

Erscheinungsweise wöchentlich, jeden Samstag
Zeitschriftenformat DIN A4 – 210 mm breit x 297 mm hoch
Satzspiegel 186 mm breit x 281 mm hoch, 3-spaltig

Anzeigenpreise

Preise in € Euro zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer**	Breite x Höhe in mm	Grundpreis s/w	+1 Zusatzfarbe*	+2 Zusatzfarben*	4-farbig*
2/1 Seite (6-spaltig)	396 x 281	€ 2.755,—	€ 3.510,—	€ 4.250,—	€ 4.975,—
1/1 Seite (3-spaltig)	186 x 281	€ 1.640,—	€ 2.035,—	€ 2.410,—	€ 2.765,—
2/3 Seite hoch (2-spaltig)	122 x 281	€ 1.125,—	€ 1.520,—	€ 1.895,—	€ 2.250,—
1/2 Seite quer (3-spaltig)	186 x 130	€ 855,—	€ 1.095,—	€ 1.325,—	€ 1.545,—
1/2 Seite hoch (2-spaltig)	122 x 184	€ 855,—	€ 1.095,—	€ 1.325,—	€ 1.545,—
1/3 Seite quer (3-spaltig)	186 x 92	€ 610,—	€ 845,—	€ 1.070,—	€ 1.285,—
1/3 Seite hoch (2-spaltig)	122 x 130	€ 610,—	€ 845,—	€ 1.070,—	€ 1.285,—
1/3 Seite hoch (1-spaltig)	58 x 281	€ 610,—	€ 845,—	€ 1.070,—	€ 1.285,—
1/4 Seite quer (3-spaltig)	186 x 68	€ 455,—	€ 685,—	€ 905,—	€ 1.115,—
1/4 Seite quer (2-spaltig)	122 x 92	€ 455,—	€ 685,—	€ 905,—	€ 1.115,—
1/6 Seite quer (2-spaltig)	122 x 68	€ 320,—	€ 480,—	€ 630,—	€ 770,—
1/8 Seite quer (3-spaltig)	186 x 32	€ 235,—	€ 365,—	€ 485,—	€ 595,—
1/12 Seite hoch (1-spaltig)	58 x 68	€ 190,—	€ 290,—	€ 380,—	€ 460,—

Druckunterlagen Digitale Druckunterlagen vorzugsweise auf CD-ROM, sonst per E-Mail/ISDN/FTP, mit verbindlichem Proof. Vollständige Hinweise zur Zustellung digitaler Druckunterlagen, siehe Seiten 7 und 8 der Mediadaten.

Zusatzfarben* Für Zusatzfarben, die mit Eurokala-/Prozessfarben gedruckt werden können, gelten die o.g. Preise. Sonderfarben, die HKS-Sonderfarben gedruckt werden müssen, werden zusätzlich zum Grundpreis (s/w) mit € 305,— (bis 1/2 Seite) bzw. € 460,— (bis 1/1 Seite), € 795,— (2/1 Seite) je Druckfarbe berechnet. Schmuckfarben (Gold, Silber) auf Anfrage. Preise zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Anschnitt Ohne Aufschlag. Mindestformat 1/4 Seite. Bei ein- bis allseitigem Anschnitt, Beschnittzugabe 3 mm.

Bunddurchdruck Mindestformat 2 x 1/4 Seite +10% vom Grundpreis

Platzierungsvorschriften
 4. Umschlagseite +15% vom Grundpreis
 2. und 3. Umschlagseite +10% vom Grundpreis
 im Innenteil +10% vom Grundpreis

Stellengesuche Ermäßigung für Stellengesuche: –40% vom Grundpreis
 (nur gegen Vorkasse) Zusätzliches Sonderformat für Stellengesuche: 1/24 Seite (58 x 32 mm, 1 Wort im Fettdruck + 7 Zeilen) € 50,—. Chiffre-Gebühren einschl. Porto € 7,— zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Anzeigen- und Druckunterlagenschluss Dienstag 12.00 Uhr der Vorwoche, 11 Tage vor Erscheinungstermin. Siehe Themenplan (Seite 3) und aktuell unter www.fruchthandel.de für Ausnahmen und kurzfristige Terminänderungen.

Anzeigengestaltung und Druckunterlagen Die Anfertigung von Anzeigenentwürfen sowie Änderungen der Druckunterlagen werden gerne übernommen und zum Selbstkostenpreis (nicht rabattierfähig) berechnet.

Beilagen 4.500 Auflage + 2% Zuschuss, im Höchstformat 205 mm breit x 294 mm hoch bis 50 g. Preise inkl. Portogebühren, zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer:
 an einer **unbestimmten** Stelle: € 2.200,— je angefangene 5 g mehr: € 220,—
 an einer **bestimmten** Stelle: € 2.600,— je angefangene 5 g mehr: € 260,—
 Beilage, wenn möglich, noch vor Produktion an den Verlag zur Ansicht und Freigabe senden.

Beihefter 4.500 Auflage + 2% Zuschuss, im Mindestformat 213 mm breit x 305 mm hoch (1. und 2. Seite), 221 mm breit x 305 mm hoch (3. und 4. Seite), gefalzt und unbeschnitten. 3 mm Kopfbeschnitt. Preise inkl. Portogebühren, zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer:
 bis 25 g: € 3.100,— bis 100 g: € 6.280,—
 bis 50 g: € 3.665,— mehr als 100 g: Preise auf Anfrage.
 Beihefter noch vor Produktion unbedingt an den Verlag zur Ansicht und Freigabe senden.

Aufkleber/Beikleber 4.500 Auflage + 2% Zuschuss. Einseitig geschlossene Druckobjekte, Postkarten oder Ähnliches, im Innenteil an unbestimmter Stelle und nur in Kombination mit einer ganzseitigen Trägeranzeige.
Preise inkl. Portogebühren, zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer:
bis 25 g € 1.470,— mehr als 25 g: Preise auf Anfrage.
Aufkleberentwürfe noch vor Produktion unbedingt an den Verlag zur Ansicht und Freigabe senden.

Lieferanschrift für Beilagen u.ä. Anlieferung frachtfrei 10 Tage vor Erscheinungstermin an:
VVA (Beilage Fruchthandel Magazin), Höherweg 278, 40231 Düsseldorf, Deutschland.
Telefon: +49-(0)211-99 10 40, Telefax: +49-(0)211-6 91 17 46, E-Mail uk@fruchthandel.de

Nachlässe Bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten gewähren wir folgende Nachlässe auf den Gesamtpreis. Anzeigen im Fruchthandel Magazin, im Fruchthandel-Adressbuch und im Fruit Logistica-Messekatalog werden gegenseitig nach den Mengen- und Malstaffeln angerechnet. Beilagen, Beihefter und Aufkleber sowie Produktions- und Lithokosten sind nicht rabattierfähig.

Mengenstaffel	Malstaffel
2 x 1/1 Seite - 8%	2 Anzeigen - 6%
4 x 1/1 Seite - 10%	4 Anzeigen - 8%
6 x 1/1 Seite - 15%	6 Anzeigen - 10%
10 x 1/1 Seite - 20%	10 Anzeigen - 15%
25 x 1/1 Seite - 25%	25 Anzeigen - 20%
50 x 1/1 Seite - 30%	50 Anzeigen - 25%

Agenturvergütung Anerkannten Werbeagenturen und Werbemittlern in Deutschland gewähren wir eine Agentur-Provision in Höhe von 15% auf den Netto-Rechnungsbetrag. Für Auslandsagenturen auf Anfrage.
Keine Agentur-Provision auf Produktions- und Lithokosten.

Anzeigenabteilung Sammel-Tel.-Nr. +49-(0)211-99 10 4-40, anzeigen@fruchthandel.de
Anzeigenleitung Hans-J. Fuhrmann (Tel. 99 10 4-20, fu@fruchthandel.de)
Anzeigenkontakte Birgit Hannemann (Tel. 99 10 4-18, ha@fruchthandel.de)
Jürgen Meier (Tel. 99 10 4-19, me@fruchthandel.de)
Sabine Reh (Tel. 99 10 4-26, sr@fruchthandel.de)
Anzeigenproduktion Ursula Kreutzenbeck (Tel. 99 10 4-11, uk@fruchthandel.de)

Druckverfahren / -farben Offsetdruck. Vierfarben-Maschinen K/C/M/G. Euro-Skala DIN 16539, Sonderfarben HKS-K.

Abonnementpreis 51/52 Ausgaben jährlich € 165,—. Einzelverkaufspreis € 5,—
Alle Preise zzgl. Zustellgebühr und gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Abonnements / Vertrieb Ingrid Bergmeister (Tel. 99 10 4-12, ib@fruchthandel.de)

Zahlungsbedingungen Sofort nach Rechnungserhalt
Dresdner Bank AG, Düsseldorf Konto-Nr.: 4 675 289, BLZ: 300 800 00, SWIFT: DRES DE FF 300
IBAN: DE 3030 0800 0004 6752 8900
Postbank Köln Konto-Nr.: 140 697-501, BLZ: 370 100 50, SWIFT: PBNK DE FF 370
IBAN: DE 1937 0100 5001 4069 7501

Mehrwertsteuer** Die jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuer wird zusätzlich berechnet. Keine Mehrwertsteuer für EU-Kunden außerhalb Deutschlands, die ihre MwSt/VAT-ID-Nr. angeben, und für Kunden außerhalb der EU. MwSt-ID-Nr. der Dr. Rolf M. Wolf Media GmbH: DE 119 360 921. Steuer-Nr. 105 5810/0595.

Geschäftsbedingungen Grundlage für die Abwicklung von Anzeigen- und Beilagenaufträgen etc. sind die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Verlages (siehe Seiten 10 und 11 dieser Mediadaten).

1/1 Seite im Anschnitt
 210 mm x 297 mm
 + 3 mm Beschnitt
 auf allen Seiten

s/w 1.640,-€
 2-c 2.035,-€
 3-c 2.410,-€
 4-c 2.765,-€

1/1 Seite im Satzspiegel
 186 mm x 281 mm

s/w 1.640,-€
 2-c 2.035,-€
 3-c 2.410,-€
 4-c 2.765,-€

2/3 Seite
 im Satz-
 spiegel
 122 mm x
 281 mm

s/w 1.125,-€
 2-c 1.520,-€
 3-c 1.895,-€
 4-c 2.250,-€

2/3 Seite
 im Anschnitt
 132 mm x
 297 mm
 + 3 mm
 Beschnitt
 oben, unten
 und außen

s/w 1.125,-€
 2-c 1.520,-€
 3-c 1.895,-€
 4-c 2.250,-€

1/2 Seite quer im Anschnitt
 210 mm x 152 mm
 + 3 mm Beschnitt
 links, rechts und unten

b/w 855,-€
 2-c 1.095,-€
 3-c 1.325,-€
 4-c 1.545,-€

1/2 Seite quer im Satzspiegel
 186 mm x 130 mm

s/w 855,-€
 2-c 1.095,-€
 3-c 1.325,-€
 4-c 1.545,-€

1/2 Seite
 hoch im
 Satz-
 spiegel
 122 mm
 x
 184 mm

s/w 855,-€
 2-c 1.095,-€
 3-c 1.325,-€
 4-c 1.545,-€

1/2 Seite
 hoch im
 Anschnitt
 132 mm
 x
 206 mm
 + 3 mm
 Beschnitt
 unten und
 außen

s/w 855,-€
 2-c 1.095,-€
 3-c 1.325,-€
 4-c 1.545,-€

1/3 Seite quer im Anschnitt
 210 mm x 114 mm
 + 3 mm Beschnitt
 links, rechts und unten

s/w 610,-€
 2-c 845,-€
 3-c 1.070,-€
 4-c 1.285,-€

1/3 Seite quer im Satzspiegel
 186 mm x 92 mm

s/w 610,-€
 2-c 845,-€
 3-c 1.070,-€
 4-c 1.285,-€

1/4 Seite quer im Anschnitt
 210 mm x 90 mm
 + 3 mm Beschnitt
 links, rechts und unten

s/w 455,-€
 2-c 685,-€
 3-c 905,-€
 4-c 1.115,-€

1/4 Seite quer im Satzspiegel
 186 mm x 68 mm

s/w 455,-€
 2-c 685,-€
 3-c 905,-€
 4-c 1.115,-€

1/3 Seite hoch im Satzspiegel
 122 mm x 130 mm

s/w 610,-€
 2-c 845,-€
 3-c 1.070,-€
 4-c 1.285,-€

1/3 Seite hoch im Anschnitt
 132 mm x 152 mm
 + 3 mm Beschnitt
 unten und außen

s/w 610,-€
 2-c 845,-€
 3-c 1.070,-€
 4-c 1.285,-€

1/4 Seite hoch im Satzspiegel
 122 mm x 92 mm

s/w 455,-€
 2-c 685,-€
 3-c 905,-€
 4-c 1.115,-€

1/4 Seite hoch im Anschnitt
 132 mm x 114 mm
 + 3 mm Beschnitt
 unten und außen

s/w 455,-€
 2-c 685,-€
 3-c 905,-€
 4-c 1.115,-€

1/3 Seite
 hoch im
 Satz-
 spiegel
 58 mm
 x
 281 mm

s/w 610,-€
 2-c 845,-€
 3-c 1.070,-€
 4-c 1.285,-€

1/6 Seite quer
 122 mm x 68 mm

s/w 320,-€
 2-c 480,-€
 3-c 630,-€
 4-c 770,-€

1/8 Seite quer
 186 mm x 32 mm

s/w 235,-€
 2-c 365,-€
 3-c 485,-€
 4-c 595,-€

1/12 Seite
 58 mm x 68 mm

s/w 190,-€
 2-c 290,-€
 3-c 380,-€
 4-c 460,-€

VERLAG DÜSSELDORF

Anzeigenabteilung	Tel. +49-(0)211-9 91 04-40 anzeigen@fruchthandel.de
Anzeigenleitung	Hans-J. Fuhrmann Tel. 99 10 4-20 fu@fruchthandel.de
Anzeigenkontakte	Birgit Hannemann Tel. 99 10 4-18 ha@fruchthandel.de Jürgen Meier Tel. 99 10 4-19 me@fruchthandel.de Sabine Reh Tel. 99 10 4-26 sr@fruchthandel.de
Anzeigenproduktion	Ursula Kreutzenbeck Tel. 99 10 4-11 uk@fruchthandel.de

Redaktion	Tel. +49-(0)211-9 91 04-35 redaktion@fruchthandel.de Gabriele Bastian (Chefredakteurin) Tel. 99 10 4-21 ba@fruchthandel.de Kaasten Reh Tel. 99 10 4-10 kr@fruchthandel.de Michael Schotten Tel. 99 10 4-16 ms@fruchthandel.de Konstanze Richter Tel. 99 10 4-17 ri@fruchthandel.de Nadine Beyer Tel. 99 10 4-27 nb@fruchthandel.de
------------------	---

Abonnements/Vertrieb	abonnements@fruchthandel.de Ingrid Bergmeister Tel. 99 10 4-12 ib@fruchthandel.de
-----------------------------	--

Finanzen/Rechnungswesen	buchhaltung@fruchthandel.de Alfred Hein Tel. 99 10 4-14 ah@fruchthandel.de
--------------------------------	---

Projektleitung	Kaasten Reh Tel. 99 10 4-10 kr@fruchthandel.de
Projektmanagement	Tünde Horvath Tel. 99 10 4-45 th@fruchthandel.de

Geschäftsführer	H. Günter Schweinsberg Tel. 99 10 4-0 gs@fruchthandel.de Robert Broadfoot Tel. 99 10 4-13 rb@fruchthandel.de
------------------------	---

AUSLANDSVERTRETUNGEN

Bulgarien Anzeigen/Redaktion	Ralf Petrov, Petrov Marketing GmbH, PO Box 95, 1606 Sofia, Bulgarien Tel./Fax: +359-2-9 58 11 93, petmar@techno-link.com
--	---

Estland/Lettland/Litauen Anzeigen	Viktorija Rudanova, Variantas Corporation, Pashilaichiu 2-74, 06117 Vilnius, Litauen Mobil: +44-78 74 04 77 32, Fax: +370-52-31 03 08, baltbizsolutions@parkas.lt
---	--

Frankreich Anzeigen/Redaktion	Irmelin Egelhoff, c/o Dr. Rolf M. Wolf Media GmbH, Lindemannstrasse 12, 40237 Düsseldorf, Germany Tel.: +49-(0)211-6 91 45 23, Fax: +49-(0)211-6 91 17 46, Mobil: +49-(0)179-7 07 27 64 irmelin.egelhoff@t-online.de
---	--

Israel Anzeigen	Yohanan Bi-Lev, c/o Israelisch-Deutsche Industrie- und Handelskammer Migdal Te'umim 2, 35 Jabotinsky Road, PO Box 3488, Ramat-Gan 52134, Israel Tel.: +972-3-6 13 35 15, Fax: +972-3-6 13 35 28, info@ahkisrael.co.il
---------------------------	---

Italien (Nord) Anzeigen/Redaktion	NCX Drahorad srl, Strada Provinciale Vignola-Sassuolo 315/1, 41057 Spilamberto (Modena), Italien Tel.: +39-059-7 86 38 63, Fax: +39-059-7 86 38 68, marketing@ncx.it
---	---

Italien (Süd) Anzeigen/Redaktion	Anna Schweinsberg, Via Carlo Gherardini 102, 00135 Rom, Italien Tel./Fax: +39-06-30 36 52 00, akschweinsberg@libero.it
--	---

Niederlande Redaktion	Drs. Jochem W. Wolthuis, Nobelstraat 1 C, 2513 BC Den Haag, Niederlande Tel.: +31-70-3 60 12 68, Fax: +31-70-3 64 21 96, Mobil: +31-6-16 29 03 95 info@nldcommunicatie.nl
---------------------------------	---

Polen Anzeigen	Joanna Pucis, Press Media Sp. zo.o., Ulanów Krechnowieckich 7, 04-682 Warszawa, Polen Tel.: +48-22-6 13 10 98, Fax: +48-22-8 12 76 17, jovanka@pressmedia.it.pl
--------------------------	--

Spanien Anzeigen/Redaktion	Agronoticias-Marketing-España S.L., Dr. Portolés 55, 12190 Borriol/Castellón, Spanien Tel.: +34-964-32 11 55, Fax: +34-964-32 19 13, frutero@agronoticias.es
--------------------------------------	---

Monat	Nr.	Erscheinungs-termin	Anzeigenschluss	Hauptthemen Änderungen vorbehalten Siehe www.fruchthandel.de für die jeweils aktualisierte Themenplanung
Januar	1	03.01.2009	19.12.2008	2008 – Der Fruchthandel im Rückblick Früchte aus der Südlichen Hemisphäre FRUIT LOGISTICA / FRESHCONEX – VORSCHAU (Berlin, 04.-06.02.2009) / Obst und Gemüse aus Flandern (Beihefter) / Technik, Logistik, Verpackungsmittel und -maschinen FRUIT LOGISTICA – OFFIZIELLER AUSSTELLERKATALOG (CD-ROM Beilage) FRUIT LOGISTICA / FRESHCONEX – MESSEAUFGABE / Chile - Partnerland der Fruit Logistica 2009 / Osteuropa auf der Fruit Logistica / Innovationen im Grünen Sortiment FH SPECIAL – Die Niederlande auf der Fruit Logistica (Beilage) FH SPECIAL – Obst und Gemüse aus Frankreich (Beilage) FRUIT LOGISTICA / FRESHCONEX – MESSE-ERÖFFNUNG / 28. FRISCHE FORUM / Der deutsche Fruchthandel / Übersee-Produkte, Exoten und Spezialitäten FH SPECIAL – Obst und Gemüse aus Italien 2009 (Beilage) FRESH CONVENIENCE I – FH SPECIAL (Freshconex, Berlin, 04.-06.02.2009) (Beilage)
	2	10.01.2009	30.12.2008	
	3	17.01.2009	02.01.2009	
	4	24.01.2009	05.12.2008 09.01.2009	
	5	31.01.2009	09.01.2009 09.01.2009 16.01.2009 16.01.2009	
Februar	6	05.02.2009	27.01.2009	FRUIT LOGISTICA / FRESHCONEX – AKTUELL FRUIT LOGISTICA / FRESHCONEX / 28. FRISCHE FORUM – MESSEBERICHT I FH SPECIAL – Bioprodukte (BioFach, Nürnberg, 19.-22.02.2009) (Beilage) FRUIT LOGISTICA / FRESHCONEX / 28. FRISCHE FORUM – MESSEBERICHT II / Äpfel aus Südtirol (FL 2009) / E-Commerce, Computer- und Kommunikationstechnologien (CeBIT, Hannover, 03.-08.03.2009) Früchte aus Lateinamerika (FL2009) / Obst und Gemüse aus Israel (FL 2009) / Früchte aus Italien (FL 2009) / Anuga FoodTec (Köln, 10.-13.03.2009)
	7	14.02.2009	02.02.2009	
	8	21.02.2009	30.01.2009 10.02.2009	
	9	28.02.2009	17.02.2009	
März	10	07.03.2009	24.02.2009	Obst und Gemüse aus Spanien (FL 2009) / Früchte aus Südafrika / BioFach 2009 – Messebericht Frühkartoffeln / Pilze aus Europa Früchte aus Brasilien / Spargel aus aller Welt Produktions- und Umschlagplatz Holland / Euroagro Fruits (Valencia, 29.04.-01.05.2009)
	11	14.03.2009	03.03.2009	
	12	21.03.2009	10.03.2009	
	13	28.03.2009	17.03.2009	
April	14	04.04.2009	24.03.2009	Saatgut und Sortenentwicklung / Obst und Gemüse aus Frankreich / Erdbeeren aus Huelva, Steinobst aus Andalusien Verpackung von Obst und Gemüse Obst und Gemüse aus Flandern Obst und Gemüse aus der Südlichen Hemisphäre
	15	11.04.2009	31.03.2009	
	16	18.04.2009	07.04.2009	
	17	25.04.2009	14.04.2009	
Mai	18	02.05.2009	21.04.2009	FRESH CONVENIENCE II – FH SPECIAL (Beilage) / Handel mit Osteuropa (IFE Polen, Warschau 20.-22.05.2009) / Erdbeeren aus Flandern Spargel aus Europa / Neues vom Bio-Markt / FRESH2009 (Valencia, Spanien, 13.-15.05.2009) Beerenobst und Frühgemüse aus Deutschland / Kirschen und Beeren aus Frankreich / Melonen aus Almeria, Spanien Kernobst und Kiwis aus Neuseeland / Der europäische Tomatenmarkt Handel mit Bananen / Produktreport Paprika und Gurken / Kirschen aus Europa
	19	09.05.2009	28.04.2009	
	20	16.05.2009	05.05.2009	
	21	23.05.2009	12.05.2009	
Juni	22	30.05.2009	19.05.2009	Produktions- und Umschlagplatz Holland / Steinobst und Melonen aus Murcia, Spanien / Sommerobst aus Frankreich Obst und Gemüse aus Italien / Citrusfrüchte aus Lateinamerika und Südafrika Obst und Gemüse aus Flandern Beerenobst aus Europa / Produktreport Ananas
	23	06.06.2009	26.05.2009	
	24	13.06.2009	02.06.2009	
	25	20.06.2009	09.06.2009	
Juli	26	27.06.2009	16.06.2009	Obst und Gemüse aus Frankreich / Technik und Logistik Sommerobst und -gemüse aus Deutschland / Sommerobst aus Spanien Pflaumen und Trauben aus Frankreich Trauben und Sommerobst aus Südeuropa / Bioprodukte
	27	04.07.2009	23.06.2009	
	28	11.07.2009	30.06.2009	
	29	18.07.2009	07.07.2009	
August	30	25.07.2009	14.07.2009	FRESH CONVENIENCE III – FH SPECIAL (Beilage) / Salate aus Europa / Früchte aus Italien Pilze aus Europa / Fairtrade-Produkte Der Fruchthandel in Asien (ASIA FRUIT LOGISTICA, Hongkong, 02.-04.09.2009) / Frische Kräuter und Gewürze Kernobst aus Europa Produktions- und Umschlagplatz Holland
	31	01.08.2009	21.07.2009	
	32	08.08.2009	28.07.2009	
	33	15.08.2009	04.08.2009	
	34	22.08.2009	11.08.2009	
September	35	29.08.2009	18.08.2009	Handel mit Papayas / Der europäische Kartoffelhandel Verpackung von Obst und Gemüse (FachPack, Nürnberg, 29.09.-01.10.2009) / Nüsse und Trockenfrüchte (Saisonbeginn) Handel mit tropischen Melonen FH SPECIAL – Osteuropa 2009 (IFE Moskau, WorldFood, IFE Ungarn u.a.) (Beilage) FH SPECIAL – Qualitätssicherung in Murcia, Spanien (Beilage) / Produktreport Avocados / ANUGA/WellFood (Köln, 10.-14.10.2009)
	36	05.09.2009	25.08.2009	
	37	12.09.2009	01.09.2009	
	38	19.09.2009	08.09.2009	
Oktober	39	26.09.2009	28.08.2009 15.09.2009	Herbst- und Winterprodukte aus Deutschland Obst und Gemüse aus Frankreich / Qualität und Sicherheit / Produktreport Trauben aus Brasilien Handel mit Bananen / Obst und Gemüse aus Flandern / Marokko: Saisonstart Produktions- und Umschlagplatz Holland / Bioprodukte / Citrus aus Spanien Obst und Gemüse aus Italien / Produktreport Mangos
	40	02.10.2009	22.09.2009	
	41	10.10.2009	29.09.2009	
	42	17.10.2009	06.10.2009	
	43	24.10.2009	13.10.2009	
November	44	31.10.2009	20.10.2009	FRESH CONVENIENCE IV – FH SPECIAL (Beilage) / Obst und Gemüse aus Israel FH SPECIAL – Qualitätssicherung in Almería, Spanien (Beilage) / Gemüse von den Kanarischen Inseln / Fruchthandel in der Schweiz Äpfel aus Südtirol / Salat aus Frankreich / Obst und Gemüse aus Marokko Nüsse und Trockenfrüchte / Äpfel aus Deutschland / Obst und Wintergemüse aus Italien
	45	07.11.2009	27.10.2009	
	46	14.11.2009	03.11.2009	
	47	21.11.2009	10.11.2009	
Dezember	48	28.11.2009	17.11.2009	Exoten, Melonen und Spezialitäten / Citrus aus Mittelmeerlandern Handel mit Osteuropa / Obst und Gemüse aus den USA FH SPECIAL – Obst und Gemüse aus Spanien/Spain Extra Fruit Logistica 2010 (Beilage) / Glückwunschausgabe
	49	05.12.2009	24.11.2009	
	50	12.12.2009	01.12.2009	
	51/52	19.12.2009	08.12.2009	

Umfangs-Analyse 2007/2008

(1. Juli 2007 bis 30. Juni 2008)

Ausgaben	51
Gesamtumfang (Seiten)	3.416
Textteil (Seiten) = 73,6%	2.556
Anzeigenteil (Seiten) = 26,4%	860
Gesamtbeilagen/-beihfeft (Stück)	30

IVW Mitglied –

Auflagen-Analyse 2007/2008

Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt

(1. Juli 2007 bis 30. Juni 2008)

Druckauflage	4.605
Tatsächlich verbreitete Auflage	4.426
Verkaufte Auflage	3.947
davon feste, zahlende Einzelbezieher	3.947
Unentgeltlich vertriebene Auflage	479
Frei- und Werbeexemplare	
davon ständige Empfänger	378
wechselnde Empfänger	101
Rest-, Archiv-, Belegexemplare	179

Empfängerstruktur

Importeure und Großhändler	56,7%
Einzelhandel/Supermärkte/Filialisten	22,7%
Exporteure/Marketing Boards	9,0%
Erzeuger/Produzenten	5,9%
Industrie (Transport, Verpackung etc.)	4,7%
Sonstige	1,0%

Verbreitungs-Analyse

Deutschland	66,2%	Ausland	33,8%
Nielsen 1	21,8%	Schweiz	12,2%
Nielsen 2	24,9%	Österreich	13,1%
Nielsen 3a	15,8%	Italien	13,6%
Nielsen 3b	14,9%	Holland	16,1%
Nielsen 4	11,6%	Belgien	7,2%
Nielsen 5	4,1%	Polen	3,1%
Nielsen 6	2,6%	Dänemark	0,7%
Nielsen 7	4,3%	Türkei	1,6%
	100,0%	Ungarn	2,5%
PLZ-Gebiet 0	4,0%	Tschech. Rep.	2,4%
PLZ-Gebiet 1	6,4%	Russland	1,4%
PLZ-Gebiet 2	19,3%	Slowakei	1,0%
PLZ-Gebiet 3	5,0%	Restl. Osteuropa	9,1%
PLZ-Gebiet 4	12,9%	Frankreich	5,6%
PLZ-Gebiet 5	13,8%	Spanien	3,8%
PLZ-Gebiet 6	11,5%	Südl. Hemisphäre	1,8%
PLZ-Gebiet 7	12,4%	Übrige	4,8%
PLZ-Gebiet 8	9,5%		100,0%
PLZ-Gebiet 9	5,2%		

Thematik

Aktuelle Berichterstattung über alle Vorgänge auf den internationalen Liefer- und Absatzmärkten für frisches Obst und Gemüse, Trockenfrüchte und Nüsse mit Schwerpunkt auf deutschsprachige Länder Europas sowie Mittel- und Osteuropa. Aktuelle Berichte über das komplette frische Obst- und Gemüse-Sortiment, die Produktionsgebiete in Europa und Übersee, sowie die gesamte Lieferkette bis zum Point-of-Sale. Die Struktur und aktuellen Veränderungen des Handels und der Vermarktung. Neue Trends in Produktion, Lebensmittelsicherheit, Qualitätssicherung, Verpackung, Convenience, Fruchthandling, Transport, Logistik, Distribution, Technik, Marketing, Informations- und Kommunikationstechnologien. Neue Trends im Konsumentenverhalten. Präsentation im Einzelhandel. Messen und Fachveranstaltungen. Der Fruchthandel als Bestandteil der Wirtschaft und als Gegenstand der Politik.

Zielgruppe

Importhandel, Exporthandel, Handelsagenturen, Großhandel und Distribution. Lebensmitteleinzelhandel, Facheinzelhandel, Versandhandel. Food-Service (Großverbraucher/HoReGa). Erzeuger und Erzeugerorganisationen, Vermarktungszentralen der Erzeuger. Verpacker, Verpackungslieferanten. Logistikdienstleister, Serviceunternehmen für Fruchthandling, Lagerung und Kühltransport. Qualitätssicherung und Lebensmittelsicherheit. Marketingorganisationen und Agenturen.

Organ

Unabhängige Fachzeitschrift

Herausgeber/Verlag

Dr. Rolf M. Wolf Media GmbH, Düsseldorf, Germany (Amtsgericht Düsseldorf HRB 5387)

Geschäftsführer

Robert Broadfoot und H. Günter Schweinsberg

Chefredakteurin

Gabriele Bastian

Jahrgang

48. Jahrgang 2009

Erscheinungsweise

wöchentlich, jeden Samstag in der deutschen Sprache

Redaktionsschluss

Freitag der Vorwoche

Erscheinungsplan

siehe Themenplan auf Seite 5 der Mediadaten sowie www.fruchthandel.de

Bezugspreis

51/52 Ausgaben jährlich € 165,—. Einzelverkaufspreis € 5,—
 Alle Preise zzgl. Zustellgebühr und gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Erscheinungsweise jährlich im November des Vorjahrs
Buchformat 163 mm breit x 233 mm hoch
Satzspiegel 125 mm breit x 208 mm hoch, 3-spaltig

Anzeigenpreise

Preise in € Euro zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer**		Breite x Höhe in mm	Grundpreis s/w	+1 Zusatzfarbe*	+2 Zusatzfarben*	4-farbig*
2/1 Seite	(6-spaltig)	288 x 208	€ 2.755,—	€ 3.510,—	€ 4.250,—	€ 4.975,—
1/1 Seite	(3-spaltig)	125 x 208	€ 1.640,—	€ 2.035,—	€ 2.410,—	€ 2.765,—
2/3 Seite hoch	(2-spaltig)	80 x 208	€ 1.125,—	€ 1.520,—	€ 1.895,—	€ 2.250,—
1/2 Seite quer	(3-spaltig)	125 x 92	€ 855,—	€ 1.095,—	€ 1.325,—	€ 1.545,—
1/2 Seite hoch	(2-spaltig)	80 x 135	€ 855,—	€ 1.095,—	€ 1.325,—	€ 1.545,—
1/3 Seite quer	(3-spaltig)	125 x 62	€ 610,—	€ 845,—	€ 1.070,—	€ 1.285,—
1/3 Seite hoch	(2-spaltig)	80 x 92	€ 610,—	€ 845,—	€ 1.070,—	€ 1.285,—
1/4 Seite quer	(3-spaltig)	125 x 45	€ 455,—	€ 685,—	€ 905,—	€ 1.115,—
1/4 Seite quer	(2-spaltig)	80 x 62	€ 455,—	€ 685,—	€ 905,—	€ 1.115,—
1/6 Seite quer	(2-spaltig)	80 x 45	€ 320,—	€ 480,—	€ 630,—	€ 770,—
1/8 Seite quer	(3-spaltig)	125 x 22	€ 235,—	€ 365,—	€ 485,—	€ 595,—
1/12 Seite hoch	(1-spaltig)	35 x 45	€ 190,—	€ 290,—	€ 380,—	€ 460,—

Druckunterlagen Digitale Druckunterlagen vorzugsweise auf CD-ROM, sonst per E-Mail/ISDN/FTP, mit verbindlichem Proof. Vollständige Hinweise zur Zustellung digitaler Druckunterlagen, siehe Seiten 7 und 8 der Mediadaten.

Zusatzfarben* Für Zusatzfarben, die mit Euroskala-/Prozessfarben gedruckt werden können, gelten die o.g. Preise. Sonderfarben, die mit HKS-Sonderfarben gedruckt werden müssen, werden zusätzlich zum Grundpreis (s/w) mit € 305,— (bis 1/2 Seite) bzw. € 460,— (bis 1/1 Seite), € 795,— (2/1 Seite) je Druckfarbe berechnet. Schmuckfarben (Gold, Silber) auf Anfrage. Preise zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Anschnitt Ohne Aufschlag. Mindestformat 1/4 Seite. Bei ein- bis allseitigem Anschnitt, Beschnittzugabe 3 mm. Aus buchbinderischen Gründen empfehlen wir, die Aktivfläche einer Anschnittanzeige mit mindestens 15 mm Abstand an der Bundstelle bzw. 5 mm an den äußeren Seitenrändern anzulegen.

Firmenlogos Neben dem eigenen Firmeneintrag: € 295,—. Nur 4-farbig. Keine Sonderfarben. Querformat: max. 29 mm x 10 mm. Hochformat: max. 17 mm x 17 mm.

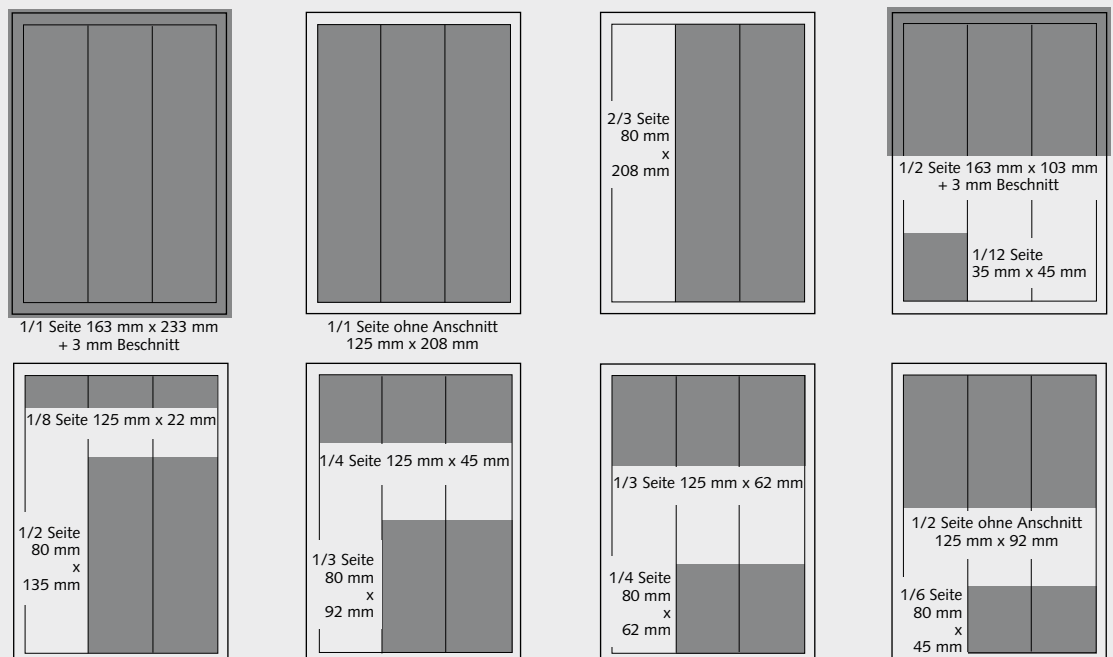
Fussbalken-Eindruck Je 50 Erscheinungen im Innenteil: s/w € 1.640,—, 4-farbig € 2.770,—. Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.

Schnittkanten/ Lesezeichen Preise auf Anfrage

Platzierungsvorschriften 2. und 4. Umschlagseite sowie 1. Einschaltseite, + 50 % vom Grundpreis. 3. Umschlagseite, + 30 % vom Grundpreis. Im Innenteil, + 10 % vom Grundpreis

Anzeigenschluss 15. Juli 2009

Anzeigenformate



Anzeigengestaltung und Druckunterlagen	Die Anfertigung von Entwürfen und Lithos sowie Änderungen der Druckunterlagen werden gerne übernommen und zum Selbstkostenpreis (nicht rabattierfähig) berechnet.																
Beilagen	2.000 Auflage + 2% Zuschuss, im Höchstformat 155 mm breit x 230 mm hoch, bis 50 g. Preise inkl. Portogebühren, zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer: an einer unbestimmten Stelle: € 2.200,— je angefangene 5 g mehr: € 220,— an einer bestimmten Stelle: € 2.600,— je angefangene 5 g mehr: € 260,— Beilage, wenn möglich, noch vor Produktion an den Verlag zur Ansicht und Freigabe senden.																
Beihefter	2.000 Auflage + 2% Zuschuss. Formate auf Anfrage. Preise inkl. Portogebühren, zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer: bis 25 g: € 3.100,— bis 100 g: € 6.280,— bis 50 g: € 3.665,— mehr als 100 g: Preise auf Anfrage. Beihefter noch vor Produktion unbedingt an den Verlag zur Ansicht und Freigabe senden.																
Aufkleber/Beikleber	2.000 Auflage + 2% Zuschuss. Einseitig geschlossene Druckobjekte, Postkarten oder Ähnliches, im Innenteil an unbestimmter Stelle und nur in Kombination mit einer ganzseitigen Trägeranzeige. Preise inkl. Portogebühren, zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer: bis 25 g: € 1.470,— mehr als 25 g: Preise auf Anfrage. Aufkleberentwürfe noch vor Produktion unbedingt an den Verlag zur Ansicht und Freigabe senden.																
Lieferanschrift für Beilagen usw.	Anlieferung frachtfrei bis spätestens 30. September 2009 an: VVA (Beilage Fruchthandel Adressbuch), Höherweg 278, 40231 Düsseldorf, Deutschland. Telefon: +49-(0)211-99 10 40, Telefax: +49-(0)211-6 91 17 46, E-Mail ib@fruchthandel.de																
Nachlässe	Bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten gewähren wir folgende Nachlässe auf den Gesamtpreis. Anzeigen im Fruchthandel-Adressbuch, im Fruchthandel Magazin und im Fruit Logistica-Messekatalog werden gegenseitig nach den Mengen- und Malstaffeln angerechnet. Beilagen, Beihefter und Aufkleber sowie Produktions- und Lithokosten sind nicht rabattierfähig. <table><thead><tr><th colspan="2">Mengenstaffel</th><th colspan="2">Malstaffel</th></tr></thead><tbody><tr><td>2 x 1/1 Seite -8%</td><td>10 x 1/1 Seite -20%</td><td>2 Anzeigen -6%</td><td>10 Anzeigen -15%</td></tr><tr><td>4 x 1/1 Seite -10%</td><td>25 x 1/1 Seite -25%</td><td>4 Anzeigen -8%</td><td>25 Anzeigen -20%</td></tr><tr><td>6 x 1/1 Seite -15%</td><td>50 x 1/1 Seite -30%</td><td>6 Anzeigen -10%</td><td>50 Anzeigen -25%</td></tr></tbody></table>	Mengenstaffel		Malstaffel		2 x 1/1 Seite -8%	10 x 1/1 Seite -20%	2 Anzeigen -6%	10 Anzeigen -15%	4 x 1/1 Seite -10%	25 x 1/1 Seite -25%	4 Anzeigen -8%	25 Anzeigen -20%	6 x 1/1 Seite -15%	50 x 1/1 Seite -30%	6 Anzeigen -10%	50 Anzeigen -25%
Mengenstaffel		Malstaffel															
2 x 1/1 Seite -8%	10 x 1/1 Seite -20%	2 Anzeigen -6%	10 Anzeigen -15%														
4 x 1/1 Seite -10%	25 x 1/1 Seite -25%	4 Anzeigen -8%	25 Anzeigen -20%														
6 x 1/1 Seite -15%	50 x 1/1 Seite -30%	6 Anzeigen -10%	50 Anzeigen -25%														
Agenturvergütung	Anerkannten Werbeagenturen und Werbemittlern in Deutschland gewähren wir eine Agentur-Provision in Höhe von 15% auf den Netto-Rechnungsbetrag. Für Auslandsagenturen auf Anfrage. Keine Agentur-Provision auf Produktions- und Lithokosten.																
Anzeigenabteilung	Sammel-Tel.-Nr. +49-(0)211-99 10 4-40, anzeigen@fruchthandel.de																
Anzeigenleitung	Hans-J. Fuhrmann (Tel. 99 10 4-20, fu@fruchthandel.de)																
Anzeigenkontakt	Birgit Hannemann (Tel. 99 10 4-18, ha@fruchthandel.de)																
Anzeigenproduktion	Ingrid Bergmeister (Tel. 99 10 4-12, ib@fruchthandel.de)																
Druckverfahren / -farben	Offsetdruck. Vierfarben-Maschinen K/C/M/G. Euro-Skala DIN 16539, Sonderfarben HKS-K.																
Erscheinungstermin	November 2009																
Auflage	2.000 Exemplare																
Bezugspreis	Bei Bestellungen bis 31.10.2009 € 54,50, nach Erscheinen € 64,50, zuzüglich Versandkosten und gesetzlicher Mehrwertsteuer.																
Vertrieb	Ingrid Bergmeister (Tel. 99 10 4-12, ib@fruchthandel.de)																
Zahlungsbedingungen	Sofort nach Rechnungserhalt Dresdner Bank AG, Düsseldorf Konto-Nr.: 4 675 289, BLZ: 300 800 00, SWIFT: DRES DE FF 300 IBAN: DE 3030 0800 0004 6752 8900 Postbank Köln Konto-Nr.: 140 697-501, BLZ: 370 100 50, SWIFT: PBNK DE FF 370 IBAN: DE 1937 0100 5001 4069 7501																
Mehrwertsteuer**	Die jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuer wird zusätzlich berechnet. Keine Mehrwertsteuer für EU-Kunden außerhalb Deutschlands, die ihre MwSt/VAT-ID-Nr. angeben, und für Kunden außerhalb der EU. MwSt-ID-Nr. der Dr. Rolf M. Wolf Media GmbH: DE 119 360 921. Steuer-Nr. 105 5810/0595.																
Geschäftsbedingungen	Grundlage für die Abwicklung von Anzeigen- und Beilagenaufträgen etc. sind die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Verlages (siehe Seiten 10 und 11 der Mediadaten).																

FORMULAR ZUR DIGITALEN DATENLIEFERUNG

Die Lieferung von digitalen Druckunterlagen kann nur mit dem vollständig ausgefüllten Formular sowie einem verbindlichen Farbproof akzeptiert werden. Das ausgefüllte Formular faxen Sie bitte vor der Datenübermittlung mit einer Kopie der Anzeige an: Fruchthandel Magazin, Anzeigenabteilung, Fax-Nr. +49-(0)211-6 91 17 46.

I. KONTAKTANGABEN

Kunde _____ Agentur _____

Kontaktperson/Ansprechpartner für technische Fragen _____

Anschrift _____

_____ E-Mail _____

Tel. _____ Fax _____

II. ANZEIGENANGABEN

Anzeigenformat _____ -spaltig _____ mm breit x _____ mm hoch s/w / ____-farbig

Farbangaben _____ (Sonderfarben z.B. HKS nur auf Anfrage)

Platzierung _____ Erscheinungstermin/Ausgabe _____

Gewünschte Änderungen zur gelieferten Datei: _____

Haben Sie mit der Anzeigenabteilung über die eventuell anfallenden Kosten für gewünschte Änderungen gesprochen? Ja Nein

Benötigen Sie einen Kostenvoranschlag für die gewünschten Änderungen? Ja Nein**III. DATEIANGABEN**Name der Hauptdatei _____ Plattform WINDOWS MAC

Dateigröße in MB _____ Anwendungsprogramm _____ Version _____

Verwendete und mitgelieferte Schriften _____

Namen und Formate (z.B. hochauflösende PDF, EPS, TIFF) der mitgelieferten Bild- und Grafik-Dateien:

(PICT, BMP, JPEG, GIF, Powerpoint-, Word- und Excel-Dateien sind zur Herstellung von Druckunterlagen nicht geeignet.)**IV. FARBPROOF/AUSDRUCK**

Die Lieferung von digitalen Druckunterlagen kann nur mit einem verbindlichen Farbproof akzeptiert werden. Das Proof senden Sie bitte an: FRUCHTHANDEL MAGAZIN, Anzeigenabteilung, Lindemannstrasse 12, 40237 Düsseldorf, Deutschland. Bei fehlendem Farbproof lassen wir ein solches ohne vorherige Rücksprache auf Kosten des Kunden produzieren (siehe Seite 7 – Gewährleistung/Proofs).

Ausdruck/Kopie des Anzeigenmotivs mit Farbangaben/Änderungswünschen per Fax an FRUCHTHANDEL MAGAZIN
gesendet am _____ (Datum)Bei Farbanzeigen: Farbproof mit verbindlichen Farbangaben per Post/Kurier an FRUCHTHANDEL MAGAZIN
gesendet am _____ (Datum)**V. DATENTRÄGER**Plattform Apple Macintosh PC/Windows
CD/DVD-ROM ISO 9660 HFS (Mac) DVD ROM/RAM
Andere Medien SD-Card CF-Card USB-Memory Stick**VI. E-MAIL- / FTP- / ISDN-ÜBERTRAGUNG**

Nur nach Vorankündigung an Herrn Klaus Urlichs, Satz & Litho Hellinger GmbH, E-Mail fhhellinger@vva.de

Fax: +49-(0)211-735 71 33, Tel.: +49-(0)211-735 73 09.

Übertragung per E-Mail fhhellinger@vva.de Leonardo ISDN-Nr. +49-(0)211-735 73 36 FTP-Übertragung

vorgesehen am (Datum/Uhrzeit) _____ bereits erfolgt am (Datum/Uhrzeit) _____

VII. UNTERSCHRIFT _____ **DATUM** _____

Allgemeine Geschäftsbedingungen der Dr. Rolf M. Wolf Media GmbH

1. Für Aufträge gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Dr. Rolf M. Wolf Media GmbH (im Folgenden "Verlag" genannt). Die Geltung von Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Auftraggebers ist ausdrücklich ausgeschlossen.

2. Ein Auftrag im Sinne dieser Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Erstellung, Einspeisung und/oder Veröffentlichung einer oder mehrerer Werbungen inklusive Beilagen (im Folgenden "Werbung(en)" oder "Anzeige(n)" genannt) nur eines Werbungtreibenden. Dies gilt auch für die Erschließung weiterer, nicht zu Verlagspublikationen gehörender Werbeeinhalte des Werbungtreibenden durch Hyperlinks.

3. Der Vertrag kommt erst zu Stande durch schriftliche oder per E-Mail erfolgte Bestätigung des Auftrags seitens des Verlages oder die Veröffentlichung der Werbung. Mündliche oder telefonische Bestätigungen sind rechtlich nicht verbindlich. Sofern zusätzlich angebotene Leistungen, die nicht Teil des Vertrages sind, durch den Werbungtreibenden in Auftrag gegeben werden, ist deren Übernahme durch den Verlag schriftlich zu bestätigen.

4. Bestellungen sind rechtsverbindlich. Lehnt der Verlag den Auftrag innerhalb von vier Wochen ab Erhalt des Auftrags nicht ab, gilt der Auftrag als angenommen.

5. Sollte ein Auftrag für eine Werbung nach dem vom Verlag mitgeteilten letztmöglichen Termin eintreffen, behält sich der Verlag vor, diesen in die vorgesehene Publikation aufzunehmen. Eine eventuelle Zahlungspflicht bleibt bestehen.

6. Aufträge sind im Zweifel innerhalb von 12 Monaten nach Vertragsabschluss abzuwickeln. Ist in einem Rahmenvertrag das Recht zum Abruf mehrerer Werbungen eingeräumt, ist der Auftrag innerhalb von 12 Monaten seit Erscheinen der ersten Werbung abzuwickeln.

7. Der Verlag ist um sorgfältige Ausführung des Auftrages bemüht. Der Verlag gewährleistet eine, dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe der Werbung. Der Verlag ist bemüht, den Auftrag zum vorgesehenen Termin auszuführen, haftet jedoch nicht für die Einhaltung des Erscheinungszeitpunktes. Weder der Verlag noch dessen Angestellte, Erfüllungsgehilfen oder sonstige Hilfspersonen oder Vertreter gewährleisten, dass durch die Werbung bestimmte Ergebnisse erzielt werden können.

8. Es gelten die jeweils aktuellen Konditionen, die in der aktuellen Preisliste bzw. in den aktuellen Anzeigentarifen gesondert aufgeführt sind. Anzeigentarife und Preislisten sind keine Angebote im Sinne des Bürgerlichen Gesetzbuchs. Der Umfang und die Kosten der Werbung ergeben sich aus der jeweils gültigen Preisangabe. Eventuell vom Verlag abgegebene Angebote sind in jedem Fall freibleibend. Die in den Anzeigentarifen und Preislisten aufgeführten Preise, Zuschläge und Rabatte werden für alle Auftraggeber nach einheitlichen Richtlinien angewendet. Die Preise verstehen sich zuzüglich der jeweils gültigen gesetzlichen Mehrwertsteuer. Eine Änderung der Anzeigentarife und Preisliste bleibt vorbehalten. Für vom Verlag bestätigte Aufträge sind Preisänderungen nur wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens drei Monate vor Veröffentlichung der Werbung angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von fünf Werktagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

9. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten und Anzeigentarife des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsvergütung darf an die Kunden weder ganz noch teilweise weitergegeben werden. Aufträge von Werbeagenturen werden nur für namentlich genau bezeichnete Werbungtreibende angenommen, deren Firmenanschrift dem Verlag bekannt ist. Werbemittler erhalten vom Verlag nur dann eine Vermittlungsprovision, wenn sie den Auftrag direkt erteilen, die Bezahlung übernehmen und Produktionsunterlagen direkt liefern.

10. Der Verlag ist berechtigt, Leistungen, die im Zusammenhang mit der Herstellung und Veröffentlichung der Werbung stehen, auch an Dritte zur Ausführung zu übertragen. Eine Rechtsbeziehung zwischen diesem/dieser Ausführenden und dem Auftraggeber kommt hierdurch nicht zu Stande.

11. Eine Verbund- oder Kollektivwerbung, d.h. die gemeinschaftliche Werbung mehrerer Werbungtreibender, ist grundsätzlich ausgeschlossen. Ausnahmeregelungen bedürfen einer individuellen Absprache sowie einer schriftliche Bestätigung des Verlages.

12. Es besteht keine Verpflichtung des Verlages, die Werbung vor Annahme des Auftrags anzusehen und zu prüfen. Deshalb behält sich

der Verlag auch bei rechtsverbindlich angenommenen Aufträgen vor, die Werbung wegen seines Inhalts, seiner Herkunft oder seiner technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen abzulehnen – auch im Falle einzelner Abrufe im Rahmen eines Gesamtabschlusses. Dies gilt auch für Werbung, die durch Verlagsvertreter oder sonstige Vermittlungsstellen angenommen wird. Der Verlag kann vom Vertrag ohne Schadensersatzanspruch für den Auftraggeber zurücktreten, wenn sich erst nachträglich herausstellt, dass Inhalt und/oder Form des Auftrages gegen maßgebliche Grundsätze verstoßen, so u.a. sittenwidriger Inhalt und/oder bei Verstoß gegen religiöse oder politische Neutralität. Dies gilt auch für die Erschließung weiterer, nicht zur Werbung gehörender Werbeeinhalte des Werbungtreibenden durch Hyperlinks im Internet. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

13. Im Falle der Zurückweisung eines Auftrags hat der Auftraggeber Anspruch auf Rückzahlung der von ihm bereits an den Verlag erbrachten Leistungen. Die Geltendmachung weiterer Ansprüche wird ausdrücklich ausgeschlossen. Wird die Werbung trotz der zunächst erklärten Zurückweisung veröffentlicht, bleibt es bei der ursprünglichen Zahlungsverpflichtung des Auftraggebers.

14. Der Verlag ist bei Rückzahlung empfangener Leistungen an den Auftraggeber nicht gebunden, wenn die Werbung, aus welchen Gründen auch immer, nicht erscheint. Im Falle höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung und Schadensersatz.

15. Für den Inhalt der Werbung, für alle darin enthaltenen Angaben und der sich aus diesen eventuell ergebenden Rechtsfolgen haftet der Auftraggeber. Es ist ausschließlich Aufgabe des Auftraggebers, wettbewerbs-, warenzeichen-, urheber-, presse- sowie namensrechtliche und sonstige Fragen vor Erteilung des Auftrages zu klären. Der Auftraggeber bestätigt mit der Auftragserteilung, dass er sämtliche erforderlichen Nutzungsrechte der Inhaber von Urheber-, Marken-, Leistungsschutz-, Persönlichkeits- und sonstigen Rechten an den von ihm gestellten Dateien und Unterlagen (z.B. Texte, Fotos, Graphiken, Ton- und Videoaufzeichnungen, etc.) erworben hat. Der Auftraggeber stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen Verletzung von Rechten Dritter oder gesetz- oder vertragswidrigen Verhaltens des Auftraggebers aus der Ausführung des Auftrags, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag geltend gemacht werden. Im Falle der Inanspruchnahme durch Dritte haftet der Auftraggeber allein. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Werbung auf die Beeinträchtigung von Rechten Dritter zu prüfen.

16. Der Auftraggeber darf die Werbung nur zu Gunsten seiner Erzeugnisse, Leistungen oder Angebote – ohne Erwähnung anderer Firmen – durchführen.

17. Konkurrenzausschluss kann nicht gewährt werden.

18. Für die rechtzeitige Lieferung des Inhalts der Werbung sowie einwandfreier Produktionsunterlagen ist der Auftraggeber verantwortlich und hat die Kosten zu tragen. Der Auftraggeber trägt die Gefahr der Übermittlung des zur Veröffentlichung bestimmten Materials, insbesondere die Gefahr für den Verlust von Daten. Liefert der Kunde die erforderlichen Produktionsunterlagen für eine Werbung nicht rechtzeitig, so ist der Verlag berechtigt, vom Vertrag gegen eine Aufwandsentschädigung in Höhe von 20% des Auftragswertes zurückzutreten, es sei denn, der Kunde weist einen niedrigeren Aufwand nach.

19. Für die Wiedergabequalität ist die Qualität der Produktionsunterlagen entscheidend und maßgebend. Der Kunde ist verpflichtet, ein farbverbindliches Digitalproof/Referenzproof nach FOGRA 28L mit Farbkeil/Messelementen anzuliefern. Insbesondere bei Produktionsunterlagen, die als Digitaldaten geliefert werden, übernimmt der Verlag bezüglich Gestaltung, Textinhalt, Format und Farbgebung der veröffentlichten Werbung keine Haftung. Die Kosten zur Herstellung eines nicht angelieferten Proofs sowie für notwendige Nacharbeiten aufgrund unvollständiger oder qualitativ nicht ausreichender Produktionsunterlagen, werden nach Absprache mit dem Auftraggeber zu den üblichen Sätzen bzw. nach Aufwand gesondert in Rechnung gestellt. Bei Anlieferung von Reinzeichnungen, Fotos etc. werden die anzufertigenden Produktionsvorlagen zu den üblichen Sätzen berechnet. Vom Auftraggeber nachträglich gewünschte Änderungen werden diesem in Rechnung gestellt. Bei mündlich oder telefonisch aufgegebenen Aufträgen oder veranlassten Änderungen übernimmt der Verlag keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe. Sind etwaige Mängel bei den angelieferten Produktionsunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden erst nach Druck bzw. bei Einschaltung der Werbung im Internet deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichungsqualität keine Ansprüche.

20. Ist die Druckunterlage größer als das bestätigte Anzeigenformat,

Allgemeine Geschäftsbedingungen der Dr. Rolf M. Wolf Media GmbH (Fortsetzung)

wird das nächst größere Format berechnet. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die tatsächliche Abdruckhöhe nach dem nächst größeren Format der Preisberechnung zugrunde gelegt.

21. Werbung, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht auf den ersten Blick als Werbung erkennbar ist, wird vom Verlag als solche deutlich kenntlich gemacht.

22. Korrekturabzüge von Anzeigen werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Sendet der Auftraggeber die ihm rechtzeitig übermittelten Korrekturabzüge nicht fristgemäß zurück, so gilt die Druckfreigabe als erteilt. Für die Lesbarkeit von Korrekturen trägt der Auftraggeber die Verantwortung. Kosten für Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen sowie vom Auftraggeber nachträglich gewünschte Änderungen werden dem Auftraggeber in Rechnung gestellt. Bei mündlich oder telefonisch erteilten Aufträgen oder veranlassten Änderungen übernimmt der Verlag keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe.

23. Bei Ausführung sind technisch bedingte Farbabweichungen von den gelieferten Vorlagen vorbehalten und rechtfertigen keinen Preisnachlass.

24. Für die Aufnahme von Anzeigen an bestimmten Plätzen der Publikation wird keine Gewähr geleistet, es sei denn, dass der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrages ausdrücklich davon abhängig gemacht hat. Sonst gelten Platzierungswünsche des Auftraggebers vorbehaltlich der Unterbringungsmöglichkeit. Änderungen von angenommenen Platzierungswünschen behält sich der Verlag aus umbruchtechnischen Gründen vor. Sie berühren nicht die Gültigkeit des Auftrages.

25. Falls ein späteres Rücktrittsrecht nicht ausdrücklich vereinbart wurde, ist der späteste Rücktrittstermin bei Druckschriften der Anzeigenschluss und bei Werbung im Internet zehn Werktagen vor Einschaltung. Ein Rücktritts Antrag ist in jedem Fall schriftlich an den Verlag zu richten. Der Rücktritt ist nur wirksam, sofern der Verlag ihm ausdrücklich und schriftlich zustimmt.

26. Beanstandungen jeglicher Art sind innerhalb von 30 Tagen nach Erscheinen der Werbung schriftlich zu erheben, ansonsten erlischt ein eventueller Anspruch. Ist die in Auftrag gegebene Werbung durch ein Versehen des Verlages oder des Dritten, dem die Ausführung vom Verlag übertragen wurde, ganz oder teilweise nicht realisiert oder inhaltlich verändert, so hat der Auftraggeber ausschließlich Anspruch auf Zahlungsminderung oder ggf. eine Ersatzwerbung, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Werbung beeinträchtigt wurde und höchstens in der Höhe der Kosten der beanstandeten Werbung. Weitergehende Ansprüche, z.B. Neudruck, Einfügung, Zurückhaltung der Veröffentlichung, Versendung von Berichtigungsnachträgen, Schadensersatz usw., sind ausdrücklich ausgeschlossen. Weitergehende Haftungen für den Verlag sind auch bei irrtümlichem Nichterscheinen ausgeschlossen. Unerhebliche Mängel in der Ausführung des Auftrages berechnen nicht zu einem teilweisen oder vollständigen Erlasse des Entgelts. Sollten Mängel im Zusammenhang mit einer Werbung vorliegen, so ist der Auftraggeber nicht berechtigt, dem Verlag die Zahlung eines anderen kostenpflichtigen Auftrages zu verweigern. Eine Aufrechnung ist nur zulässig, wenn der zur Aufrechnung gestellte Anspruch des Auftraggebers unbestritten oder rechtskräftig festgestellt ist.

27. Der Verlag sorgt umgehend nach Erhalt der Beanstandungen für eine Beseitigung der gerügten Mängel, insofern dies noch möglich ist. Ansprüche des Auftraggebers auf Schadensersatz sind ausgeschlossen, sofern dem Verlag nicht Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit vorzuwerfen ist.

28. Der Verlag übernimmt keine Haftung für technische Störungen (wie z.B. seitens eines Internet-Servers oder eines Mail-Servers), soweit diese nicht in den Zuständigkeitsbereich des Verlages fallen. Der Verlag übernimmt keine Haftung dafür, dass der Internetdienst ununterbrochen und/oder fehlerfrei zur Verfügung steht. Die Haftung für sonstige schriftlich vom Verlag zugesicherte Eigenschaften bleibt unberührt und beschränkt sich auf die Höhe der vom Auftraggeber zu zahlenden Leistungen.

29. Bei Betriebsstörungen oder 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 – kann die Veröffentlichung einer Werbung unterbleiben oder ohne vorherige Benachrichtigung des Auftraggebers verschoben werden. Es erlischt jegliche Verpflichtung des Verlages auf Erfüllung von Aufträgen und Leistungen von Schadensersatz. Insbesondere wird auch kein Schadensersatz für nicht veröffentlichte oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Werbung geleistet.

30. Wenn Art und Umfang eines Anzeigenauftrages es rechtfertigen, werden bis zu zwei Kopfbelege oder vollständige Belegexemplare geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Aufnahmebescheinigung des Verlages.

31. Bei Chiffre-Anzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und

rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Er übernimmt darüber hinaus keine Haftung. Zuschriften auf Chiffre-Anzeigen werden nur auf normalem Postwege weitergeleitet. Die Zuschriften auf Chiffre-Anzeigen werden am Tage des Eingangs an den Auftraggeber weitergeleitet. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Chiffredienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

32. Datenträger und sonstige Produktionsunterlagen des Auftraggebers werden ihm nur auf besondere Anforderung und auf seine Kosten zurückgesandt. Die Gefahr hierfür trägt der Auftraggeber. Die Rückgabe der überlassenen Unterlagen erfolgt in dem nach der Bearbeitung üblichen Zustand. Die Pflicht zur Aufbewahrung durch den Verlag endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

33. Werbungtreibenden, die in anderen Objekten des Verlags werblich aktiv sind, wird eine Rabattierung für alle Verlagsobjekte gewährt. Die entsprechenden Nachlässe auf den Gesamtpreis sowie die Voraussetzungen zur Gewährung ergeben sich aus den jeweils aktuellen Mediadaten für das Fruchthandel-Magazin bzw. das Fruchthandel-Adressbuch.

34. Die in der Preisliste verzeichneten Rabatte werden nur für die innerhalb von 12 Monaten erscheinenden Anzeigen eines Werbungtreibenden gewährt. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige, wenn nicht bei Vertragsabschluss ein anderer Beginn vereinbart wird. Der Werbungtreibende hat rückwirkenden Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Rabatt, unabhängig davon, ob er zu Beginn der Frist bereits einen Auftrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste bereits zu einem Rabatt von vornherein berechtigt. Wird ein solcher Auftrag aus Umständen, die der Verlag nicht zu vertreten hat, nicht erfüllt, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem bereits gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Rabatt dem Verlag zurück zu vergüten. Die Rückvergütung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht. Für den Anspruch auf eine gemeinsame Konzern-Rabattierung ist bei konzernangehörigen Unternehmen eine Kapitalbeteiligung von mindestens 50% erforderlich. Der Anspruchsteller hat den Nachweis des Bestehens einer solchen Unternehmensverbindung zu führen.

35. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung unmittelbar nach Erscheinen der Anzeige gestellt. Die Rechnung ist sofort nach Erhalt ohne Abzug zu bezahlen. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von fünf Prozent p.a. über dem jeweils gültigen Basiszinssatz nach §247 Abs.1 BGB sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Aufträge Vorauszahlungen verlangen. Bei Konkursen und Zwangsvergleichen entfällt jeglicher Nachlass. Bei begründetem Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Auftrages, das Erscheinen weiterer Werbung, ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel, von der Vorauszahlung des Betrags und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Der Verlag kann auch im Falle begründeter Zweifel an der Kreditwürdigkeit des Auftraggebers vom Vertrag ohne Schadensersatz zurücktreten.

36. Der Auftraggeber erklärt ausdrücklich, dass er diese Geschäftsbedingungen zur Kenntnis genommen hat und erkennt sie durch seine Unterschrift unter dem Auftrag bzw. durch die Zusendung eines Auftrages per Post, Fax oder E-Mail an. Wenn, aus welchem Grund auch immer, der Auftraggeber den Auftrag nicht schriftlich bestätigt hat, gilt die Annahme der schriftlichen Auftragsbestätigung des Verlages als Anerkennung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen seitens des Kunden, falls der Auftrag nicht unmittelbar nach Erhalt der Auftragsbestätigung vom Kunden storniert wird.

37. Änderungen oder Ergänzungen des Vertrages oder dieser Geschäftsbedingungen einschließlich Nebenabreden und Änderungen dieser Klausel bedürfen der Schriftform. Sollte eine der Bestimmungen des Vertrages oder dieser Geschäftsbedingungen unwirksam sein oder werden, wird hierdurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Die unwirksame Bestimmung ist in eine solche wirksame Bestimmung umzudeuten, die dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen Bestimmung am nächsten kommt.

38. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist für beide Teile Düsseldorf. Auf die Verträge ist ausschließlich deutsches Recht anwendbar.

Stand Oktober 2008.