

Mediadaten 2023

Anzeigen-
preislite Nr. 35,
gültig ab
Ausgabe 1/2023



Ihr Medien-
Partner
Nr. 1



INHALTSVERZEICHNIS

- | | |
|------------------------------------|--------------------------------------|
| 2 Warum Sie bei uns werben sollten | 9 Anzeigenpreise und -formate |
| 3 Profil Feuerwehr-Magazin | 10 Anzeigenformate im Überblick |
| 4 Zielgruppe/Personas | 11 Datenübermittlung |
| 5 Gut zu wissen... | 12 Sonderwerbeformen |
| 6 Unsere 360°-Strategie | 13 Crossmedia-Angebote |
| 7 Native Advertising Portfolio | 14 Ihre Ansprechpartner:innen |
| 8 Termine und Themenplan | 15 AGB |
| | 16 Sonderpublikationen |

Im 1. Halbjahr 2022 verzeichnet das Feuerwehr-Magazin eine verkaufte Auflage von **40.675** Exemplaren pro Monat.

Pro Ausgabe hat das Feuerwehr-Magazin 2,2 Leser:innen.** Das entspräche einer hochgerechneten Gesamtleserschaft von **89.485 LESER:INNEN** pro Ausgabe.*

Außerdem!

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



Hohe Reichweite!

Für Sie als Werbende bedeutet das: **1X GESCHALTET** und mindestens **2X GELESEN!**



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

**) Berechnung 40.675 verkaufte Exemplare lt. 1. Halbjahr 2022 x 2,2 Leser:innen pro Heft (Wert aus der Leserumfrage) = 89.485 Leser:innen (gesamt). 1 Empfänger:in + 1,2 Mitleser:innen = 2,2 Leser:innen pro Ausgabe.

**) Quelle: Online-Leserumfrage 2013 mit 2100 Teilnehmer:innen, Leser:innen 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 **KATASTROPHENSCHÜTZENDE**

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:innen 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 Media-Kanäle versorgen wir die Branche rund um die Uhr mit den wichtigsten News und ermöglichen einen schnellen Wissenstransfer.



ERSCHEINUNGSWEISE

monatlich

JAHRGANG

40

BEZUGSPREIS

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

Feuerwehr-Magazin – **ÜBERALL**
DORT, WO DIE BRANCHE IST!

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

Wir bereiten dann alle Inhalte und Angebote so auf, dass sie der jeweiligen »Persona« entsprechen und spielen sie auch auf den für diese »Persona« besonders geeigneten Kanälen aus. Das ist auch für Sie als Werbepartner von Bedeutung, denn: **Unsere Leser:innen sind Ihre Kund:innen!**



MARCO MACHER

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

- 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



JULIA JUGENDFEUERWEHR

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

- 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



BEN BRENNER

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

- 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:innen, Befragungszeitraum: Frühjahr 2019

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

Mit uns erreichen Sie Ihre Zielgruppe
AUF ALLEN KANÄLEN – jederzeit und überall!

Print-Abonent:innen¹⁾

25.274

Digital-Abonent:innen²⁾

3.993

Verkaufte Auflage³⁾

40.675

Leser:innen (2,2 Personen/Ausgabe)²⁾

89.485

Visits/Monat¹⁾

386.589

Pls/Monat¹⁾

534.812

Newsletter-Abonent:innen¹⁾

14.033

eDossier-Downloads³⁾

74.471

Facebook-Fans¹⁾

162.570

Twitter-Follower¹⁾

24.281

Pinterest/monatliche Aufrufe¹⁾

274.800

Instagram-Follower¹⁾

130.000

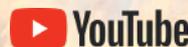
YouTube-Abonent:innen¹⁾

12.800

XING-Follower¹⁾

7.890

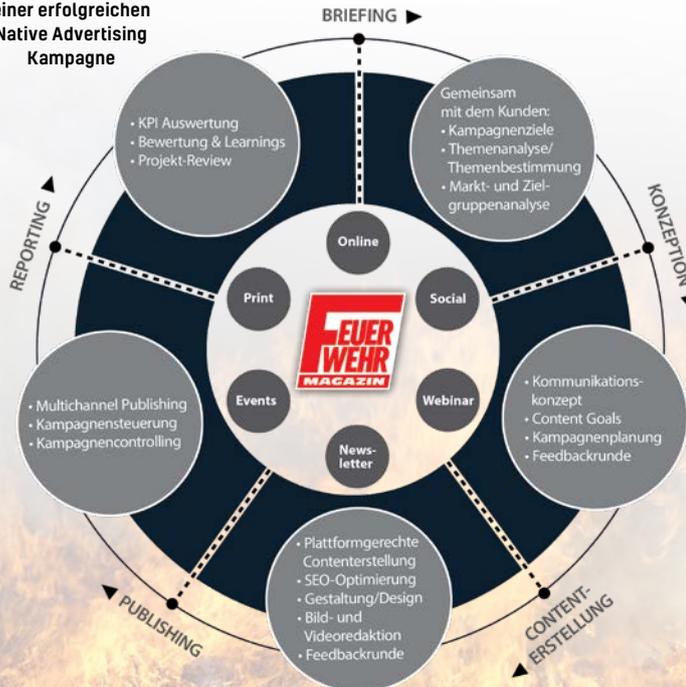
Gesamtreichweite
1.794.770
Personen pro Monat



¹⁾ Stand: August 2022
²⁾ Quelle: Leserumfrage 2013 mit 2.100 Teilnehmer:innen, Leser:innen der Zeitschrift Feuerwehr-Magazin
³⁾ Gesamtmenge FM und RD, Zeitraum Januar 2016 bis Juli 2022

Wer heute die Aufmerksamkeit seiner Kund:innen gewinnen möchte, braucht einen Mix aus redaktionellem Content und Werbe- oder Markenbotschaft – kurz: **NATIVE ADVERTISING!**

Unser Prozess zu einer erfolgreichen Native Advertising Kampagne



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]

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 Kampagnenkonzepktion, die Contenterstellung, das Multichannel-Publishing, die Kampagnensteuerung und das Reporting. Full Service aus einer Hand – von den Content-Spezialisten Ihrer Zielgruppe.

Ausgabe/ Heft	Erscheinungs- termin	Anzeigen- schluss	Druckunter- lagenschluss	Themen*	Geplante Messen und Kongresse, Anmerkungen*
01/2023	16.12.2022	18.11.2022	25.11.2022	WF Ziegler, BF Leverkusen, Marktübersicht: Helme	21. bis 29. Januar 2023: Boot Düsseldorf
02/2023	27.01.2023	16.12.2022	06.01.2023	BF Dessau-Rosslau [ST], Einsatzstellenhygiene	-
03/2023	24.02.2023	27.01.2023	03.02.2023	Feuerwehr Edinburgh, Ausstattung Kinderfeuerwehr	Teilnahme am Projekt „Zeitschriften in der Schule“
04/2023	24.03.2023	24.02.2023	03.03.2023	FF Oldenburg i. H., E-Mobilität	Teilnahme am Projekt „Zeitschriften in der Schule“
05/2023	28.04.2023	24.03.2023	31.03.2023	BF Münster, Feuerwehr-Gewerkschaften	10. bis 12. Mai 2023: RETTmobil international in Fulda
06/2023	26.05.2023	28.04.2023	05.05.2023	WF DHL, FF Bad Zwischenahn, Schlauchaufroller	14. bis 17. Juni 2023: 112 RESCUE in Dortmund 21. bis 22. Juni 2023: FeuerTrutz in Nürnberg
07/2023	30.06.2023	02.06.2023	09.06.2023	FF Passau, Freiwillige Feuerwehr Santiago (Chile), Marktübersicht: Hohlstrahlrohr	-
08/2023	28.07.2023	30.06.2023	07.07.2023	Marinefeuerwehr Warnemünde, Stromerzeuger Teil 3	-
09/2023	25.08.2023	28.07.2023	04.08.2023	FTZ Soltau/Lüchow-Dannenberg, FF Gummersbach, Einsatz Arztpraxen	5. bis 10. September 2023: IAA Mobility in München
10/2023	29.09.2023	01.09.2023	08.09.2023	FF Lübtheen, Praxistest: D-Schlauch	12. bis 14. Oktober 2023: Florian in Dresden
11/2023	27.10.2023	29.09.2023	06.10.2023	FF Meiningen, WF Fraport, ANTS-Einheit/Ausrüstung	28. bis 30. November 2023: PMR Expo in Köln
12/2023	24.11.2023	27.10.2023	03.11.2023	FF Freiamt, Atemschutz-Notfall	-

*Änderungen aus redaktionellen Gründen oder aktuellem Anlass vorbehalten. **Stand: August 2022 - Angaben ohne Gewähr.

Für Stellenanzeigen
erweiterte Anzeigenschlusstermine -
bitte sprechen Sie uns an!

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/ Platzierungszuschläge:

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 4,50 €
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*	4-farbig*	Stellenanzeigen s/w-Preis*	Stellenanzeigen 4c-Preis*
1/1 Seite	188 x 243	4.000 €	4.870 €	5.750 €	3.500 €	4.600 €
2/3 Seite hoch quer	120 x 243 188 x 160	2.800 €	3.650 €	4.510 €	2.100 €	3.170 €
1/2 Seite hoch quer	90 x 243 188 x 120	2.200 €	3.200 €	4.200 €	1.640 €	2.640 €
1/3 Seite hoch quer	60 x 243 188 x 80	1.500 €	2.420 €	3.340 €	1.200 €	1.790 €
1/4 Seite hoch quer Würfel	45 x 243 188 x 60 90 x 120	1.250 €	2.115 €	2.980 €	840 €	1.450 €
1/8 Seite quer [a] quer [b]	90 x 60 188 x 30	650 €	1.475 €	2.300 €	470 €	860 €

***Preise für Formate im Satzspiegel; Anzeigen im Anschnitt + 10 % Aufschlag. 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 %

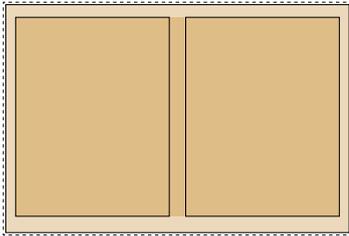
Zahlungsbedingungen:

Es gelten unsere AGB, siehe Seite 15.

Bankverbindung:

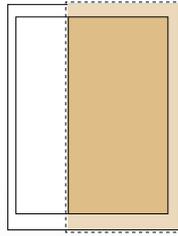
Sparkasse Ulm
IBAN: DE56 6305 000 000 000 90917
BIC: SOLADES 1ULM
St.-Nr.: 28/88/030/10409
UST-ID-Nr.: DE 147041097

* 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.



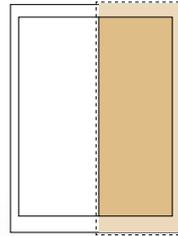
Doppelseite

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



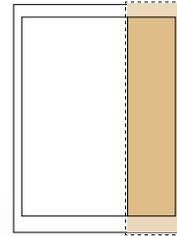
2/3 Seite hoch

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



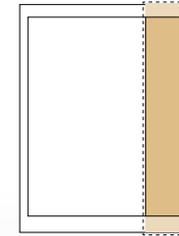
1/2 Seite hoch

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



1/3 Seite hoch

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



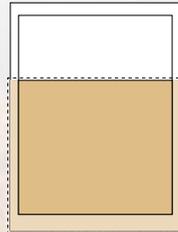
1/4 Seite hoch

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



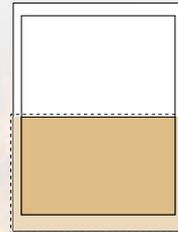
1/1 Seite

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



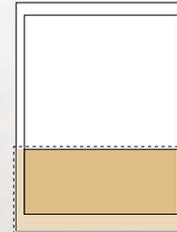
2/3 Seite quer

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



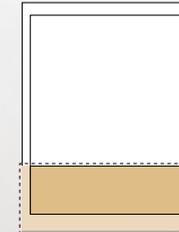
1/2 Seite quer

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



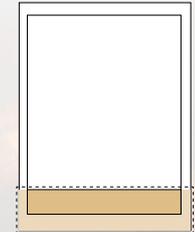
1/3 Seite quer

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



1/4 Seite quer

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



1/8 Seite quer

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

- = Anzeigenformat im Satzspiegel
- = Anzeige im Anschnitt/Heftformat
- = Anzeige mit Beschnittzugabe

Die **TECHNISCHEN ANGABEN FÜR IHRE DATEN-ÜBERMITTLUNG** finden Sie auf der Folgeseite!

*** Bitte rundherum zusätzlich eine Beschnittzugabe von 3 mm je Seite anlegen!**
Beispiel: Eine 1/1 Seite im Anschnitt inklusive Beschnittzugabe hat ein Datenformat von 216 x 286 mm.

»»» TECHNISCHE HINWEISE «««

für die Erstellung einer korrekten Druckdatei

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 in CMYK und nicht in RGB angelegt sein. Betten Sie bitte bei eps-Dateien alle benötigten Schriften ein oder wandeln Sie den Text in Zeichenwege. Schwarze Schrift bitte mit 100 % Schwarz anlegen, nicht 4-farbig.

• 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

PDF X3 oder PDF X4

Farbprofil Umschlag: ISO Coated v2

Farbprofil Inhalt: PSO LWC Improved_eci

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** kann bis zum Anzeigenschluss (siehe Seite 8) storniert werden.
- **25 Prozent** der Anzeigenpreise berechnen wir, wenn zwischen Anzeigenschluss und Druckunterlagenschluss storniert wird.
- **50 Prozent** der Anzeigenpreise werden fällig, wenn nach Druckunterlagenschluss storniert wird.

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 150 € per angefangene Tausend zuzüglich Postgebühren bei Abo-Auflage (über 25 g Gewicht auf Anfrage).

Beilagenmindstmenge: 5.000 Exemplare.
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.

Beilagen bei händischer Sortierung zuzüglich 500 €-Pauschale

EINHEFTER

4-seitig: 7.550 € 12-seitig: 15.300 €
8-seitig: 11.200 € 16-seitig: 18.600 €

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.

Alle Preise zuzüglich Mehrwertsteuer im Inland.

Bitte beachten Sie bei EINHEFTERN und BEILAGEN folgende Punkte:

- Bis zum Anzeigenschluss (siehe Seite 8) benötigen wir die Größe und das Gewicht einer einzelnen Beilage
- Werbemittel dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungstreibenden werben. Sie müssen den Postbestimmungen entsprechend so gestaltet sein, dass sie nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden

Beilagen und Beihefter müssen gedruckt bei unserer Druckerei angeliefert werden:

L.N. Schaffrath GmbH & Co. KG DruckMedien,
Marktweg 42-50, 47608 Geldern
Ansprechpartner: Herr Dietmar Bexkens,
E-Mail dietmar.bexkens@schaffrath.de,
Telefon +49 28 31 396-207

Bei Sonderwerbeformen entstehen AUFPREISE für:

- Teilbelegung
- Selektion der Adressen
- manuelles Einlegen der Beilage
- Versand der Hefte in Folientaschen aufgrund der Beilage oder sonstiger Werbemittel
- Einhefter und Beilagen 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: Sonderwerbeformen sind AE-, aber nicht rabattfähig.

- 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)
- Die genauen Lieferangaben werden Ihnen nach Auftragserteilung mitgeteilt

Genauere Abmessungen und weitere Infos teilen wir Ihnen gerne mit.

AUFKLAPPER (Gate- und Backfolder)

Der Aufklapper ist eine ausklappbare Anzeigenseite. Möglich ist diese Werbeform 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): 14.050 €
U4 (Backfolder): 16.050 €

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 Kund:innen 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 Internetauftritt oder Ihr elektronisches Prospektmaterial.



INTERESSIERT?

Fordern Sie einfach unseren ausführlichen Flyer an!

»»» Profitieren Sie von unseren **ATTRAKTIVEN GESAMTPAKETEN.**
Oder fragen Sie nach ganz **INDIVIDUELLEN CROSSMEDIA-PAKETEN.**

Wir beraten Sie gern! <<<

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
10.674 €**

Regulärer Preis: 11.860 €

10% Ersparnis: 1.186 €

Crossmedia-Paket »SILBER«

Magazin

1/2 Seite 4c

+

Digital

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

**Paket-Preis
8.379 €**

Regulärer Preis: 8.820 €

5% Ersparnis: 441 €

Crossmedia-Paket »BRONZE«

Magazin

1/4 Seite 4c

+

Digital

- Advertorial SUPREME + Facebook-Posting

**Paket-Preis
5.887,90 €**

Regulärer Preis: 6.070 €

3% Ersparnis: 182,10 €

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

PRINT/TABLET

Ulrike Groß

Telefon +49 4104 690446,

E-Mail gross@ebnermedia.de



ONLINE

Mareike Koch

Telefon +49 731 88005-4255,

E-Mail koch@feuerwehrmagazin.de



ONLINE

Anastasia Richter

Telefon +49 731 88005-4222,

E-Mail anastasia.richter@ebnermedia.de



Preise abzüglich 15 % AE-Provision
bei druckfähiger Druckunterlage.

Hier finden Sie die Online-Mediadaten:
www.feuerwehrmagazin.de/media-daten



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/ REDAKTIONSASSISTENZ

Angela Widder

Telefon +49 731 88005-4200

Telefax +49 731 88005-5209

E-Mail widder@feuerwehrmagazin.de



MEDIABERATUNG

Schwerpunkt **Online**

Anastasia Richter

Telefon +49 731 88005-4222

Telefax +49 731 88005-5209

E-Mail anastasia.richter@ebnermedia.de

Mediaberatung Print/Tablet: Große Straße 52, 21465 Reinbek,

Telefon +49 4104 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) verkauft 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-Millimeterzeiten 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 der 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 Übermittlungfehler 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 Prüfwerten 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/d/>

Kataloge | Ausbildungs-Sonderhefte | Sonderdrucke Verbandszeitschriften | Messezeitungen | Broschüren



MEDIABERATUNG

Schwerpunkt Print/Tablet

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



Ulrike Groß



NEU
in 2023!