

Das Mitgliedermagazin des LFV Bayern

Florian kommen

Mediainformationen 2021



Inhalt

Redaktion	2
Daten	3
Anzeigenformate	4
Anzeigenpreisliste	5
Auflage/Verbreitung	6
AGB's	7

Kurz-Charakteristik

Florian kommen ist die Fachzeitschrift des LFV Bayern e.V. für den Feuerwehrangehörigen und das Informations- und Mitteilungsorgan für die Feuerwehren. Namhafte Fachleute aus der Praxis der Berufs- und Freiwilligen Feuerwehren sowie des LFV Bayern e.V. garantieren ein ausgewogenes breitgefächertes redaktionelles Spektrum. Florian kommen erscheint in einer Auflage von 23.300 Stück.

Fachrichtung

Freiwillige Feuerwehren, Berufs-, Betriebs- und Werkfeuerwehren, Ausbildung und Einsatz, Vorbeugender Brandschutz, Katastrophenschutz, Rettungsdienst, Technik, Recht, Kinder- und Jugendfeuerwehr

Herausgeber

Landesfeuerwehrverband Bayern e.V.
Carl-von-Linde-Straße 42
85716 Unterschleißheim
Tel: 089 388372-0
Fax: 089 388372-18
Homepage: www.lfv-bayern.de
E-Mail: geschaeftsstelle@lfv-bayern.de

Redaktion

Johann Eitzenberger, Uwe Peetz, LFV Geschäftsstelle

Erscheinungsweise

4 Ausgaben pro Jahr

Bezugspreis

Hauptsächlich wird „Florian kommen“ an folgenden Kreis kostenfrei verteilt:

- Kreis- und Stadtfeuerwehrverbände
- Freiwillige Feuerwehren
- Gemeinden
- Landratsämter
- Vertreter aus Politik und Wirtschaft
- etc.

Abo's sind mit Einzelpreis von 3,50 Euro, inkl. MwSt. erhältlich.

Repro und Druck

Druckerei Schmerbeck GmbH, Tiefenbach

Zeitschriftenformat

210 mm breit x 297 mm hoch, DIN A4

Satzspiegel

177 mm breit x 261 mm hoch

3 Spalten zu je 56,33 mm

2 Spalten zu je 86,46 mm

Druckanschnitt

213 mm breit x 303 mm hoch

(inkl. 3 mm Beschnittzugabe an 3 Kanten)

Farbe

Euroskala, Sonderfarben auf Anfrage. Geringe Tonwertabweichungen sind im Toleranzbereich des Offsetverfahrens begründet.

Druckverfahren

Bogen-Offsetdruck, bis 60er Raster

Verarbeitung

Rückendrahtheftung

Druckunterlagen/Anzeigen

Belichtungsreife PDF-X-Daten. Vierfarbvorlagen müssen farbverbindlich sein. Bei Reinzeichnungen, Aufsichtsvorlagen oder Dias werden die Herstellungskosten in Rechnung gestellt.

Daten-Transfer

Per E-Mail an redaktion@lfv-bayern.de

Wichtig! Es können nur 10 MB empfangen werden. Darum empfiehlt sich bei größeren Dateien die Plattform www.wetransfer.com oder eine Cloud.

Erscheinungsweise/Auflage

4 Ausgaben pro Jahr; je 23.300 Exemplare

Termine Anzeigenschluss

ca. 3 Wochen vor Erscheinungstermin (kann in der Geschäftsstelle erfragt werden)

Anzeigenverkauf

Die Übernahme digitaler Anzeigen ist erwünscht. Abwicklung über die Anzeigenverwaltung.

Anzeigenverwaltung

Johanna Ludewig

Tel: 089 388372-23

E-Mail: ludewig@lfv-bayern.de

Zahlungsbedingungen

30 Tage netto Kasse

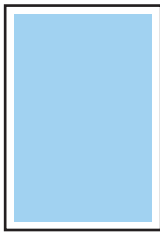
Bankverbindung

HypoVereinsbank

IBAN DE57 7002 0270 0039 6029 54 | BIC HYVEDEMMXXX

Anzeigenformate in der Übersicht

1/1 Seite



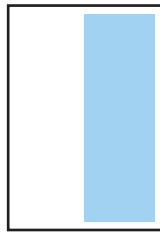
Satzspiegel

177 x 261 mm

Anschnitt*

216 x 303 mm

1/2 Seite hoch



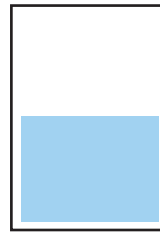
Satzspiegel

86,46 x 261 mm

Anschnitt*

107,5 x 303 mm

1/2 Seite quer



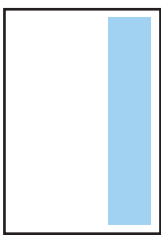
Satzspiegel

177 x 130,5 mm

Anschnitt*

213 x 151,5 mm

1/3 Seite hoch



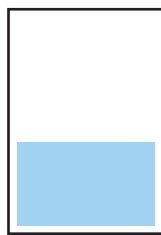
Satzspiegel

56,33 x 261 mm

Anschnitt*

74,24 x 303 mm

1/3 Seite quer



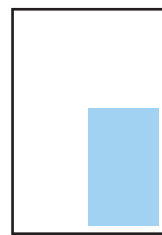
Satzspiegel

177 x 87 mm

Anschnitt*

213 x 108 mm

1/4 Seite hoch



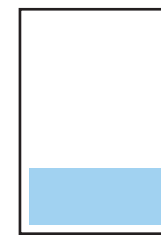
Satzspiegel

86,5 x 130,5 mm

Anschnitt*

107,5 x 151,5 mm

1/4 Seite quer



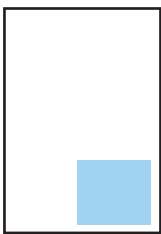
Satzspiegel

177 x 65 mm

Anschnitt*

213 x 86 mm

1/8 Seite



Satzspiegel

86,5 x 65 mm

Anschnitt*

86,5 x 65 mm

1/8 Seite



Satzspiegel

177 x 32 mm

Anschnitt*

213 x 53 mm

* inklusive 3 mm Beschnittzugabe

gültig ab 01.05.2021

Format	Breite x Höhe	s/w EUR *zzgl. MwSt	4-farbig (Euroskala) EUR *zzgl. MwSt.
1/1 Seite	177 x 261 mm	1.770,00	2.780,00
1/2 Seite	86,46 x 261 mm 177 x 130,5 mm	880,00	1.600,00
1/3 Seite	56,33 x 261 mm 177 x 87 mm	590,00	1.140,00
1/4 Seite	86,5 x 130,5 mm 177 x 65 mm	440,00	870,00
1/8 Seite	86,5 x 65 mm 177 x 32 mm	220,00	470,00
Kleinanzeige	56,33 x 63,36 mm	60,00	120,00

Platzierungszuschläge

Verbindliche Platzierungszusagen sind nur gegen einen Aufpreis von 50 % möglich.

Die Buchung der Rückseite ist mit einem Aufschlag von 100 % gegenüber der 1/1 Seite gerne möglich.

Rabatt

Kleinanzeigenschaltungen sind für unsere Mitgliedsfeuerwehren kostenlos, auf die übrigen Formate erhalten sie 50 % Rabatt. Nichtmitgliedsfeuerwehren erhalten auf ihre Anzeigen 20 % Rabatt.

Ermäßigung bei 2 Ausgaben 10 %

Ermäßigung bei 3 Ausgaben 15 %

Ermäßigung bei 4 Ausgaben 20 %

Umfanganalyse 2020

Januar – Dezember = 4 Ausgaben

Format der Zeitschrift

DIN A4

Gesamtumfang

92 Seiten

Auflagen-Analyse

Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt

Druckauflage	Verkaufte Auflage	Freistücke	Rest-/Archiv-/ Belegexemplare
23.300 Exemplare	40 Exemplare	23.221 Exemplare	39 Exemplare

Empfänger/Leserkreis

Die Wehrleitungen und Feuerwehrangehörigen der Freiwilligen Feuerwehren, Jugendfeuerwehren, Berufsfeuerwehren, Werk- und Betriebsfeuerwehren. Träger des Feuerschutzes, des Katastrophenschutzes, Entscheiderkreis aus Wirtschaft und Politik, des Rettungsdienstes und Werkfeuerwehren, die über Neuanschaffung von Ausrüstung und Geräten entscheiden, z.B. Bezirksregierungen, Kreise, Städte, Gemeinden sowie Werksleitungen.

Verbreitung nach Postleitzonen

PLZ	%
0	0,01
1	0,04
2	0,02
3	0,01
4	0,00
5	0,01
6	1,23
7	0,02
8	39,96
9	58,66
Europäisches Ausland	0,04

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Printmedien des Landesfeuerwehrverbands Bayern e.V.

Parteien des Vertrags, in den die nachfolgenden Bedingungen einbezogen sind, sind auf der einen Seite der Werbekunde oder die Agentur des Werbekunden, (nachfolgend als „Auftraggeber“ bezeichnet) und auf der anderen Seite der Landesfeuerwehrverband Bayern e.V. (nachfolgend als „Verlag“ bezeichnet).

I. Allgemeine Bedingungen

1. Anzeigenauftrag, Werbemittel, Kampagnen, Auftragsbestätigung

1.1 Ein „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung und Verbreitung eines oder mehrerer Werbemittel des Auftraggebers oder des Kunden des Auftraggebers in einer Druckschrift des Verlags. Ein „Werbemittel“ ist die als Ausdrucksmittel objektivierte und erkennbare Form einer Werbebotschaft. Ein Werbemittel kann aus einem oder mehreren Elementen bestehen, insbesondere aus Texten, Grafiken oder Bildern. Als Werbemittel im Sinne dieser Bedingungen sind insbesondere Anzeigen, Banner oder Beilagen zu verstehen. Als Gegenstand von Anzeigenaufträgen kommen grundsätzlich die Werbemittel und Formate in Betracht, die in der jeweils gültigen Preisliste ausgewiesen sind. Sonderformate und -werbeformen müssen mit dem Verlag vereinbart werden.

Der Anzeigenauftrag des Auftraggebers kann die einmalige Veröffentlichung eines Werbemittels oder mehrere Veröffentlichungen von Werbemitteln bestimmter Häufigkeit, Anzahl oder Dauer (nachfolgend als „Kampagne“ bezeichnet) zum Gegenstand haben. Durch den Werbeauftrag können feste Termine für einzelne Schaltungen vereinbart werden, es ist aber auch möglich, die einzelnen Aufträge über einen Zeitraum auf Abruf abzuwickeln.

1.2 Der Auftraggeber kann Angebote für Anzeigenaufträge per E-Mail, Telefax oder Internet (ausschließlich Fließtextanzeigen) aufgeben. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsfehler. Der Anzeigenauftrag kommt mit Auftragsbestätigung des Verlags zustande. Für ihre Wirksamkeit und Verbindlichkeit bedürfen Auftragsbestätigungen der Textform und müssen als solche bezeichnet sein.

1.3 Durch den Verlag bestätigte Anzeigenaufträge sind verbindlich. Für Beilagenaufträge gilt II.3. Eine vom Auftraggeber erbetene Stornierung eines Auftrags oder einer Schaltung steht in alleinigem Ermessen des Verlags. Die Regelung Ziffer II.6.3 bleibt unberührt.

1.4 Der Verlag behält sich vor, die Verbreitung und/oder Veröffentlichung von Werbemitteln – auch einzelne Abrufe des Anzeigenauftrags einer Kampagne – wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages auch nach Auftragsbestätigung abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Werbemittel, die Werbung von Dritten oder Werbung für Produkte Dritter (nachfolgend als „Fremdwerbung“ bezeichnet) enthalten. Ziffer 6.1 bleibt unberührt.

2. Anlieferung von Werbemitteln

2.1 Der Auftraggeber hat die Werbemittel rechtzeitig und in dem vereinbarten Format anzuliefern.

2.2 Werbemittel und Druckvorlagen sind spätestens drei Wochen vor dem vereinbarten ersten Schalttermin anzuliefern. Für die rechtzeitige und einwandfreie Lieferung von Werbemitteln, Druckunterlagen oder Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Werbemittel kann der Verlag Ersatz anfordern, ohne hierzu jedoch verpflichtet zu sein.

2.3 Sofern der Auftrag wegen nicht ordnungsgemäßer, insbesondere verspäteter oder unterbliebener Anlieferung einwandfreier und geeigneter Werbemittel nicht durchgeführt werden kann und der Verlag trotz angemessener Bemühungen keine Ersatzbuchung eines Dritten beibringen kann, ist der Auftraggeber grundsätzlich zur Zahlung einer Entschädigung in Höhe der vereinbarten Vergütung verpflichtet.

3. Zeitpunkt der Veröffentlichung von Werbemitteln

Anzeigenaufträge für Kampagnen sind im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen einer Kampagne das Recht zum Abruf einzelner Veröffentlichungen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen des ersten Werbemittels durchzuführen, sofern das erste Werbemittel innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

4. Inhaltliche Verantwortung für die Werbemittel, Freistellung

4.1 Der Auftraggeber steht für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Werbemittel sowie für die Zulässigkeit der Veröffentlichung der Werbemittel ein. Der Auftraggeber stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter einschließlich angemessenen Kosten der Rechtsverteidigung und -vertretung frei. Der Auftraggeber hat insbesondere auch die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen des veröffentlichten Werbemittels bezieht, in Gestalt der belegten Werbefläche nach Maßgabe der jeweils gültigen Preisliste für Werbeveröffentlichungen zu tragen.

4.2 Der Verlag kann Werbemittel, die auf Grund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, als Werbung deutlich kenntlich ma-

chen. Die Haftung und die Freistellungsverpflichtung des Auftraggebers für nicht hinreichend gekennzeichnete Werbemittel gegenüber dem Verlag bleiben unberührt.

5. Vergütung und Nachlässe

5.1 Der Auftraggeber ist verpflichtet, die aus der Auftragsbestätigung ersichtliche Vergütung zu zahlen. Für die Veröffentlichung von Werbemitteln die Fremdwerbung enthalten, kann der Verlag vom Auftraggeber einen Aufschlag von 50 % des Listenpreises verlangen.

5.2 Zusätzliche Kosten, die beim Versand (z. B. als Postvertriebsstück) entstehen, trägt der Auftraggeber.

5.3 Der Verlag stellt grundsätzlich nach Auftragsbestätigung, in der Regel jedoch spätestens 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige, eine Rechnung. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung anlaufenden 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.

5.4 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Buchungen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses die Veröffentlichung weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

6. Haftung und Gewährleistung

Die Haftung des Verlags gegenüber dem Auftraggeber ist auf folgende Fälle beschränkt:

6.1 Bei Vorsatz, bei Ansprüchen aufgrund des Produkthaftungsgesetzes, bei Mängeln, die arglistig verschwiegen oder deren Abwesenheit garantiert wurde, bei Verletzungen von Leben, Körper oder Gesundheit sowie in allen sonstigen Fällen zwingenden Gesetzesrechts haftet der Verlag nach den gesetzlichen Regelungen.

6.2 Bei grober Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur für typische, vorhersehbare Schäden. Diese Haftungsbeschränkung gilt nicht für Schäden, die von leitenden Angestellten oder rechtlichen Vertretern durch den Verlag verursacht worden sind oder auf einer Verletzung wesentlicher Vertragspflichten beruhen.

6.3 Bei leichter Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur im Falle einer Verletzung wesentlicher Vertragspflichten und beschränkt auf typische vorhersehbare Schäden.

6.4 Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel müssen spätestens ein Jahr nach Veröffentlichung des Werbemittels gerügt werden. Bei fehlerhafter Veröffentlichung eines Werbemittels, trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Vorlagen und rechtzeitiger Rüge, kann der Auftraggeber die Veröffentlichung eines einwandfreien Ersatz-Werbemittels verlangen. Fehlerhaft gedruckte Kenn- und Kontrollnummern stellen keinen Mangel der Veröffentlichung eines Werbemittels dar. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist.

6.5 Ansprüche gegenüber dem Verlag wegen Schäden oder Aufwendungen aufgrund von Mängeln verjähren nach einem Jahr. § 634 Abs. 3 BGB bleibt unberührt. Alle sonstigen Ansprüche gegenüber dem Verlag wegen Schäden oder Aufwendungen verjähren nach zwei Jahren ab dem Datum der Anspruchsentstehung. Diese Regelung findet keine Anwendung in Fällen von Ziffer 7.1 oder in Fällen grober Fahrlässigkeit des Verlags. In solchen Fällen richtet sich die Haftung des Verlags nach den gesetzlichen Vorschriften.

7. Datenschutz

Der Verlag beachtet alle anwendbaren datenschutzrechtlichen Vorschriften. Die für die Begründung, Erfüllung, Beendigung und Abwicklung erforderlichen Daten des Auftraggebers sowie darüberhinausgehende freiwillige oder öffentlich zugängliche Angaben verarbeiten der Verlag und vom Verlag beauftragte Dienstleister auch für Marketingzwecke, für die Marktforschung und die Information über Produkte und Dienstleistungen.

8. Sonstiges

Erfüllungsort und Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus oder im Zusammenhang mit Anzeigenaufträgen ist Unterschleißheim.

II. Besondere Bedingungen FÜR PrintANZEIGEN

1. Platzierung und Größe

1.1 Printanzeigen werden in bestimmten Nummern, Ausgaben oder an bestimmten Stellen der Publikation veröffentlicht, wenn dies schriftlich, auch per Telefax oder E-Mail, vereinbart ist. Rubrikanzeigen werden grundsätzlich nur in der jeweiligen Rubrik abgedruckt. Sofern keine eindeutige Platzierung vereinbart ist, kann der Verlag die Platzierung frei bestimmen.

- 1.2 Die Bestätigung einer bestimmten Platzierung bezieht sich jeweils auf die gebuchte Ausgabe.
- 1.3 Sollte eine Anzeige innerhalb einer bestellten Ausgabe nicht platziert werden können, kann der Verlag diese Anzeige in einer Folgeausgabe veröffentlichen.
- 1.4 Bei im Wege von Gegengeschäften vereinbarten Schaltungen geht die Platzierung von bezahlten Anzeigen vor.
- 1.5 Weicht bei einer fertig angelieferten Druckunterlage die Abdruckhöhe von der bestellten Abdruckhöhe im Auftrag ab, gilt das Maß der abgedruckten Anzeige. Angefangene Millimeter werden dabei auf volle Millimeter nach oben gerundet.

2. Kennzeichnung als Anzeige

- 2.1 Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, kann der Verlag als solche mit dem Wort „Anzeige“ kenntlich machen.
- 2.2 Die Haftung des Auftraggebers für die Anzeige bleibt hiervon unberührt.

3. Beilagenaufträge

- 3.1 Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren gesonderter Bestätigung bindend. Der Verlag kann insbesondere Beilagen ablehnen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Werbemittel Dritter enthalten. Fremdwerbung in Beilagen ist nur nach Sondervereinbarung zulässig. Es gilt Ziffer II.6.1.
- 3.2 Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die ausdrücklich nur in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist; s. 1.1

4. Belegexemplare

- 4.1 Der Verlag liefert auf Wunsch von gestalteten und bezahlten Anzeigen einen Anzeigenbeleg, gegebenenfalls auch in digitaler Form. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
- 4.2 Bei Fließsatzanzeigen besteht kein Anspruch auf Belegausschnitt. Für Beilagen ist der Hinweis über die Auslieferung in der Ausgabe der Zeitung ausreichend.

5. Minderung bei Auflagschwankungen

Der Verlag gewährleistet nach Maßgabe der folgenden Regelung, dass Printanzeigen in der in Aussicht gestellten Auflagenhöhe erscheinen.

- 5.1 Aus einer Auflagenminderung kann bei einer Kampagne der Auftraggeber Minderung verlangen, 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 Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird.
- 5.2 Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn sie 20 v. H. beträgt.
- 5.3 Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche 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.
- 5.4 Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalen Arbeitskampfs, rechtswidriger 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 Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80 % der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.