

Mediadaten 2022

Anzeigen-
preisliste Nr. 34,
gültig ab
Ausgabe 1/2022

Ihr
Medien-
Partner
Nr.1
im Interschutz-Jahr!



2 | Warum Sie bei uns werben sollten...



Im 1. Halbjahr 2021 verzeichnet das Feuerwehr-Magazins eine verkaufte Auflage von **41.061** Exemplaren pro Monat.

Pro Ausgabe hat das Feuerwehr-Magazin 2,2 Leser.** Das entspräche einer hochgerechneten Gesamtleerschaft von **90.334 Lesern** pro Ausgabe.*

Außerdem!

Viele Leser des Feuerwehr-Magazins **sammeln** die Hefte und nehmen sie später noch einmal zur Hand.



Hohe Reichweite!

Für Sie als Werbekunde bedeutet das: **1x geschaltet** und mindestens **2x gelesen!**



Ihre Werbung im Feuerwehr-Magazin wirkt also **nachhaltig.**

*) Berechnung 41.061 verkaufte Exemplare lt. 1. Halbjahr 2021 x 2,2 Leser pro Heft (Wert aus der Leserumfrage) = 90.334 Leser (gesamt). 1 Empfänger + 1,2 Mitleser = 2,2 Leser pro Ausgabe.

**) Quelle: Online-Leserumfrage 2013 mit 2 100 Teilnehmern, Leser der Zeitschrift Feuerwehr-Magazin. Stichproben haben ergeben; Dieser Wert ist noch immer aktuell.



Das Feuerwehr-Magazin ist die Zeitschrift für alle aktiven Feuerwehrleute, Brand- und Katastrophenschützer

Monat für Monat liefert das Feuerwehr-Magazin hauptberuflichen und freiwilligen Feuerwehrleuten im gesamten deutschsprachigen Raum unverzichtbares Wissen über Fahrzeuge, Wachen, Geräte und Technik sowie zu Einsätzen, juristischen Fragen und dem taktischen Vorgehen. Das Feuerwehr-Magazin dient dabei als Inspirationsquelle und Investitionsratgeber zugleich. Nur wir testen regelmäßig Ausrüstung und liefern neutrale Marktbeschreibungen.

Die Leser des Feuerwehr-Magazins sind mehrheitliche junge technikbegeisterte Professionals mit starken Macherqualitäten – stets auf der Suche nach neuen Ideen, Impulsen und Lösungen für ihre täglichen Einsätze.

Das Feuerwehr-Magazin ist dabei viel mehr als eine Zeitschrift: Wir verstehen uns als das Informationsmedium für alle

Feuerwehrleute – aus Berufsfeuerwehren, aus Werkfeuerwehren, aus Freiwilligen Feuerwehren, den Alters- und Ehrenabteilungen sowie den Jugendfeuerwehren. Über feuerwehrmagazin.de, die Newsletter sowie die Social-MediaKanäle versorgen wir die Branche rund um die Uhr mit den wichtigsten News und ermöglichen einen schnellen Wissenstransfer.

Feuerwehr-Magazin – überall dort, wo die Branche ist!

Erscheinungsweise

monatlich

Jahrgang

39. Jahrgang

Bezugspreise

Jahresabonnement: 63,00 € (D);
68,20 € (AT/EUR/Welt); 112,20 (CH)
Einzelheft 5,90 € (D);
6,50 € (AT/EUR/Welt); 10,60 (CH)

4 | Unsere Zielgruppe/Personas

Die hier dargestellten »Personas« sind keine real existierenden Personen, sondern stereotypische Vertreter unserer wichtigsten Leser/User-Gruppen. Sie helfen unseren Redakteuren dabei, beim Recherchieren, Schreiben und Planen stets die Bedürfnisse, Wünsche und Ziele der jeweiligen Leser/User zu berücksichtigen.



»Reportagen über Fahrzeuge und Ausrüstung sowie Einsatzberichte finde ich spannend.«

Marco Macher

- Seit zirka 20 Jahren dabei
- Fahrzeugpflege und -übergabe: Mängelfeststellung
- Mitsprache bei Beschaffungen
- Zuständig für Übungspläne

Informiert sich auch über

Lehrgänge von Herstellern, Internet, Facebook

Interessiert sich besonders für

Fahrzeuge und Ausstattung, neue Technik



»Ich bereite mich schon intensiv auf meinen ersten echten Einsatz bei der Freiwilligen Feuerwehr vor.«

Julia Jugendfeuerwehr

- Jede Woche am Feuerwehrhaus
- Viele Übungen, darf ab und an bei Einsätzen mitfahren
- Ziel: Eintritt in die Freiwillige Feuerwehr
- Kauft sich manchmal selbst Ausrüstung dazu

Informiert sich auch über

interne Seminare, Social Media-Kanäle

Interessiert sich besonders für

Reportagen, Videos



»Ich habe mir fast die ganze Schutzkleidung und Ausrüstung noch einmal privat gekauft – so bin ich jederzeit einsatzbereit!«

Ben Brenner

- Besitzt auch private Ausrüstung und Equipment
- Versucht, an so vielen Einsätzen wie möglich teilzunehmen
- Hat verschiedenste Ämter/Aufgaben bei seiner Wehr

Informiert sich auch über

Fortbildungen und Seminare, Newsletter, Messen, Facebook

Interessiert sich besonders für

Ausbildung, Ausrüstung, Produkt-/Vergleichstests, Einsatzberichte



»Ich möchte aus den Fehlern von anderen Feuerwehrleuten lernen, um eigene Lösungsansätze zu entwickeln.«

Leo Leader

- Viel Verwaltung, kein Techniker
- Nur bei Groß-Einsätzen vor Ort
- Führungsdienst
- Verantwortlich für Beschaffungen

Informiert sich auch über

Lehrgänge, Fortbildungen, andere Magazine, Hersteller-Websites

Interessiert sich besonders für

kritische Fachberichte zu Ausrüstung und Fahrzeugen, Tests, Organisation, Fachmessen

Fachzeitschriften stellen in allen Nutzersegmenten (Berufs- sowie Freiwillige Feuerwehr) das Informationsmedium **Nummer 1** im Bereich Print dar.**



Über **95%** der Feuerwehrleute interessieren sich sehr für Produkte aus der Fachbranche sowie Fahrzeuge und Technik.**

Von den hauptberuflichen Feuerwehrleuten (Berufs- und Werkfeuerwehr) sind über **63%** mindestens maßgeblich an der Beschaffung von Ausrüstung und Fahrzeugen beteiligt.*

47% der Feuerwehrleute schaffen sich Teile ihrer Persönlichen Schutzausrüstung (PSA) selbst an. Sie geben dazu einen Maximalbetrag von 100 Euro jährlich aus.**

*) Quelle: Online-Umfrage auf feuerwehrmagazin.de, 1.259 Teilnehmer, Befragungszeitraum: Frühjahr 2019

***) Quelle: Online-Umfrage auf feuerwehrmagazin.de, 617 Teilnehmer, Befragungszeitraum: Frühjahr 2019

6 | Unsere 360°-Strategie



Mit uns erreichen Sie Ihre Zielgruppe auf allen Kanälen – jederzeit und überall!

Print-Abonnenten¹⁾
25.510
Digital-Abonnenten¹⁾
3.667
Verkaufte Auflage¹⁾
41.061
Leser (2,2 Leser/Ausgabe)²⁾
90.334
Visits/Monat¹⁾
517.143
PIs/Monat¹⁾
709.960
Newsletter-Abonnenten¹⁾
13.769
eDossier-Downloads³⁾
78.255
Facebook-Fans¹⁾
158.875
Twitter-Follower¹⁾
22.321
Pinterest/monatliche Aufrufe¹⁾
288.400
Instagram-Follower¹⁾
122.000
YouTube-Abonnenten¹⁾
12.800
XING-Follower¹⁾
7.890

**Gesamtreichweite
2.103.869
Personen pro Monat**

¹⁾ Stand: August 2021
²⁾ Quelle: Leserumfrage 2013 mit 2100 Teilnehmern, Leser der Zeitschrift Feuerwehr-Magazin
³⁾ Gesamtmenge FM und RD, Zeitraum Januar 2016 bis Juli 2021

7 | Native Advertising Portfolio



Wer heute die Aufmerksamkeit seines Kunden gewinnen möchte, braucht einen Mix aus redaktionellem Content und Werbe- oder Markenbotschaft – kurz: Native Advertising!!

Wie funktioniert Native Advertising?

Ihre Werbe-/Markenbotschaft wird mit Hilfe einer redaktionellen Handlung (Storytelling) im redaktionellen Umfeld unserer Plattformen veröffentlicht. Native Advertising unterstützt Sie so dabei, die Deutungshoheit Ihres Unternehmens und Ihrer Angebote in der für Sie relevanten Zielgruppe auf- und auszubauen.

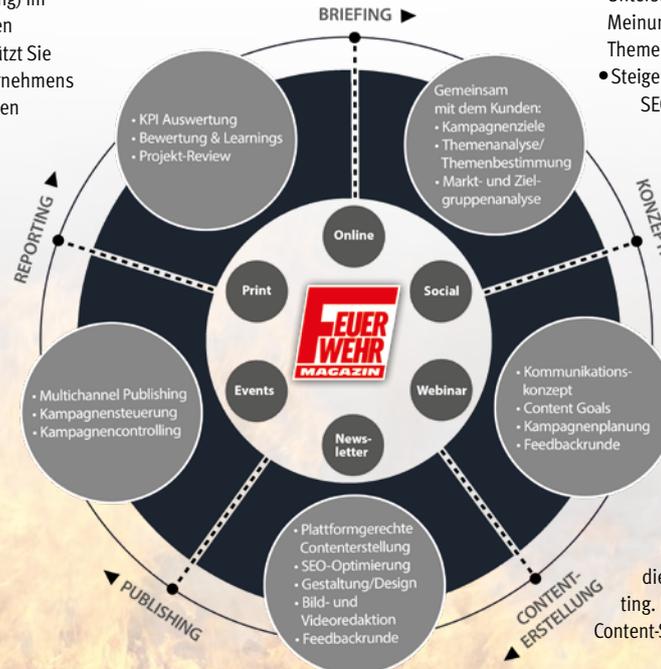
Was leistet Native Advertising beim Feuerwehr-Magazin?

- Hohe Aufmerksamkeit und Engagement unserer Community auf Ihrem Content durch die hohe Glaubwürdigkeit und Reichweite unserer Medienmarke
- Veröffentlichung Ihres Contents im Look & Feel unseres redaktionellen Umfeldes. Gerne übernehmen wir für Sie die Contenterstellung
- Führt zu längerer Verweildauer und höherem Involvement mit Ihrer Marke sowie Ihrer Botschaft und erzielt langfristige Effekte
- Ist eine gute Möglichkeit zur Trafficsteigerung Ihrer Channels

- Ist der einzige Weg, Ihre Zielgruppe über alle relevanten Kommunikationskanäle (Print, Online, Social Media) hinweg zu erreichen und dabei Ad Blocker zu umgehen

- Hilft, die weiße Zielgruppe Ihres Unternehmens und Ihrer Produkte zu erschließen, indem mehr Menschen für Ihr Thema gewonnen werden
- Ermöglicht maßgeschneiderte Kommunikation in die für Sie relevante Zielgruppe durch klare Persona-Definition und Positionierung vom Feuerwehr-Magazin
- Unterstützt Ihr Unternehmen, sich als Meinungsbildner in den zielgruppenrelevanten Themen zu etablieren
- Steigert die Sichtbarkeit Ihrer Marke durch SEO-optimiertes multimediales Storytelling (Text, Bild, Grafik, Video)

Unser Prozess zu einer erfolgreichen Native Advertising Kampagne



Content ist King und wir sind die Themenchampions

Wir sind Content-Spezialisten für unsere Zielgruppen und wissen genau, welche Themen unsere Community interessiert. Überlassen Sie einfach uns das Storytelling Ihrer Botschaft. Wir sorgen dafür, dass Ihre Themen unsere Community wirksam erreichen.

Wir übernehmen für Sie die Kampagnenkonzepion, die Contenterstellung, das Multichannel-Publishing, die Kampagnensteuerung und das Reporting. Full Service aus einer Hand – von den Content-Spezialisten Ihrer Zielgruppe.

8 | Termine und Themenplan

INTERSCHUTZ 2022

Messehefte!
Erweiterter Umfang!

zzgl. 5% Messeaufschlag!

zzgl. 10% Messeaufschlag!

Ausgabe/Heft	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss	Themen*	Geplante Messen und Kongresse, Anmerkungen**
01/2022	17.12.2021	19.11.2021	26.11.2021	BF Bonn, WF Meyerwerft, Löschrucksäcke	22. bis 31. Januar 2022: Boot Düsseldorf
02/2022	28.01.2022	17.12.2021	07.01.2022	BF Dessau-Rosslau, FF Darmstadt, Atemschutzsysteme	–
03/2022	25.02.2022	28.01.2022	04.02.2022	FF Neustadt i.H., WF Röhms, Test: Schlauchaufroller	Teilnahme am Projekt „Zeitschriften in der Schule“
04/2022	25.03.2022	25.02.2022	04.03.2022	Feuerwehr Erlangen, Test: Knickkopflampen	Teilnahme am Projekt „Zeitschriften in der Schule“
05/2022	29.04.2022	01.04.2022	08.04.2022	Umweltwache BF Hamburg, FF Langenhagen, UTA Bundeswehr, TH-Handschuhe	11. bis 13. Mai 2022: RETTmobil international in Fulda
06/2022	27.05.2022	29.04.2022	06.05.2022	FF Titisee-Neustadt, WF VW Stöcken, Kabinen von Löschfahrzeugen	20. bis 25. Juni 2022: INTERSCHUTZ in Hannover 29. bis 30. Juni 2022: FeuerTrutz in Nürnberg
07/2022	24.06.2022	27.05.2022	03.06.2022	FF Wiesbaden, Flughafenfeuerwehr Berlin, Marktübersicht: Schnürstiefel	–
08/2022	29.07.2022	01.07.2022	08.07.2022	BF Eberswalde, FF Passau, Marktübersicht: Schlupfstiefel	Interschutz: Nachbericht
09/2022	26.08.2022	29.07.2022	05.08.2022	FF Luckenwalde, WF Axalta, TH-Geräte	20. bis 25. September 2022: IAA Nutzfahrzeuge in Hannover 20. bis 23. September 2022: Security in Essen
10/2021	30.09.2022	02.09.2022	09.09.2022	FF Craibshiem, Akademie Hamburg, Fahrzeug-Beklebung	13. bis 15. Oktober 2022: Florian in Dresden
11/2022	28.10.2022	30.09.2022	07.10.2022	Feuerwehr Bergen, FF Tirschenreuth, Stromausfall	22. bis 24. November 2022: PMR Expo in Köln
12/2022	25.11.2022	28.10.2022	04.11.2022	BF Hanau, FF Riesa, Stromerzeuger	–

*Änderungen aus redaktionellen Gründen oder aktuellem Anlass vorbehalten. **Stand: August 2021 – Angaben ohne Gewähr.

Für Stellenanzeigen
erweiterte Anzeigenschlusstermine –
bitte sprechen Sie uns an!

9 | Anzeigenpreise und -formate



Zeitschriftenformat:

210 mm breit x 280 mm hoch

Satzspiegel:

188 mm breit x 243 mm hoch

Farben nach Euroskala,

Sonderfarben auf Anfrage

AE-Provision:

15 % (nur bei Lieferung einer druckfähigen Anzeige)

Sonderplatzierungen:

Wir erheben **15 % Aufschlag** bei

- fest zugesagten Platzierungen
- Platzierung einer Anzeige im

Format 1/2 hoch auf Seite 5

(neben dem Inhaltsverzeichnis)

sowie im **1/1-Format auf der 2., 3. und 4. Umschlagseite**

Kleinanzeigen (gewerbliche, gestaltete Anzeigen)*:

Pro mm (1-spaltig, 42 mm) s/w 4 €

1 Zusatzfarbe + 50 % Farbzuschlag,

4c + 100 % Farbzuschlag

Buchung ab einer Höhe von

30 mm/1-spaltig

Platzierung im Kleinanzeigenteil,

Rubrik nach Wahl

Fließtextanzeigen/Textanzeigen*:

(zirka 24 Zeichen pro Zeile inklusive

Satz-/Leerzeichen)

Format	Breite x Höhe in mm	Grundpreis	2-farbig	3-farbig	4-farbig	Stellenanzeigen s/w-Preis	Stellenanzeigen 4c-Preis
1/1 Seite	188 x 243	3.565 €	4.115 €	4.665 €	5.210 €	2.870 €	4.225 €
2/3 Seite hoch quer	120 x 243 188 x 160	2.500 €	3.030 €	3.560 €	4.100 €	1.905 €	2.885 €
1/2 Seite hoch quer	90 x 243 188 x 120	1.970 €	2.580 €	3.190 €	3.795 €	1.480 €	2.405 €
1/3 Seite hoch quer	60 x 243 188 x 80	1.315 €	1.890 €	2.465 €	3.035 €	1.040 €	1.625 €
1/4 Seite hoch quer Würfel	45 x 243 188 x 60 90 x 120	1.120 €	1.660 €	2.195 €	2.710 €	756 €	1.320 €
1/8 Seite quer (a) quer (b)	90 x 60 188 x 30	560 €	1.075 €	1.590 €	2.095 €	420 €	780 €

Gleicher Preis bei Formaten im Beschnitt oder im Satzspiegel. Sonderformate auf Anfrage!

Privatanzeige: 5 Zeilen pauschal 16 €, jede weitere Zeile 2,70 €

Gewerbliche Anzeigen: 5 Zeilen pauschal 47 €. Ab der 6. Zeile wird zum mm-Preis von 3 € je Spalte abgerechnet

Preis je Foto: 27 €

Platzierung Kleinanzeigen, Rubrik nach Wahl

Chiffregebühr: 5,60 €

Bei gewerblichen Anzeigen

im Inland alle Preise zzgl. MwSt.

Nachlässe: Bei mehreren Anzeigen innerhalb von zwölf Monaten

Malstaffel:

3-maliges Erscheinen 3 %

6-maliges Erscheinen 5 %

9-maliges Erscheinen 10 %

12-maliges Erscheinen 15 %

Mengenstaffel:

bei 3 Seiten 4 % bei 9 Seiten 12 %

bei 6 Seiten 8 % bei 12 Seiten 15 %

Zahlungsbedingungen:

20 Tage nach Rechnungsdatum

ohne Abzug.

Bankverbindung:

Sparkasse Ulm

Konto-Nr.: 90 917, BLZ 630 500 00

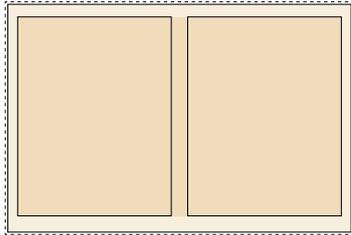
IBAN: DE56 6305 000 000 000 90917

BIC: SOLADES 1ULM

St.-Nr.: 28/88/030/10409

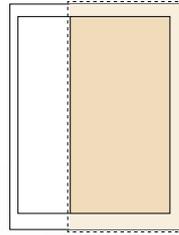
UST-ID-Nr.: DE 147041097

* Kleinanzeigen aus dem Feuerwehr-Magazin werden auch auf feuerwehrmagazin.de als pdf-Datei veröffentlicht. Diese Reichweiten-Verlängerung ist eine kostenlose Dreingabe, auf die kein Anspruch besteht.



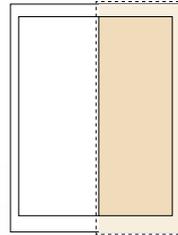
Doppelseite

- = im Satzspiegel:
396 x 243 mm
- = im Beschnitt:
420 x 280 mm*



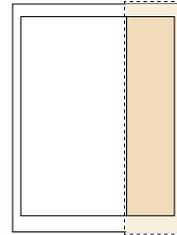
2/3 Seite hoch

- = im Satzspiegel:
120 x 243 mm
- = im Beschnitt:
132 x 280 mm*



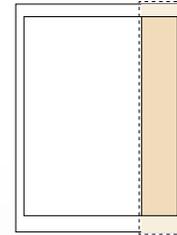
1/2 Seite hoch

- = im Satzspiegel:
90 x 243 mm
- = im Beschnitt:
102 x 280 mm*



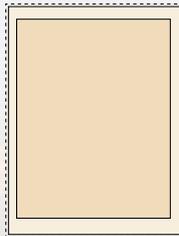
1/3 Seite hoch

- = im Satzspiegel:
60 x 243 mm
- = im Beschnitt:
72 x 280 mm*



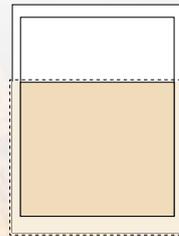
1/4 Seite hoch

- = im Satzspiegel:
45 x 243 mm
- = im Beschnitt:
57 x 280 mm*



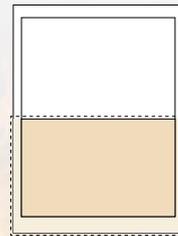
1/1 Seite

- = im Satzspiegel:
188 x 243 mm
- = im Beschnitt:
210 x 280 mm*



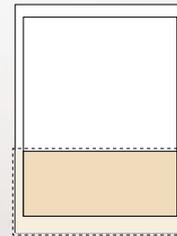
2/3 Seite quer

- = im Satzspiegel:
188 x 160 mm
- = im Beschnitt:
210 x 180 mm*



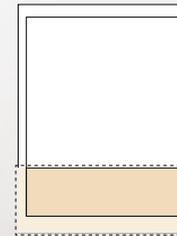
1/2 Seite quer

- = im Satzspiegel:
188 x 120 mm
- = im Beschnitt:
210 x 140 mm*



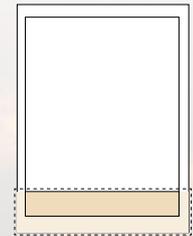
1/3 Seite quer

- = im Satzspiegel:
188 x 80 mm
- = im Beschnitt:
210 x 100 mm*



1/4 Seite quer

- = im Satzspiegel:
188 x 60 mm
- = im Beschnitt:
210 x 80 mm*



1/8 Seite quer

- = im Satzspiegel:
188 x 30 mm
- = im Beschnitt:
210 x 50 mm*

**Die technischen
Angaben für Ihre
Datenübermittlung
finden Sie auf
der Folgeseite!**

Erklärung = Anzeigenformat im Satzspiegel

= Anzeige im Hefformat; *Achtung: Anzeige bitte an allen vier Seiten mit je 3 mm Beschnittzugabe anlegen! (:.....) = Beschnittzugabe

Technische Angaben

In den folgenden Richtlinien geben wir Ihnen Informationen für die korrekte Weitergabe von **digitalen Anzeigendaten**. Bei der heutigen, vollständig digitalen Prozesskette in der Magazin-Produktion ist ein geregeltes Datenhandling notwendig.

Druckunterlagen

Bitte senden Sie per Fax an +49 421 701894 oder per E-Mail fm@medienhaven.de folgende Informationen:

- Name des Kunden oder der Agentur
- mit Angabe der Telefonnummer und E-Mail des technischen Ansprechpartners
- Ausgabe und Titel, in welchem Ihre Anzeige erscheinen soll.

Technische Vorgaben

• Programme

MAC: Indesign, Illustrator, Photoshop
PC: Indesign, Photoshop

• Bilder und Grafiken

Müssen vierfarbig angelegt sein. Binden Sie bitte bei eps-Dateien alle benötigten Schriften ein oder wandeln Sie den Text in Zeichenwege.

• Beschnitt

Um zu vermeiden, dass Schrift- oder Bildelemente ungewollt in den Beschnitt geraten, halten Sie bitte an allen vier Seiten 10 mm Abstand zum Heftrand ein.

• Datenkomprimierung

SIT, SITX, SEA (MAC); ZIP (PC)

• Dateiformate

PDFX3 oder PDFX4
Farbprofil: ISO Coated v2

Bitte beachten – wichtige Infos für die

Tablet-Ausgabe: Für die digitale Verwendung Ihrer Anzeige ist es erforderlich, dass Sie eventuelle **Links** (E-Mail-Adressen oder Webseiten) direkt in Ihre Datei einbetten.

Beim Klick darauf sollte sich die entsprechende Seite bzw. Adresse öffnen. Gleiches gilt bei der Verwendung von **QR-Codes**. Auch hier muss der entsprechende Link hinterlegt sein. **Nachträglich können wir Ihre Anzeige nicht mehr verlinken.**

• Ausdruck

Senden Sie uns bitte unbedingt einen Farbausdruck oder verbindliches Proof mit FOGRA-Keil mit.

• Datenübermittlung

auf DVD, CD-ROM, USB-Stick
Fax +49 421 701894 (nur bei reinen Textanzeigen)
E-Mail fm@medienhaven.de



Stornierung

- kostenfrei ohne Platzierungswunsch bis zum jeweiligen Anzeigenschluss
- kostenfrei mit Platzierungswunsch 14 Tage vor jeweiligen Anzeigenschluss (siehe Seite 8)

Bei Stornierungen nach Ablauf dieser Fristen werden Bearbeitungsgebühren von 25 % der Auftragssumme fällig.

Bei nicht fristgerechter Druckunterlagen-Anlieferung werden technische Gebühren fällig.

Bei Fragen zur **Übermittlung größerer Datenmengen** wenden Sie sich bitte an Frau Heide Rüdiger
Telefon +49 421 726600
E-Mail fm@medienhaven.de

Postadresse:
Medienhaven GmbH
Vor dem Steintor 34
28203 Bremen

Beilagen

Bis 25 g Gewicht 115 € per angefangene Tausend zzgl. Postgebühren bei Abo-Auflage (über 25 g Gewicht auf Anfrage).

Höchstformat der Beilage: 20,5 cm x 27,3 cm (Breite x Höhe). Die Beilage darf das Gewicht von 150 g nicht überschreiten!

Standardbeilagen werden lose und an unbestimmter Stelle ins Heft eingelegt und maschinell verarbeitet.

Alle Preise zzgl. MwSt. im Inland.

Einhefter

4-seitig: 6.870 € 12-seitig: 13.900 €
8-seitig: 10.110 € 16-seitig: 16.850 €

Die Preise gelten für die Gesamtauflage.

Einhefter im Heftformat: 210 mm x 280 mm
+ 5 mm Beschnitt an allen Seiten.

Kleinere Einhefter nur auf Anfrage.

Bitte beachten Sie bei Einheftern, Beilagen und Warenmustern folgende Punkte:

- Vor der Auftragsannahme benötigen wir **1 verbindliches Muster**, notfalls ein Blindmuster mit Größen- und Gewichtsangaben
- **Das Muster bitte an unsere Druckerei senden:** L.N. Schaffrath GmbH & Co. KG DruckMedien, Herr Dietmar Bexkens, Marktweg 42-50, 47608 Geldern
- Werbemittel dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungstreibenden werben. Sie müssen den Postbestimmungen ent-

Aufpreise

bei Sonderwerbformen entstehen für:

- Teilbelegung
- Selektion der Adressen
- Aufkleben der Postkarte an bestimmter Stelle (z.B. 1. Heftdrittel...)
- manuelles Einlegen der Beilage
- manuelles Aufkleben der Postkarte
- Versand der Hefte in Folientaschen aufgrund der Beilage oder sonstiger Werbemittel
- Einhefter, Beilagen und Postkarten müssen in der Art und Ausführung so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Aufbereitung und Bearbeitung entfällt. Bei falschem Beschnitt und Falz kann keine Verarbeitungsgarantie übernommen werden. Erschwernisse und zusätzliche Falz- oder Klebearbeiten werden gesondert berechnet

Bitte beachten: Sonderwerbformen sind AE-, aber nicht rabattfähig.

- sprechend so gestaltet sein, dass sie nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können. Die Platzierung ist abhängig von den technischen Möglichkeiten
- **Beilagen bitte nicht im Zick-Zack-Falz anliefern – nur gegen Aufpreis möglich.**
- Anlieferungstermin: eine Woche nach Druckunterlagenschluss (siehe Seite 8)

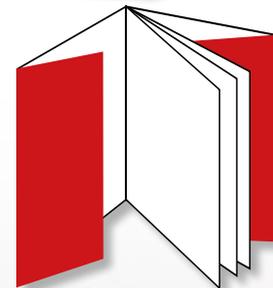
Aufklapper (Gate- und Backfolder)

Der Aufklapper ist eine ausklappbare Anzeigenseite. Möglich ist diese Werbemittel nach links (U2, Gatefolder) oder nach rechts (U4, Backfolder) ausklappbar. Die Seite ist beidseitig bedruckbar und kann mit einer Perforation zum Heraustrennen versehen werden. Die Papierstärke entspricht dem Umschlag.

U2 (Gatefolder): 13.000 €
U4 (Backfolder): 15.000 €

Alle Preise zzgl. MwSt. im Inland.

Genauere Abmessungen und weitere Infos teilen wir Ihnen gerne mit.



Der Sonderdruck als optimales PR-Material für Ihr Unternehmen

Fachbeiträge im Feuerwehr-Magazin über Ihr Unternehmen, Ihre Produkte oder Dienstleistungen haben bei Feuerwehrleuten und Entscheidungsträgern einen hohen Stellenwert. Nutzen Sie diesen Effekt für Ihre Werbung und integrieren Sie diesen hochwertigen Content in die Kommunikation mit Ihrer Zielgruppe. **Sie haben die Wahl zwischen zwei Varianten:**



Klassische Sonderdrucke (Print)...

...sind das ideale Mittel, um Ihren Kunden gezielt Anwendungsbeispiele Ihrer Produkte, Technologien und Dienstleistungen an die Hand zu geben – beim Gespräch vor Ort, auf Messen und Kongressen oder über Ihren Außendienst.

Digitale Sonderdrucke...

...sind so genannte **Themen-Specials** im PDF-Format. Sie ergänzen wirkungsvoll und kostengünstig zum Beispiel Ihre Mailing-Aktionen, bereichern Ihren Internet-auftritt oder Ihr elektronisches Prospektmaterial.



**Interessiert?
Fordern Sie
einfach unseren
ausführlichen
Flyer an!**

Bitte beachten!
NEU

Profitieren Sie von unseren attraktiven Gesamtpaketen. Oder fragen Sie nach ganz individuellen Crossmedia-Paketen. **Wir beraten Sie gern!**

Ulrike Groß Print/Tablet
Telefon +49 4104 690446
E-Mail gross@ebnermedia.de

Mareike Koch Online
Telefon +49 731 88005-4255
E-Mail koch@feuerwehrmagazin.de

Crossmedia-Paket »Gold«

Magazin

1/1 Seite 4c

+

Digital

- Advertorial *SUPREME*
+ Facebook-Posting
- Skyscraper auf
feuerwehrmagazin.de,
45.000 garantierte
Sichtkontakte
- Newsletter-Advertorial,
erste Position

**Paket-Preis
9.900 €**

Regulärer Preis: 11.000 €

10% Ersparnis: 1.100 €

Crossmedia-Paket »Silber«

Magazin

1/2 Seite 4c

+

Digital

- Advertorial *SUPREME*
+ Facebook-Posting
- Skyscraper auf
feuerwehrmagazin.de,
30.000 garantierte
Sichtkontakte

**Paket-Preis
7.775,75 €**

Regulärer Preis: 8.185 €

5% Ersparnis: 409,25 €

Crossmedia-Paket »Bronze«

Magazin

1/4 Seite 4c

+

Digital

- Advertorial *SUPREME*
+ Facebook-Posting

**Paket-Preis
5.490,20 €**

Regulärer Preis: 5.560 €

3% Ersparnis: 169,80 €

**Werben
Sie mit uns
auf allen
Kanälen!**

MESSEPREISE
+ 5 % im Mai und
+ 10 % im Juni



Mediaberatung Schwerpunkt Print/Tablet

Ulrike Groß

Telefon +49 4104 690446
Telefax +49 4104 9629753
E-Mail gross@ebnermedia.de



Chefredakteur/ Publisher

Jan-Erik Hegemann

Telefon +49 731 88005-4200
Telefax +49 731 88005-5209
E-Mail hegemann@feuerwehrmagazin.de



Mediaberatung Schwerpunkt Online

Mareike Koch

Telefon +49 731 88005-4255
Telefax +49 731 88005-5209
E-Mail koch@feuerwehrmagazin.de



Anzeigenabrechnung/ Redaktionsassistentz

Angela Widder

Telefon +49 731 88005-4200
Telefax +49 731 88005-5209
E-Mail widder@feuerwehrmagazin.de

Mareike Koch ist außerdem Ihre
Ansprechpartnerin für die Messezeitung
INTERSCHUTZ-News 2022
Fordern Sie unsere gesonderten Mediadaten an!



Anastasia Richter
Online (in Elternzeit)

Mediaberatung Print/Tablet: Große Straße 52, 21465 Reinbek, Telefon +49 41 04 690446, Telefax +49 4104 9629753

Redaktion: Feuerwehr-Magazin, Ebner Media Group GmbH & Co. KG, Hinter der Mauer 9, 28195 Bremen, Telefon +49 731 88005-4200, Telefax +49 731 88005-5209, E-Mail: redaktion@feuerwehrmagazin.de, Internet: www.feuerwehrmagazin.de

Verlag: Feuerwehr-Magazin, Ebner Media Group GmbH & Co. KG, Karlstraße 3, 89073 Ulm, Telefax +49 731 88005-5201, Internet: www.feuerwehrmagazin.de, Internet: www.ebnermedia.de, **Geschäftsführer:** Marco Parrillo

1. Ausschließlicher Geltungsbereich, Zusicherung

1.1 Die Ebnor Media Group GmbH & Co. KG, Karlsstraße 3, 89073 Ulm (nachfolgend „Verlag“ genannt) vermarktet im eigenen Namen und auf eigene Rechnung für die für von ihm verlegten Zeitungen und Zeitschriften Anzeigen.

1.2 Für alle Vertragsverhältnisse zwischen dem Verlag und dem werbungstreibenden Verlagspartner (nachfolgend „Auftraggeber“ genannt) über die Schaltung von Anzeigen gelten ausschließlich die nachfolgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen. Die Geltung etwaiger allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers ist ausdrücklich ausgeschlossen, auch wenn der Verlag im Einzelfall nicht widerspricht.

1.3 Der Verlag sichert zu, die Vorgaben des Gesetzes zur Regelung eines allgemeinen Mindestlohns (MiLoG) einzuhalten. Dies gilt auch, soweit der Verlag andere Unternehmer mit der Erbringung von Werk- oder Dienstleistungen beauftragt.

2. Leistungen; Abruf von Anzeigen; Erfüllung

2.1 „Anzeigenauftrag“ im Sinn dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Drucksrundschiff zum Zweck der Verbreitung.

2.2 Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb dieses Jahres abgerufen und veröffentlicht wird.

2.3 Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der einjährigen Frist nach Ziff. 2.2 auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

2.4 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 gewahren 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.

3. Berechnung der Abnahmemengen

3.1 Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeichen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

3.2 Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Drucksrundschiff 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.

3.3 Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angehängt. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, können als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht werden.

4. Ablehnungsbefugnis des Verlags; Beilagenaufträge

4.1 Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsatzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden.

4.2 Beilagenaufträge sind für den Verlag nach Vorlage eines Musters der Beilagen und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden unter Vorbehalt angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

5. Pflichten des Auftraggebers

5.1 Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Bei fernmündlich erteilten Anzeigenaufträgen, Termin- und Ausgabeänderungen, Textkorrekturen und Abbestellungen übernimmt der Verlag für Übermittlungsfehler keine Haftung. 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.

5.2 Abbestellungen müssen schriftlich erfolgen. Bei Abbestellung einer Anzeige kann der Verlag die entstandenen Satzkosten berechnen.

5.3 Der Auftraggeber verpflichtet sich, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigenariffs. Dies gilt nur für den Fall, dass der Verlag verpflichtet ist, die Gegendarstellung abdruckend.

5.4 Konkurrenzausschluss kann nicht gewährt werden. Platzierungswünsche werden vorbehaltlich der Unterbringungsöglichkeit berücksichtigt. Änderungen bisheriger Platzierungen behält sich der Verlag aus umbruchtechnischen Gründen vor, sie berühren nicht die Gültigkeit des Auftrages. Ebenso behält sich der Verlag vor, Branchen-Bezeichnungen zu ändern.

5.5 Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages.

6. Haftung durch den Verlag

Der Verlag haftet unbeschränkt für durch seine gesetzlichen Vertreter oder leitenden Angestellten verursachte Schäden sowie für vorsätzlich verursachte Schäden sonstiger Erfüllungsgehilfen, bei einer fahrlässigen Pflichtverletzung auch für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit. Der Verlag haftet für Produkthaftungsschäden entsprechend der Regelungen im Produkthaftungsgesetz. Der Verlag haftet für durch seine gesetz-

lichen Vertreter oder leitenden Angestellten verursachte Schäden aus der Verletzung von Kardinalpflichten; Kardinalpflichten sind die wesentlichen Pflichten, die die Grundlage des Vertrags bilden, die entscheidend für den Abschluss des Vertrags waren und auf deren Erfüllung der Lizenznehmer vertrauen darf. Wenn der Verlag diese Kardinalpflichten leicht fahrlässig verletzt hat, ist seine Haftung auf den Betrag begrenzt, der für den Verlag zum Zeitpunkt der jeweiligen Leistung vorhersehbar war. Der Verlag haftet für den Verlust von Daten nur bis zu dem Betrag, der bei ordnungsgemäßer und regelmäßiger Sicherung der Daten zu deren Wiederherstellung angefallen wäre. Eine weitere Haftung des Lizenzgebers ist dem Grunde nach ausgeschlossen.

7. Probeaufträge; Berechnung

7.1 Probeaufträge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeaufträge. Der Verlag berücksichtigt, dass dies ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeauftrages gesetzten Frist mitgeteilt wird.

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

8. Rechnung; Verzug; Anzeigenbeleg

8.1 Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber vierzehn Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt.

8.2 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.

8.3 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen.

8.4 Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsunfähigkeit 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 Betrags und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

8.5 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.

9. Kosten; Preisänderung

9.1 Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstöcke, Matern und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

9.2 Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigter Mangel, wenn sie

- bei einer Auflage bis zu 50 000 Exemplaren 20 %
- bei einer Auflage bis zu 100 000 Exemplaren 15 %
- bei einer Auflage bis zu 500 000 Exemplaren 10 %
- bei einer Auflage über 500 000 Exemplaren 5 %

beträgt. Darüber hinaus sind bei den Abschlüssen Preiserminderungsansprüche 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.

10. Chiffre-Anzeigen; Unterlagen; Aufbewahrung

10.1 Bei Chiffre-Anzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Elbrieffe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet.

10.2 Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Briefe, die das zulässige Format DIN C 4 (Gewicht 500g) 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 Kosten/Gebühren übernimmt.

10.3 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.

- Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgegeben. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

11. Erfüllungsort und Gerichtsstand; anzuwendendes Recht

11.1 Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist Erfüllungsort und Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Der Verlag ist aber auch berechtigt bei dem für den Sitz des Auftraggebers zuständigen Gericht zu klagen.

11.2 Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

Die AGB sind auch online abrufbar unter <http://www.ebnormedia.de/agb/print/id/>

Kataloge | Ausbildungs-Sonderhefte | Verbandszeitschriften



Ulrike Groß

**Mediaberatung
Print/Tablet**
Große Straße 52, 21465 Reinbek
Telefon +49 4104 690446
Telefax +49 4104 9629753
E-Mail gross@ebnermedia.de