

[interior | fashion]
more than | furniture

print & online

mediadaten 2026

Ihre Marke im Zentrum der Innenarchitektur

InteriorFashion ist die Fachzeitschrift für alle, die Räume gestalten: Innenarchitektinnen und -architekten, Designerinnen und Designer, Planerinnen und Planer sowie Entscheiderinnen und Entscheider in der Objekteinrichtung. Hier treffen Inspiration, fundierte Fachbeiträge und aktuelle Markttrends auf eine hochqualifizierte Leserschaft – und damit auf genau Ihre Zielgruppe.

Warum in InteriorFashion werben?

- Treffsichere Reichweite: Sie sprechen direkt die Gestalterinnen und Gestalter sowie die Entscheiderinnen und Entscheider an, die Produkte auswählen und Projekte realisieren.
- Hohes redaktionelles Niveau: Die Inhalte genießen Glaubwürdigkeit und schaffen ein hochwertiges Umfeld für Ihre Marke.
- Print & digital: Ihre Botschaft erscheint im klassischen Magazinformat und profitiert zusätzlich von crossmedialer Sichtbarkeit.

Zeigen Sie, was Ihr Unternehmen ausmacht.

Mit einer Anzeige in InteriorFashion platzieren Sie Ihre Produkte und Lösungen im direkten Kontext aktueller Projekte, innovativer Materialien und inspirierender Raumkonzepte – und erreichen damit die Gestalterinnen und Gestalter, die Räume von morgen prägen.

InteriorFashion – die ideale Plattform für erfolgreiches Marketing in der Innenarchitektur.



Special Interest: Nachhaltige Innenarchitektur > Nachhaltigkeit bedeutet, ressourcenschonend zu planen, langlebige Materialien einzusetzen und gesunde, energieeffiziente Räume zu schaffen. Die InteriorFashion-Ausgabe **1|2026** nimmt dieses Thema in den Fokus, stellt herausragende Projekte vor, präsentiert nachhaltige Materialien, Produkte und Prozesse sowie die Firmen dahinter. Foto: Nassim Ohad/Elbstrand & Mannschaft | elbstrandundmannschaft.com



Innenarchitekten, Architekten, Raum- und Objektausstatter, Designer, gehobener Möbelfachhandel sowie Hersteller hochwertiger Inneneinrichtung in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Erscheinungsweise: 6-mal im Jahr
(Februar, April, Juni, August, Oktober, Dezember)

Druckauflage:	7.500
Tatsächlich verbreitete Auflage:	7.000

Empfängergruppe:

Innenarchitekten, Architekten, Objektausstatter, Designer	64 %
---	------

Raumausstatter	7 %
----------------	-----

gehobener Möbel- und Bürofachhandel	19 %
-------------------------------------	------

Industrie	10 %
-----------	------

Weiterhin wird InteriorFashion mit einer Zusatzaufgabe auf Messen im In- und Ausland ausgelegt.



Architektur für die Ohren > Raumakustik beeinflusst Klarheit, Ruhe und Wohlbefinden im Raum. In der Interior-Fashion-Ausgabe **2|2026** sensibilisieren wir für das Thema Akustik im gestalterischen Kontext. Hier kommen Experten zu Wort und wir zeigen gelungene Beispiele gut gestalteter Akustik – ergänzt durch eine kuratierte Produktshow. In der Ausgabe **5|2026** geben wir ein Update zu dem Thema.

Abbildung: Geplan Design | www.geplan.de



Herausgeberin

dieschmidt – Fachverlag für gedruckte und digitale
Medien e.K.
Bianca Schmidt
Badstr. 27
91452 Wilhermsdorf

Redaktion

Bianca Schmidt, Chefredakteurin
Dipl.-Betriebswirtin (FH)
Tel.: +49 911 753980-14
schmidt@interiorfashion.de

Michaela Hilburger
B.A. Multimedia und Kommunikation
Tel.: +49 911 753980-16
hilburger@interiorfashion.de

Anzeigen

Stefanie Helmer
Tel.: +49 911 753980-17
helmer@interiorfashion.de

Verlagsvertretungen

Gerrith B. Horndasch M.A.
Verlagsvertretung / Anzeigen + Redaktion
Kastanienweg 9
78713 Schramberg
Tel.: +49 7422 20069-59
horndasch@interiorfashion.de

Media&Service International srl
Verlagsvertretung Italien
Via Giotto, 32
20145 Milano
Italien
Tel: +39 02 48006193
info@it-mediaservice.com
www.it-mediaservice.com



Brandschutz - Glas in der Innenarchitektur - Universal Design/Barrierefreiheit > Die neuen Special-Interest-Inhalte in den Ausgaben **4|2026**, **5|2026** und **6|2026** sollen für das jeweilige Thema sensibilisieren. Dabei werden sie im gestalterischen Kontext aufbereitet und mit einer kuratierten Projekt- und Produktdarstellung ergänzt. Ausgewiesene Experten werden zudem konkrete Empfehlungen geben.

Foto: Hawa Sliding Solutions AG | www.hawa.com

Zeitschriftenformat 250 mm breit x 350 mm hoch, Beschnittzugabe jeweils 3 mm

Anzeigenpreise

Format	Breite x Höhe	sw	4c
2/1 Seiten im Anschnitt	500 mm x 350 mm	10.240.- Euro	11.530.- Euro
1/1 Seite im Anschnitt	250 mm x 350 mm	4.600.- Euro	5.890.- Euro
½ Seite hoch im Anschnitt	115 mm x 350 mm	2.100.- Euro	3.390.- Euro
½ Seite quer im Anschnitt	250 mm x 165 mm	2.100.- Euro	3.390.- Euro
⅓ Seite hoch im Anschnitt	82 mm x 350 mm	1.750.- Euro	3.034.- Euro
⅓ Seite quer im Anschnitt	250 mm x 112 mm	1.750.- Euro	3.034.- Euro
¼ Seite hoch im Anschnitt	62 mm x 350 mm	1.180.- Euro	2.470.- Euro
¼ Seite quer im Anschnitt	250 mm x 82 mm	1.180.- Euro	2.470.- Euro

Preise für Vorzugsplatzierungen

2. und 3. Umschlagseite	6.470.- Euro
4. Umschlagseite	6.840.- Euro

Farbzuschläge

je Normalfarbe (Euro-Skala)	430.- Euro
vierfarbig insgesamt	1.290.- Euro
Sonderfarbe	630.- Euro
(nicht aus der Euro-Skala erzielte Farben)	

Wir weisen darauf hin, dass Titelseitenpaket und Advertorials nicht AE-abzugsfähig sind.

Advertorials

2/1 Seiten	6.420.- Euro
1/1 Seite	3.530.- Euro
1/2 Seite	1.930.- Euro

Titelseitenpaket

Das Titelseitenpaket umfasst folgende Leistungen:
 Titelbild in Absprache mit der Redaktion inkl. 2/1 Seiten
 Advertorial, Nennung des Titelseitenpartners im Inhaltsverzeichnis des Magazins sowie auf der Internetseite www.interiorfashion.de.

Preis auf Anfrage

Rabatte

bei Abnahme innerhalb eines Abschlussjahres
(Beginn mit dem Erscheinen der ersten Anzeige)

2-maliges Erscheinen	5 %
3-maliges Erscheinen	10 %
4-maliges Erscheinen	15 %
5-maliges Erscheinen	20 %
6-maliges Erscheinen	25 %

Beilagen (Gesamtauflage)

max. 245 mm breit x 340 mm hoch

Preis bis 25 g	2.500.– Euro
Preis bis 30 g	3.000.– Euro
Preis bis 35 g	3.500.– Euro
Preis bis 40 g	4.000.– Euro
Preis bis 45 g	4.500.– Euro

Beilagen ab 50 g auf Anfrage

Auf Beilagen können keine Rabatte gewährt werden.

Einhefter (Gesamtauflage)

max. 250 mm breit x 350 mm hoch
plus 3 mm Beschnitt

1 Blatt	4.200.– Euro
2 Blatt	7.100.– Euro
jedes weitere Blatt	990.– Euro
rabattfähig nach Malstaffel	

Sonderwerbformen
wie aufgeklebte Post-
karten, Warenmuster
oder Lesezeichen: Preis
auf Anfrage bzw. nach
Vorlage eines Musters.



Druckspezifikationen

Druck: Bogenoffset. Der Druck erfolgt auf
120 g Offsetpapier, PK 4 (Umschlag 300 g).

Bindeverfahren: Klebebindung

Farben: Druckfarben (CMYK) nach ISO Coated
V2 300 %. Sonderfarben nach Absprache möglich.

Datenformate: Bitte liefern Sie Ihre Anzeige als hoch-
auflösende PDF-Datei im CMYK-Modus mit mindes-
tens 300 dpi Auflösung und eingebundenen Schriften.

Ausdruck/Proof: Zur Kontrolle wird mindestens ein
Proof nach Fogra 47 für die Druckerei zur Farb-
abstimmung benötigt. Liegt kein Proof vor, wird die
Datei auf technische Druckbarkeit geprüft und an die
Druckerei gegeben. In diesem Falle übernehmen wir
keine Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit
der Belichtung.

Themenplan 2026

[interior|fashion]

Ausgabe **IF 1|2026**
 ET KW 9 (23. – 27. Februar)
 AS 13. Januar 2026
 DU 30. Januar 2026

Themen **Fokusthema:**
 Nachhaltigkeit in der
 Innenarchitektur

Top-Thema: Healthcare

Highlight: Outdoor

Update: Hospitality

Produktschau: Wandgestaltung

Vorbericht:
 Light + Building

IF 2|2026
 KW 18 (27. April – 1. Mai)
 10. März 2026
 31. März 2026

Fokusthema:
 Akustik – Architektur für die Ohren

Top-Thema: Öffentliche Bauten

Update: Office

Produktschau:
 Textilien
 Beleuchtung

Nachberichte:
 Heimtextil
 Münchner Stoff Frühling
 Light + Building

IF 3|2026
 KW 27 (29. Juni – 3. Juli)
 12. Mai 2026
 28. Mai 2026

Fokusthema:
 Bauen im Bestand

**Top-Thema: Shop- und Messe-
 standgestaltung**

Update: Privates Wohnen

Produktschau: Materialien

Nachberichte:
 Techtextil/Texprocess
 iSaloni und Milan Design Week
 Euroshop

Messen Heimtextil, Frankfurt 13. – 16. Januar 2026
 Maison & Object, Paris 15. – 19. Januar 2026
 Domotex, Hannover 19. – 22. Januar 2026
 imm cologne, Köln 20. – 23. Januar 2026
 Swissbau, Basel 20. – 23. Januar 2026
 Zusatztag Trendwelt Innenausbau 24. Januar 2026
 Südbund Wohntage, Backnang 21. – 22. Januar 2026
 Ambiente, Frankfurt 6. – 10. Februar 2026
 Euroshop, Düsseldorf 22. – 26. Februar 2026

Light + Building, Frankfurt 8. – 13. März 2026
 Münchner Stoff Frühling 12. – 15. März 2026
 Möbelmeile Frühjahr 24. – 26. März 2026
 architect@work, München 15. – 16. April 2026
 Milan Design Week 21. – 26. April 2026
 iSaloni, Mailand 21. – 26. April 2026
 Techtextil/Texprocess, Frankfurt 21. – 24. April 2026

Munich Creative Business Week 4. – 10. Mai 2026
 Proposte, Cernobbio 5. – 7. Mai 2026
 InteriorDays Ostwestfalen Spring Edition 10. – 12. Mai 2026
 3daysofdesign, Kopenhagen 10. – 12. Juni 2026
 spoga+gafa, Köln 22. – 24. Juni 2026

Themenplan 2026

[interior|fashion]

Ausgabe **IF 4|2026**
ET KW 34 (17. – 21. August)
AS 7. Juli 2025
DU 30. Juli 2025

Themen **Fokusthema:**
Brandschutz

Top-Thema: Hospitality

Update:
Outdoor
Healthcare

Produktschau: Badausstattung

IF 5|2026
KW 42 (12. – 16. Oktober)
8. September 2025
21. September 2025

Fokusthema:
Glas in der Innenarchitektur

Top-Thema: Office

Produktschau: Akustik

Highlight: Beleuchtung

Update: Öffentliche Bauten

Vorbericht:
Orgatec

IF 6|2026
KW 51 (14. – 18. Dezember)
3. November 2025
23. November 2025

Fokusthema:
Universal Design/Barrierefreiheit

Top-Thema: Privates Wohnen

Highlight: Bodenbeläge

Update:
Shop- und Messestandgestaltung
Materialien – Oberflächentrends

Vorberichte:
Heimtextil
Bau München 2027

Nachbericht:
Sicam
Orgatec

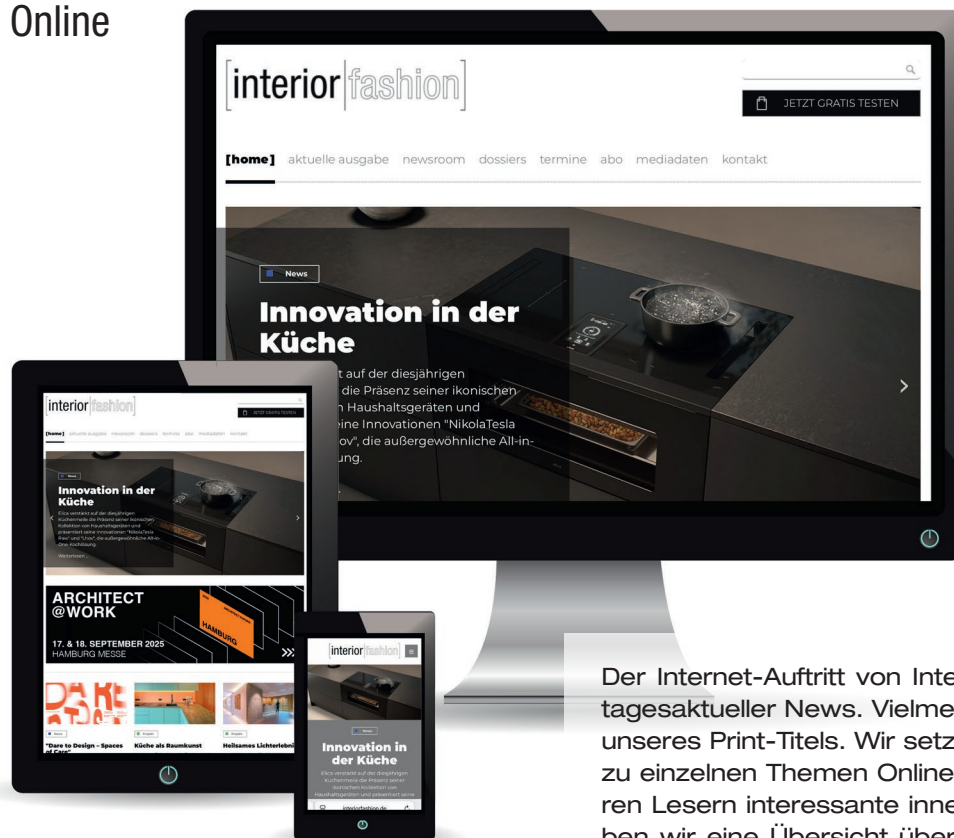
Messen

Design.Days Berlin	September 2026
Küchenmeile	19. – 25. September 2026
area30, Löhne	19. – 24. September 2025
Möbelmeile Herbst	22. – 26. September 2026
InteriorDays Ostwestfalen	22. – 26. September 2026
Fall Edition	
Cersaie, Bologna	22. – 25. September 2026
Südbund Wohntage, Backnang	24. – 25. September 2026
architect@work, Berlin	7. – 8. Oktober 2026
Orgatec, Köln	27. – 30. Oktober 2026

Möbelmesse Brüssel	2. – 5. November 2026
Swiss Interior Expo, Bern	9. – 11. November 2026
architect@work, Frankfurt	2. – 3. Dezember 2026

Online

[interior|fashion]



Der Internet-Auftritt von InteriorFashion ist mehr als die Publikation tagesaktueller News. Vielmehr sehen wir die Website als Ergänzung unseres Print-Titels. Wir setzen Artikel aus dem Magazin fort, stellen zu einzelnen Themen Online-Dossiers zusammen und zeigen unseren Lesern interessante innenarchitektonische Projekte. Zudem geben wir eine Übersicht über relevante Branchentermine inkl. Seminare und Webinare. Damit komplettiert www.interiorfashion.de – mit über 9.000 Visitors und 25.000 Pageimpressions eine gut frequentierte Seite – optimal Ihren Auftritt in unserem Print-Magazin. Auf den folgenden Seiten finden Sie einen Überblick über unsere Angebote.

Advertorial im Slider auf der Startseite

Unser Premium-Angebot – ein Advertorial, das in die aktuelle Themenauswahl des Slider-Elements auf der Startseite von **www.interiorfashion.de** integriert wird.

- inkl. Produkt- und Moodfotos in beliebiger Anzahl
- inkl. Backlinks und Weblink mit Zielseite nach Wahl
- nach zwei Wochen automatische Übernahme der Darstellung in den Newsroom

Dieses Angebot steht begrenzt zur Verfügung.

Preis: 550 Euro/2 Wochen

Banner auf der Startseite

Prominent und exklusiv bieten wir Ihnen mit dieser Werbeform die Möglichkeit, gleich auf der Startseite Ihren Banner, auch in animierter Form, zu platzieren. Für zwei Wochen ist nur Ihre Werbung dort zu finden.

Größe: 1.250 x 375 px

Preis: 650 Euro/2 Wochen

Banner in den Newsboxen auf der Startseite sowie im Newsroom

Eingebunden in redaktionelle Inhalte haben Sie die Möglichkeit der klassischen Bannerwerbung. Durch die Einbindung Ihres Banners, auch in animierter Form, in den redaktionellen Kontext erreichen Sie hohe Aufmerksamkeit und Akzeptanz.

Größe: 750 x 385 px

Preis: 350 Euro/4 Wochen

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
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 der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird. Änderungen und Rücktritt von erteilten Aufträgen müssen dem Verlag mindestens 4 Wochen vor Erscheinen schriftlich mitgeteilt werden und sind auch dann nur mit Zustimmung des Verlages möglich.
3. Die Anzeigenpreise ergeben sich aus der bei Vertragsabschluss gültigen Anzeigenpreisliste des Verlages. Ändert sich der Preis nach Vertragsabschluss, ist der Verlag berechtigt, den Preis nach der zum Zeitpunkt der Veröffentlichung gültigen Preisliste zu berechnen; dies gilt nicht im Geschäftsverkehr mit Nichtkaufleuten, sofern zwischen dem Vertragsabschluss und dem Zeitpunkt der Veröffentlichung nicht mehr als vier Monate vergangen sind. Werbeagenturen und Vermittlern ist es untersagt, die vom Verlag dischmidt – Fachverlag für gedruckte und digitale Medien e.K. gewährten Mittlerprovisionen ganz oder teilweise an ihre Auftraggeber weiterzugeben.
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 gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstaufnahme entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höhere Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich 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. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge aus wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt nach pflichtgemäßem Ermessen des Verlages gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und dessen Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestands teils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen, Beihefter, Beikleber etc. ist der Auftraggeber verantwortlich. 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.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Die Ersatzanzeige darf nur das reklamierte Motiv aufweisen und muss in der nächst möglichen Ausgabe abgenommen werden. 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. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
14. Bei Zahlungsverzug berechnet der Verlag unter Vorbehalt weitergehender Rechte Verzugszinsen in Höhe von 5 Prozent über dem jeweiligen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Auftrages 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.
16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung 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 Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20 Prozent beträgt. 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.
18. Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Chiffredienstes zu Prüfzwecken zu öffnen.
19. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
20. Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er vom Auftraggeber irreführt oder getäuscht wird. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrags verpflichtet sich der Inserent, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs.
21. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrags, auch wenn er nicht rechtzeitig sistiert wurde, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen nicht rechtzeitig sistierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keine Ansprüche gegen den Verlag zu. Der Auftraggeber hält den Verlag auch von allen Ansprüchen aus Verstößen gegen das Urheberrecht frei.
22. Abbestellungen müssen schriftlich erfolgen. Bei Abbestellung einer Anzeige kann der Verlag die entstandenen Satzkosten berechnen.
23. Platzierungsbestätigungen gelten nur unter Vorbehalt und können aus technischen Gründen geändert werden. In solchen Fällen kann der Verlag nicht haftbar gemacht werden.
24. Fälle höherer Gewalt wie auch Arbeitskämpfe Maßnahmen entbinden den Verlag von den Verpflichtungen auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz.
25. Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen in Verlagsbeilagen, Sonderveröffentlichungen und Kollektiven Sonderpreise festzulegen.
26. Sind etwaige Mängel an gelieferten Drucksachen, wie Beihefter, Beikleber etc. nicht sofort, sondern erst bei der Verarbeitung erkennbar, so hat der Werbungstreibende dadurch entstehende Mehrkosten oder Verluste bei der Herstellung zu tragen.
27. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes gelegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

dieschmidt

Fachverlag für gedruckte und digitale Medien e.K.

Badstr. 27
91452 Wilhermsdorf
Telefon +49 911 753980-14
info@interiorfashion.de
www.interiorfashion.de