung:**  
1. Umschlagseite  
**Preis:** 3 000,- €



Aufklappbar auf  
3. Umschlagseite  
bestehend aus 3 Seiten  
(1 Seite außen (= 3.U)  
und 2 Seiten innen)

**Format:**  
210 mm × 297 mm (innen)  
205 mm × 297 mm (außen)

**Preis:**  
4 500,- €

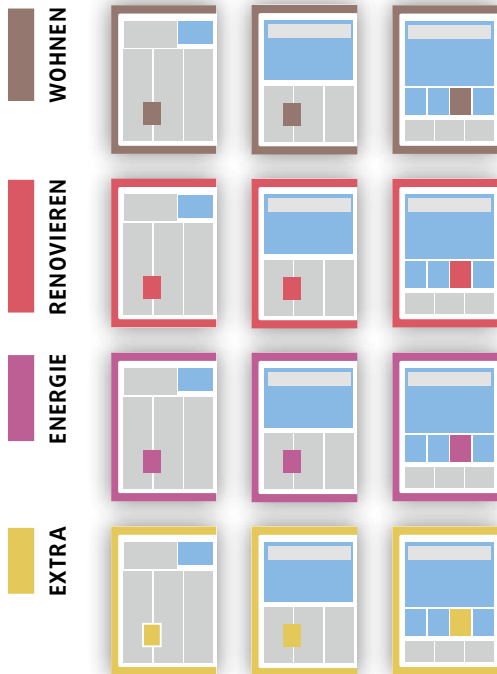


**Bezugsquellen**

Mindest-**Format:** 92 mm × 20 mm

**Preis:** 100,- €

Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

**Formate:**

Neben der klassischen 1/1-Seite können Sie PR-Seiten auch als eine Doppelseite oder eine halbe Seite buchen.

**Preise:**

halbe Seite: 1 600,- €

ganze Seite: 2 900,- €

Doppelseite: 3 500,- €

**← Ins redaktionelle Umfeld eingebettet:**

Ihre PR-Seite wird in der jeweiligen Rubrik in unser Farbleitsystem einbezogen. Sie ist durch diese thematische und grafische Klammer optimal platziert.

Text und Fotos werden vom Kunden nach Verlagsvorgaben geliefert.

**Der Blickfang →**

Die Seite bietet Platz für eine besondere Hervorhebung.

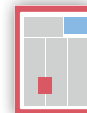
Nutzen Sie diesen Raum für Hinweise auf Angebote, Messen oder präsentieren Sie hier Ihr Firmenlogo.



Textseite:

Ihr PR-Text mit hohem Informationsgehalt, kleiner Abbildung und dem Blickfang.

Text: 5 500 Anschläge  
Bildfläche: 30 mm<sup>2</sup>



Text-Bildseite:

Ihr PR-Text mit großem Aufmacherfoto, viel Platz für Text und dem Blickfang.

Text: 3 200 Anschläge  
Bildfläche: 180 mm<sup>2</sup>



Bildseite:

Ihr PR-Text mit großem Aufmacherfoto, weiteren Fotos, einem kurzen Text und dem Blickfang.

Text: 1 300 Anschläge  
Bildfläche: 300 mm<sup>2</sup>



# Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in der Zeitschrift „Haus & Markt“

Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind Vertragsbestandteil des zwischen Verlagsgesellschaft Haus & Markt mbH (Verlag genannt) und einem Werbetreibenden oder sonstigen Inserenten (Auftraggeber genannt) geschlossenen Vertrages über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder Beilagen sowie anderer Werbeformen (nachfolgend allgemein Werbemittel genannt) in der Zeitschrift „Haus & Markt“ zum Zwecke der Verbreitung.

1. Aufträge gelten erst dann als angenommen, wenn sie schriftlich durch den Verlag bestätigt worden sind.
2. Die Werbeagenturen und Werbemittel sind zahlungspflichtige Auftraggeber, sofern sie die Agenturprovisionen in Anspruch nehmen. Sie sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Agenturkunden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Agenturprovision darf an die Agenturkunden weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
3. Bei Auftragserteilung über Werbeagenturen oder Werbemittel erfolgt die Annahme und Berechnung zu den jeweiligen Agenturpreisen. Beansprucht eine Agentur den Kundenpreis, so kann darauf keine Mittlervergütung gewährt werden.
4. Ist der Auftraggeber eine Agentur, so bezieht sich der jeweilige Auftrag auf einen Kunden der Agentur und darf nicht gleichzeitig Werbung anderer Agenturkunden enthalten.
5. Ist kein Erscheinungstermin vereinbart, sind vereinbarte Werbemittel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses über mehrere Anzeigen das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen bzw. anderer Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern diese innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
6. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, 40 % des Insertionspreises als Stornogebühr dem Verlag zu erstatten. Dem Auftraggeber bleibt der Nachweis vorbehalten, dass kein oder nur ein geringer Schaden entstanden sei. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
7. Anzeigen und Beilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen einer Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig vor dem entsprechenden Anzeigenschluss beim Verlag eingehen, dass man den Auftraggeber gegebenenfalls noch vor dem Anzeigenschluss über eine nicht wunschgemäße Berücksichtigung benachrichtigen kann. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies einer ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
8. Sammelwerbung bedarf in jedem Fall der schriftlichen Zustimmung des Verlages, der diese ohne Angabe von Gründen versagen kann.
9. Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
10. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber ist selbst für die Inhalte der bestellten Veröffentlichungen und für alle gemachten Angaben verantwortlich. Es ist ausschließlich Sache des Auftraggebers, Wettbewerbs-, marken-, urheber- oder namensrechtliche Fragen bzgl. der Preisangaben bei Premium-Dienste-Rufnummern vor Erteilung des Auftrages von sich aus zu klären. Werden Mehrwert-Rufnummern in Werbeanzeigen veröffentlicht, verpflichtet sich der Auftraggeber die Pflichtangaben zu den Preisen gemäß TKG einzuhalten und zu veröffentlichten. Es dürfen keine Werbeanzeigen mit rechts- oder sittenwidrigen Inhalten angeboten werden, insbesondere keine Werbung veröffentlicht werden, die i. S. d. § 131 StGB zum Rassenhass aufzacheln, Gewalt verherrlichen oder verharmlosen, sexuell anstößig sind, i. S. d. § 184 StGB pornographisch sind, den Krieg verherrlichen oder verharmlosen, geeignet sind, Kinder oder Jugendliche sittlich schwer zu gefährden oder in ihrem Wohl zu beeinträchtigen oder auf Angebote mit solchem Inhalt hinzuweisen. Der Verlag übernimmt keine Gewähr für den Inhalt, insbesondere für den Wahrheitsgehalt der bestellten Werbung. Im Falle der Inanspruchnahme durch Dritte, die ihre Ansprüche im Zusammenhang mit den veröffentlichten Inhalten gegen den Verlag machen, haftet allein der Auftraggeber, der den Verlag von allen diesbezüglichen Ansprüchen Dritter freistellt.
11. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen des Vertrages – und Beilagenaufträge sowie Aufträge für Durchhefter und Einkleber wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden.

- Anzeigen, Beilagen-, Durchhefter- und Einkleberaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines entsprechenden Müsters und dessen Billigung durch den Verlag bindend. Anzeigen, Beilagen, Durchhefter und Einkleber, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken könnten, werden vom Verlag als Werbung gekennzeichnet. Sie dürfen auch keine Fremdanzeigen enthalten. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
12. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckerunterlagen oder anderer Werbeformen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckerunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den besagten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckerunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
  13. Änderungsmitteilungen hinsichtlich der zu veröffentlichenden Inhalte müssen schriftlich erfolgen.
  14. Bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen, Termin- und Ausgabenänderungen, Textkorrekturen und Abbestellungen übernimmt der Verlag für Übermittlungsfehler jeder Art keine Haftung.
  15. 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 Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.
  16. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Preisberechnung zugrunde gelegt.
  17. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige zum dem Verlag nächstmöglichen Zeitpunkt. Beides aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde und soweit der Abdruck einer Ersatzanzeige dem Verlag zumutbar ist. Lässt der Verlag eine ihm dafür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages.
  18. Wegen Verletzung vertraglicher und außervertraglicher Pflichten, insbesondere wegen Unmöglichkeit, Verzug, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlungen haftet der Verlag – auch für seine leitenden Angestellten und sonstigen Erfüllungsgehilfen – nur in Fällen des Vorsatzes und der groben Fahrlässigkeit, und zwar der Höhe nach beschränkt auf den bei Vertragsschluss voraussehbaren vertragstypischen Schaden. Diese Haftungsbegrenzung gilt nicht bei schuldhaftem Verstoß gegen wesentliche Vertragspflichten, soweit dadurch die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet wird, für Schäden an Leben, Körper oder Gesundheit wegen einer von dem Verlag zu vertretenden Pflichtverletzung.
  18. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung innerhalb von 14 Tagen nach Veröffentlichung der Anzeige bzw. eines anderen bestellten Werbemittels, 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.
  19. 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 Anzeigenschlusses 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.
  20. Der Auftraggeber hat rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Auftrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Der Anspruch auf rückwirkenden Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb eines Monats nach Ablauf der Jahresfrist gelten gemacht wird.
  21. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch des Auftraggebers einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschaffen werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
  22. Druckerunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
  23. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckerunterlagen sowie für den Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführung hat der Auftraggeber zu tragen.
  24. Erfüllungsort und Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus dem geschlossenen Vertrag ist Hannover, wenn der Auftraggeber Kaufmann ist. Das gilt auch, wenn der Auftraggeber im Inland keinen allgemeinen Gerichtsstand hat oder sein Wohnsitz unbekannt oder im Ausland ist.
  25. Sollten eine oder mehrere der vorstehenden Bestimmungen unwirksam sein oder werden, so wird hierdurch die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmungen treten die gesetzlichen Vorschriften, soweit nicht die Parteien eine Einigung herbeiführen, die den durch die unwirksame Bestimmung beabsichtigten Zweck erreicht.



Gern beraten wir Sie  
auch zu den Werbemöglichkeiten auf

**hausundmarkt.de**

## Verlagsgesellschaft Haus & Markt mbH

Hans-Böckler-Allee 7  
30173 Hannover  
Telefon 0511 8550-0  
Telefax 0511 8550-2402  
info@hausundmarkt.de  
www.hausundmarkt.de

# Ihre Ansprechpartner für Werbung

## Redaktionsleitung:



### Jutta Junge

Telefon 0511 8550-2652  
junge@hausundmarkt.de

## Anzeigenverkauf:



Key-Account/National/Online

### Stefan Schwichtenberg (Anzeigenleitung)

Telefon 0511 8550-2486  
schwichtenberg@hausundmarkt.de



Gebiet/Branchen

### Manfred Klingebiel

Telefon 0511 8550-2651  
klingebiel@hausundmarkt.de



Gebiet/Branchen

### Sabine Neumann

Telefon 0511 8550-2649  
neumann@hausundmarkt.de