

# Media Data Media- Informationen

# 2010



	<b>Page</b>
Publisher Data	3
Magazine Profile / AMF 1	4
Analysis of Print Volume and Circulation / AMF 2	6
Geographical Distribution	7
Digital Advertisement Requirements	8
Editorial Program	10
Rate Card No. 55	12
Printing Formats	16
Your National and International Contacts	17
General Terms and Conditions	18

	<b>Seite</b>
Verlag und Ansprechpartner	3
Titelportrait / AMF 1	5
Auflagen- und Verbreitungs-Analyse / AMF 2	6
Geographische Verbreitungs-Analyse	7
Digitale Anzeigenübernahme	9
Termin- und Themenplan	11
Anzeigenpreisliste Nr. 55	12
Anzeigenformate	16
Ihre Ansprechpartner im In- und Ausland	17
Allgemeine Geschäftsbedingungen	19

IBP International Business  
Press

Subsidiary of

Deutscher Fachverlag GmbH

Mainzer Landstr. 251

60326 Frankfurt am Main

Postadresse:

60264 Frankfurt am Main

Tel.: +49 69 7595-01

Fax: +49 69 7595-2999

Internet: [www.dfv.de](http://www.dfv.de)

**Rainer Miserre**

**Publishing director**

Verlagsleitung

Tel.: +49 69 7595-1291

Fax: +49 69 7595-1290

[Rainer.Misserre@dfv.de](mailto:Rainer.Misserre@dfv.de)

**Heidrun Dangl**

**Advertising and marketing**

**director Technical**

**Publications**

Gesamtleitung

Anzeigen und Marketing

Technische Fachzeitschriften

Tel.: +49 69 7595-2563

[Heidrun.Dangl@dfv.de](mailto:Heidrun.Dangl@dfv.de)

**Advertising department**  
**Anzeigen**

**Dagmar Henning**

**Advertising manager**

Anzeigenbereichsleitung

Tel.: +49 69 7595-1722

Fax: +49 69 7595-1720

[Dagmar.Henning@dfv.de](mailto:Dagmar.Henning@dfv.de)

**Monika Kirch**

**Advertising service**

Anzeigenservice

Tel.: +49 69 7595-1815

Fax: +49 69 7595-1820

[Monika.Kirch@dfv.de](mailto:Monika.Kirch@dfv.de)

**Editorial department**  
**Redaktion**

**Dipl.-Volkswirt**

**H.-J. Koslowski**

**Publisher / Herausgeber**

Tel.: +49 69 7595-1391

Fax: +49 69 7595-1390

[edi-cfi@dfv.de](mailto:edi-cfi@dfv.de)

**Dipl.-Ing. Claudia van Bonn**

**Editor-in-Chief**

Chefredaktion

Tel.: +49 69 7595-1393

Fax: +49 69 7595-1390

[Claudia.vanBonn@dfv.de](mailto:Claudia.vanBonn@dfv.de)

**Subscriptions**  
**Vertrieb**

**Rainer Miserre**

**Distribution manager**

Vertriebsleitung

Tel.: +49 69 7595-1291

Fax: +49 69 7595-1290

[Rainer.Misserre@dfv.de](mailto:Rainer.Misserre@dfv.de)

**Iris Maurer**

**Subscription service**

Aboservice

Tel.: +49 69 7595-2574

Fax: +49 69 7595-2570

[Iris.Maurer@dfv.de](mailto:Iris.Maurer@dfv.de)

Our media data 2010 can be found  
on the following website:  
[www.chemical-fibers.com](http://www.chemical-fibers.com)

Unsere Mediadaten 2010 finden Sie  
auch im Internet unter:  
[www.chemical-fibers.com](http://www.chemical-fibers.com)

**1 Brief description:**

English language international technical publication for purchasing decision-makers and all areas of management in chemical fiber production facilities and their suppliers (chemical fiber machinery and accessories manufacturers, dyestuff and auxiliary manufacturers) throughout the world.

**2 Frequency:**

Additionally to the four Chemical Fibers International issues each year, we publish a **Man-Made Fiber Year Book** once a year.

**3 Volume:**

60<sup>th</sup> volume (2010)

**4 Internet:**

www.chemical-fibers.com

**5 Member of:**

Media data base of "Deutsche Fachpresse"  
Internet: www.fachpresse.de

**6 Official organ of:**

-

**7 Publisher:**

Dipl.-Volksw. Hans-J. Koslowski

**E-mail:**

edi-cfi@dfv.de

**8 Publishing company:**

IBP International Business Press Publishers GmbH,  
Subsidiary of Deutscher Fachverlag GmbH

**Postal address:**

D-60264 Frankfurt am Main/Germany

**Visitors:**

Mainzer Landstraße 251  
D-60326 Frankfurt am Main/ Germany

**Phone:**

+49 69 7595-01

**Fax:**

+49 69 7595-2999

**Internet:**

www.dfv.de

**E-mail:**

info@dfv.de

**9 Editor:**

Dipl.-Ing. Claudia van Bonn (Editor-in-Chief)

**Phone:**

+49 69 7595-1393

**E-mail:**

Claudia.vanBonn@dfv.de

**Advisory board:**

R. H. Barker, Washington D.C./USA  
Prof. Dr. F. Effenberger, Denckendorf/Germany  
Prof. Dr. K. Perepelkin, St. Petersburg/Russia  
C. Purvis, Brussels/Belgium  
Dr. K. H. Riggert, Badenweiler/Germany  
Dr. K. Schäfer, Remscheid/Germany  
K. L. Vidur, Mumbai/India

**10 Advertising:**

Dagmar Henning (Advertising manager)

**Phone:**

+49 69 7595-1722

**E-mail:**

Dagmar.Henning@dfv.de

**11 Subscriptions:**

Iris Maurer

**Phone:**

+49 69 7595-2574

**E-mail:**

Iris.Maurer@dfv.de

**12 Subscription rate:**

EU	EURO	173.40
RoW	EURO	179.60
Single copy	EURO	29.00

**13 ISSN:**

1434-3584

**14 Volume analysis:**

**2008 = 5 issues**

**Format:**

A 4

**Total number of pages:**

367 pages = 100.0 %

**Editorial**

302 pages = 82.3 %

**Advertising including**

65 pages = 17.7 %

- Classified ads

-

- Bound inserts

-

- House advertisements

9 pages = 13.8%

- Loose inserts

-

**15 Editorial analysis:**

**2008 = 302 pages**

**Fiber raw materials**

38 pages = 12.5 %

**Fiber research, patents**

12 pages = 4.0 %

**Chemical fibers**

63 pages = 21.0 %

**Chemical fiber production**

55 pages = 18.2 %

**Texturing**

17 pages = 5.6 %

**Nonwovens**

32 pages = 10.6 %

**Industry news**

66 pages = 21.8 %

**Sundries (dates, literature, index, contents)**

19 pages = 6.3 %

**Total**

**302 pages = 100.0 %**

- 1 Kurzcharakteristik:**  
Englischsprachige internationale Fachzeitschrift für die Einkaufsent-  
scheider und das gesamte Management in den Chemiefaserbetrieben  
sowie deren Zulieferanten (Hersteller von Chemiefasermaschinen und  
Maschinenzubehör, Farbstoff- und Hilfsmittelhersteller) weltweit.
- 2 Erscheinungsweise:** Zusätzlich zu den vier Ausgaben Chemical Fibes  
International pro Jahr veröffentlichen wir jähr-  
lich ein **Man-Made Fiber Year Book**.
- 3 Jahrgang:** 60. Jahrgang 2010
- 4 Web-Adresse (URL):** [www.chemical-fibers.com](http://www.chemical-fibers.com)
- 5 Mitgliedschaften:** Mediadatenbank der Deutschen Fachpresse
- Internet:** [www.fachpresse.de](http://www.fachpresse.de)
- 6 Organ:** -
- 7 Herausgeber:** Dipl.-Volksw. Hans-J. Koslowski  
**E-Mail:** [edi-cfi@dfv.de](mailto:edi-cfi@dfv.de)
- 8 Verlag:** IBP International Business Press Publishers  
GmbH,  
Subsidiary of Deutscher Fachverlag GmbH  
D-60264 Frankfurt am Main  
Mainzer Landstraße 251  
D-60326 Frankfurt am Main  
**Telefon:** +49 69 7595-01  
**Fax:** +49 69 7595-2999  
**Internet:** [www.dfv.de](http://www.dfv.de)  
**E-Mail:** [info@dfv.de](mailto:info@dfv.de)
- 
- 9 Redaktion:** Dipl.-Ing Claudia van Bonn (Chefredaktion)  
**Telefon:** +49 69 7595-1393  
**E-Mail:** [Claudia.vanBonn@dfv.de](mailto:Claudia.vanBonn@dfv.de)  
**Redaktionsbeirat:** R.H. Barker, Washington D.C./USA  
Prof. Dr. F. Effenberger, Denkkendorf  
Prof. Dr. K. Perepelkin, St. Petersburg/Rusland  
C. Purvis, Brüssel/Belgien  
Dr. K. H. Riggert, Badenweiler  
Dr. K. Schäfer, Remscheid  
K. L. Vidur, Mumbai/Indien

- 10 Anzeigen:** Dagmar Henning (Leitung)  
**Telefon:** +49 69 7595-1722  
**E-Mail:** [Dagmar.Henning@dfv.de](mailto:Dagmar.Henning@dfv.de)
- 11 Vertrieb:** Iris Maurer  
**Telefon:** +49 69 7595-2574  
**E-Mail:** [Iris.Maurer@dfv.de](mailto:Iris.Maurer@dfv.de)
- 
- 12 Bezugspreis:**
- |                         |      |        |
|-------------------------|------|--------|
| Jahresabonnement Inland | EURO | 169,40 |
| Jahresabonnement EU     | EURO | 173,40 |
| restliches Ausland      | EURO | 179,60 |
| Einzelverkaufspreis     | EURO | 29,00  |
- 
- 13 ISSN:** 1434-3584
- 
- 14 Umfangs-Analyse: 2008 = 5 Ausgaben**
- Format der Zeitschrift DIN A4
- |                                   |              |         |
|-----------------------------------|--------------|---------|
| Gesamtumfang                      | 367 Seiten = | 100,0 % |
| Redaktioneller Teil               | 302 Seiten = | 82,3 %  |
| Anzeigenteil                      | 65 Seiten =  | 17,7 %  |
| davon                             |              |         |
| Stellen- und Gelegenheitsanzeigen |              | -       |
| Beihefter                         |              | -       |
| Verlagseigene Anzeigen            | 9 Seiten =   | 13,8 %  |
| Beihefter                         |              | -       |
- 
- 15 Inhalts-Analyse Redaktion: 2008 = 302 Seiten**
- |  |             |        |
|--|-------------|--------|
| Faserrohstoffe   | 38 Seiten = | 12,5 % |
| Faserforschung, Patente  | 12 Seiten = | 4,0 %  |
| Chemiefasern   | 63 Seiten = | 21,0 % |
| Chemiefaser-Herstellung  | 55 Seiten = | 18,2 % |
| Texturierung   | 17 Seiten = | 5,6 %  |
| Vliesstoffe  | 32 Seiten = | 10,6 % |
| Wirtschaftsberichte  | 66 Seiten = | 21,8 % |
| Sonstiges (Inhalt, Termine, Literatur,<br>Index, Summary etc.) | 19 Seiten = | 6,3 %  |
- 
- Gesamt** 302 Seiten = 100,0 %

Deutscher Fachverlag GmbH, Mainzer Landstr. 251, 60326 Frankfurt am Main, Postadresse: 60264 Frankfurt am Main, Telefon +49 69 7595-1722, Fax +49 69 7595-1720



**16 Circulation control:**

**17 Circulation analysis:** Copies per issue per annual average  
(July 1, 2008 until June 30, 2009)

<b>Print run:</b>	5,200	
<b>Total circulation:</b>	4,867	of which sent abroad: 4,076
Sold circulation:	672	of which sent abroad: 392
Subscribed copies:	666	copies for members: -
Sold otherwise:	7	
Sold individually:	-	
<b>Free copies:</b>	4,195	
<b>Remaining, archive and specimen copies:</b>	333	

**18 Geographical distribution analysis:**

Economic region	Share of actually distributed circulation %	Copies
Germany	16.3	791
Rest of the world	83.7	4,076
<b>Actually distributed circulation</b>	<b>100.0</b>	<b>4,867</b>



**16 Auflagenkontrolle:**

**17 Auflagen-Analyse:** Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt  
(1. Juli 2008 bis 30. Juni 2009)

<b>Druckauflage:</b>	5.200
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (TvA):</b>	4.867 davon Ausland 4.076
<b>Verkaufte Auflage:</b>	672 davon Ausland 392
Abonnierte Exemplare:	666 davon Mitgliederstücke -
sonstiger Verkauf:	7
Einzelverkauf:	-
<b>Freistücke:</b>	4.195
<b>Rest-, Archiv- und Belegexemplare:</b>	333

**18 Geographische Verbreitungs-Analyse:**

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage %	Exemplare
Deutschland	16,3	791
Ausland	83,7	4.076
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage</b>	<b>100,0</b>	<b>4.867</b>

### Geographical Distribution (4 issues + MMFYB)

#### Durchschnittliche geographische Verbreitung (4 Ausgaben + MMFYB)

Western Europe			Asia			Australia		
	<b>1,292</b>	<b>26.6 %</b>		<b>2,120</b>	<b>43.6 %</b>		<b>15</b>	<b>0.3 %</b>
Austria	30		Hongkong	55				
Benelux	52		India	338		<b>North America</b>	<b>430</b>	<b>8.8 %</b>
France	55		Indonesia	88		Canada	30	
Germany	791*		Iran	95		USA	400	
Greece	5		Japan	158		<b>Latin America</b>	<b>170</b>	<b>3.5 %</b>
Italy	120		Korea	88		Argentina	17	
Ireland	4		Malaysia	15		Brazil	65	
Portugal	10		Pakistan	90		Chile	9	
Scandinavia	23		Philippines	25		Columbia	12	
Spain	21		PR China	670		Mexico	40	
Switzerland	83		Saudi Arabia	39		Peru	13	
Turkey	49		Taiwan	285		Venezuela	14	
UK	49		Thailand	143				
			others	31				
Eastern Europe			Africa					
	<b>270</b>	<b>5.5 %</b>		<b>70</b>	<b>1.4 %</b>	Trade fairs, single copy sales etc.	500	10.3 %
Belarus	13		Egypt	23		<b>Total circulation</b>	<b>4,867</b>	<b>100.0 %</b>
Bulgaria	22		Nigeria	13				
Czech and Slovak Rep.	50		South Africa	34				
Hungary	15							
Poland	35							
Romania	29							
Russia	60							
Slowenia	14							
Ukraine	22							
former Yugoslavia	10							

\* Copies are partly forwarded to branches  
abroad

\* Expl. werden z. T. an ausländische  
Niederlassungen verbreitet

Publisher information (data base)  
Verlagsangaben (Empfängerdatei)

The following **STANDARD** software can be used:

QuarkXPress  
Adobe InDesign  
Adobe Photoshop  
Adobe Page Maker  
Adobe Illustrator  
Freehand  
Adobe PDF

**Other software programs, e.g. Corel Draw, PowerPoint, EXE, as well as Word files, can be NON-STANDARD processed. Any processing will be invoiced according to the time involved.**

**File requirements:**

To ensure the high quality for advertisements, the files should not be compressed.

All fonts in the file (print and screen) must either be available or be converted to vector paths.

The ad must be stored as an EPS or printoptimized PDF file and has to contain all the elements necessary for the correct output. Pictures require a minimum resolution of 250 dpi. Logos should be vector graphics or line scans with a minimum resolution of 800 dpi. The color spectrum of the print process is CMYK, reproduction scale 1:1. Advertisements composed in RGB spectrum will therefore not reproduce the colours correctly.

**Disks or other data transmission possibilities:**

**CD/DVD:**

Sending a CD/DVD with pre-press proof is the safest method of data transmission and has the advantage that the CD/DVD and the proof arrive at the same time.

**E-mail:**

The transmission should be limited to a file size of 20 MB and an ad copy must be sent via fax.

**ISDN:**

The transmission of Mac files should be via Leonardo-card and PC files via Fritz-card. An ad copy is also necessary here.

**File name**

**Please note:**

Upon receipt of your advertisement order, we will send you a form with specifications for the digital advertisement transfer. This form will include a file name for your advertisement, which is coupled with your order. Please apply this file name for the transmission or posting of your advertisement file. This allows for easy processing.

**Receipt and process control:**

The publisher accepts no responsibility for deviations in color or text in the advertisement if the files have not been stored in the recommended way and if pre-press proofs are missing.

## Folgende Software ist verarbeitbar:

QuarkXPress  
Adobe InDesign  
Adobe Photoshop  
Adobe Page Maker  
Adobe Illustrator  
Freehand  
Adobe PDF

**Andere Software-Programme, wie z.B. CorelDraw, PowerPoint-, EXE- sowie Word-Dateien können nicht standardmäßig verarbeitet werden. Eine Bearbeitung wird nach Zeitaufwand berechnet.**

## Dateiausgabe

Um eine hohe Wiedergabequalität Ihrer Anzeige zu gewährleisten, dürfen Daten nicht komprimiert werden. Alle im Datensatz verwendeten Schriften (Print und Screen) müssen in der Datei enthalten oder in Zeichenwege umgewandelt sein.

Die Anzeige muss als EPS oder printoptimiertes PDF gespeichert sein und alle für die Dateiausgabe notwendigen Bestandteile enthalten.

Bilder müssen eine Auflösung von 250 dpi haben. Logos müssen als Vektorgrafik oder Strich-Scan mit mindestens 800 dpi Auflösung angelegt sein. Der Farbraum von Printproduktionen ist CMYK, Abbildungsmaßstab 1:1. Anzeigen, die im RGB-Modus angelegt sind, werden daher nicht farbgetreu wiedergegeben.

## Übermittlungsmöglichkeiten

### CD/DVD

Das Schicken einer CD/DVD mit beigefügtem Referenzproof ist sicher und hat den Vorteil, dass Daten und Proof gleichzeitig eintreffen.

### E-Mail

Die Übermittlung ist auf einen Datenumfang von 20 MB beschränkt und das Motiv muss zeitgleich gefaxt werden.

### DFÜ

Das Übersenden von Mac-Dateien ist über Leonardo-Card, die von PC-Daten über Fritz-Card möglich. Auch hier muss zeitgleich das Motiv vorliegen.

### Dateiname

Vor der Übergabe der Anzeigendatei werden wir Ihnen einen Dateinamen für Ihre Anzeige mitteilen, der mit Ihrem Auftrag verbunden ist. So ist eine problemlose weitere Bearbeitung sichergestellt.

### Eingangs- und Verarbeitungskontrolle

Der Verlag übernimmt keine Haftung für Farbabweichungen und Textstellungen im Anzeigenmotiv, wenn Dateien nicht in der empfohlenen Art und Weise abgespeichert wurden und Referenzproofs fehlen.

<b>Issue</b>	<b>Main Topics</b>	<b>Conferences &amp; Trade Shows</b>
<b>1 March</b> Publication date      March 08, 2010 Closing dates - for orders              Feb. 15, 2010 - for printing material    Feb. 19, 2010	Fiber raw materials Cellulosic fiber specialties Polyester fibers Polypropylene fibers Carpet fiber developments (Domotex, Hanover) Elastic fiber developments Textured yarns Nonwovens technologies New fiber patents Industry news	Nonwovens Research Academy March 15/16, 2010 in Aachen/Germany 3 <sup>rd</sup> American Nylon Symposium March 26, 2010 in Atlanta, GA/USA IDEA 2010 April 27-29, 2010 in Miami Beach, FL/USA 4 <sup>th</sup> European Nylon Symposium May 7, 2010 in Frankfurt/Germany Techtextil North America May 18-20, 2010 in Atlanta, GA/USA
<b>2 May</b> Publication date      May 28, 2010 Closing dates - for orders              May 06, 2010 - for printing material    May 11, 2010	Fiber raw materials / Polyamide fibers Fibers for nonwovens ITMA Asia + CITME 2010 preview: New machinery for fiber production Fiber technology / Nonwovens technologies New fiber patents / Industry news	PEPP Chain 2010 June 14-16, 2010 in Zurich/Switzerland IFAI Advanced Textiles 2010 June 16/17, 2010 in Paris/France ITMA Asia + CITME 2010 June 22-26, 2010 in Shanghai/PR China
<b>3 September</b> Publication date      Sept. 09, 2010 Closing dates - for orders              Aug. 19, 2010 - for printing material    Aug. 24, 2010	Fiber raw materials / Technical fibers / Global fiber markets Project list: New polymer and chemical fiber plants 2010 K 2010 preview: New machinery for fiber production World trade with texturing machines New fiber patents / Industry news	Man-Made Fibers Congress Dornbirn September 15-17, 2010 in Dornbirn/Austria IFAI Expo October 27-29, 2010 in Orlando, FL/USA K 2010 Oct. 27-Nov. 3, 2010 in Düsseldorf/Germany
<b>Man-Made Fiber Year Book 2010</b>		
Publication date      October 08, 2010 Closing dates - for orders              Sept. 17, 2010 - for printing material    Sept. 22, 2010	published by "Chemical Fibers International"	
<b>4 December</b> Publication date      Dec. 02, 2010 Closing dates - for orders              Nov. 11, 2010 - for printing material    Nov. 16, 2010	Fiber raw materials / Synthetic fiber specialties Fiber technology / PP fiber technology Spin finishes Texturing technology (machinery, yarns, markets) New fiber patents / Industry news	Polyester & PET Chain 2010 Dec. 13-15, 2010 in Zurich/Switzerland

Ausgabe	Hauptthemen	Messen und Tagungen
<b>1 März</b>  Erscheinungstermin: 08. März 2010 Schlusstermine Anzeigenschluss: 15. Feb. 2010 Druckunterlagen: 19. Feb. 2010	Faserrohstoffe Cellulosefasern Polyesterfasern Polypropylenfasern Teppichfaser-Entwicklungen (Domotex, Hannover) Elastanfaser-Entwicklungen Texturierte Garne Vliesstofftechnologien Neue Faserpatente Aktuelle Wirtschaftsnachrichten	Nonwovens Research Academy 15./16. März 2010 in Aachen 3 <sup>rd</sup> American Nylon Symposium 26. März 2010 in Atlanta, GA/USA IDEA 2010 27.-29. April 2010 in Miami Beach, FL/USA 4 <sup>th</sup> European Nylon Symposium 7. Mai 2010 in Frankfurt Techtexil North America 18.-20. Mai 2010 in Atlanta, GA/USA
<b>2 Mai</b>  Erscheinungstermin: 28. Mai 2010 Schlusstermine Anzeigenschluss: 06. Mai 2010 Druckunterlagen: 11. Mai 2010	Faserrohstoffe / Polyamidfasern Fasern für Vliesstoffe ITMA Asia + CITME 2010 Vorschau: Neue Maschinen für die Faserproduktion Fasertechnologie / Vliesstoff-Technologien Neue Faserpatente / Aktuelle Wirtschaftsnachrichten	PEPP Chain 2010 14.-16. Juni 2010 in Zürich/Schweiz IFAI Advanced Textiles 2010 16./17. Juni 2010 in Paris/Frankreich ITMA Asia + CITME 2010 22.-26. Juni 2010 in Shanghai/VR China
<b>3 September</b>  Erscheinungstermin 09. Sept. 2010 Schlusstermine Anzeigenschluss: 19. August 2010 Druckunterlagen: 24. August 2010	Faserrohstoffe / Technische Fasern Globale Fasertrends Projekt-Liste: Neue Polymer- und Chemiefaseranlagen 2010 K 2010 Vorschau: Neue Maschinen für die Faserproduktion Textilmaschinenbau-Welthandel Neue Faserpatente / Aktuelle Wirtschaftsnachrichten	49. Chemiefasertagung Dornbirn 15.-17. Sept. 2010 in Dornbirn/Österreich IFAI Expo 27.-29. Oktober 2010 in Orlando, FL/USA K 2010 27.10.- 3.11. 2010 in Düsseldorf
<b>Man-Made Fiber Year Book 2010</b>		
Erscheinungstermin 08. Okt. 2010 Schlusstermine Anzeigenschluss: 17. Sept. 2010 Druckunterlagen: 22. Sept. 2010	Veröffentlicht von „Chemical Fibers International“	
<b>4 Dezember</b>  Erscheinungstermin 02. Dez. 2010 Anzeigenschluss: 11. Nov. 2010 Druckunterlagen: 16. Nov. 2010	Faserrohstoffe / Chemiefaser-Spezialitäten Fasertechnologie / PP-Fasertechnologie Spinnpräparationen Texturier-Technologien (Maschinen, Garne, Märkte) Neue Faserpatente / Aktuelle Wirtschaftsnachrichten	Polyester & PET Chain 2010 13.-15. Dezember 2010 in Zürich/Schweiz

**1 Formats and net advertising rates (EURO) / Formate und Anzeigennettopreise (EURO):**

Format/Size	Breite x Höhe (in mm) Width x Depth (in mm)		Grundpreis Basic Rate		
	Satzspiegel/Type area	Anschnitt*/ Bleed*	4c	b/w, s/w	
2/1 Seite/page	400 x 256	420 x 297	9.340,00	6.530,00	<p><b>Druckunterlagen- formate für angeschnittene Anzeigen:</b></p> <p>* Beschnittzugabe bei angeschnittenen Anzeigen 4 mm an allen Außenkanten (*Anschnitt)</p> <p><b>Formats for bleed advertisements:</b></p> <p>* Add 4 mm at all outer edges for bleed advertisements (*Bleed)</p>
1/1 Seite/page	185 x 256	210 x 297	4.670,00	3.265,00	
2/3 Seite/page hoch/vertical	120 x 256	130 x 297	3.360,00	2.355,00	
1/2 Seite/page hoch/vertical	89 x 256	99 x 297	2.490,00	1.740,00	
1/2 Seite/page quer/horizontal	185 x 125	210 x 139			
1/2 Seite Junior Page	120 x 190	130 x 204	3.020,00	2.110,00	
1/3 Seite/page hoch/vertical	57 x 256	67 x 297			
1/3 Seite/page 2-sp./2-column	120 x 125	130 x 139	1.680,00	1.180,00	
1/3 Seite/ page quer/horizontal	185 x 85	210 x 100			
1/4 Seite/page hoch/vertical	89 x 125	99 x 139	1.325,00	940,00	
1/4 Seite/page quer/horizontal	185 x 60	210 x 75			
1/8 Seite/page quer/horizontal	185 x 30	210 x 45	705,00	510,00	
1/8 Seite/page hoch/vertical	89 x 60	99 x 75			

Matched colors per color:	EURO 990,00
Metallic or luminescent colors	on request
Sonderfarben je Farbe	EURO 990,00
Metallic- oder Leuchtfarben	auf Anfrage

Allen Preisen ist der jeweils gültige MwSt.-Satz hinzuzurechnen.

**2 Format:**

A4, 210 mm wide, 297 mm deep

**3 Type area:**

185 mm wide, 256 mm deep;

No. of columns: 4, Column width: 42 mm

**4 Special positions :**

Front page (4c)

EURO 5,100.00

Bleed format: 210 mm wide x 203 mm deep,  
plus 4 mm trim at right and bottom

IFC 4c / BC \*, 4c

EURO 4,900.00

1st right-hand page (4c)

EURO 4,900.00

\* According to postal regulations address labels are pasted on the top of the back cover. Please bear this in mind when designing advertisements. No liability can be accepted for a section covered by a label.

**5 Classified advertisements (no discounts):**

No. of columns: 4

1 col. 42 mm, 2 col. 89 mm, 3 col. 135 mm, 4 col. 185 mm

Rate per mm single column:

Situations vacant, for sale/wanted, business services etc.

EURO b/w 3.00

EURO 4c 4.60

Situations wanted

EURO 2.00

Box fee (Box number ads are subject to VAT)

EURO 11.00

**6 Discounts:** for space booked within one year

Series discount

Volume discount

3 Insertions 3%

1 Page 3%

6 Insertions 5%

3 Pages 5%

9 Insertions 10%

6 Pages 10%

12 Insertions 15%

9 Pages 15%

24 Insertions 20%

12 Pages 20%

**2 Zeitschriftenformat:**

210 mm breit, 297 mm hoch, DIN A 4

**3 Satzspiegel:**

185 mm breit, 256 mm hoch;

Spaltenzahl: 4 Spalten, Spaltenbreite: 42 mm

**4 Preise für Sonderplatzierungen:**

Titelseiten (4c)

EURO 5.100,00

Format angeschnitten B 210 mm x H 203 mm,  
zzgl. 4 mm Beschn. rechts u. unten

2. Umschlagseite (4c) / 4. \* Umschlagseite 4c

EURO 4.900,00

1. rechte Anzeigenseite (4c)

EURO 4.900,00

\* Nach den einschlägigen Postbestimmungen erfolgt die Selbstbeanschriftung auf der vierten Umschlagseite, oben. Berücksichtigen Sie dies bitte bei der Gestaltung Ihrer Anzeigen. Für Überkleben von Texten bzw. Bildern an dieser Stelle wird keine Gewähr übernommen.

**5 Preise für Gelegenheits-, Stellenanzeigen:**

Spaltenzahl: 4,

1 Sp. 42 mm, 2 Sp. 89 mm, 3 Sp. 135 mm, 4 Sp. 185 mm

Preis pro mm und Spalte:

Stellenangebote, Ankauf, Verkauf, Aufträge etc.

EURO s/w 3,00

EURO 4c 4,60

Stellengesuche

EURO 2,00

Chiffregebühr (Chiffreanzeigen zzgl. MwSt.)

EURO 11,00

**6 Rabatte:** bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten (Insertionsjahr)

Malstaffel

Mengenstaffel

3 Anzeigen 3%

1 Seite 3%

6 Anzeigen 5%

3 Seiten 5%

9 Anzeigen 10%

6 Seiten 10%

12 Anzeigen 15%

9 Seiten 15%

24 Anzeigen 20%

12 Seiten 20%

Allen Preisen ist der jeweils gültige MwSt.-Satz hinzuzurechnen.

**7 Buyers' guide:**

Minimum: W: 57 mm x D: 25 mm

Rate per mm: 4c EURO 5.00 b/w EURO 4.20

Rates and formats:

57 x 25 mm =	EURO 125.00	EURO 105.00
57 x 35 mm =	EURO 175.00	EURO 147.00
57 x 50 mm =	EURO 250.00	EURO 210.00

**8 Payment terms:** 3% discount for prepayment, 2% discount for payment within 2 weeks, net due within 30 days

**9 Bank:** Frankfurter Sparkasse, Frankfurt/Main,  
A/c No. 34926, Bank code 500 502 01,  
S.W.I.F.T.-Code HELADEF1822

**10 Printing process:** Sheet-fed offset

Binding method: Adhesive binding

Color: European scale DIN 16539 Offset

Color sequence: Black, cyan, magenta, yellow

Screen ruling: 60 screen

Paper quality: Cover: 170 g/m<sup>2</sup>, art paper, wood free, glossy

Contents: 65 g/m<sup>2</sup> art paper, matt

Dot gain values: 40% area: 14% (tolerance +/- 3%)

80% area: 12% (tolerance +/- 2%)

**Printing material:** Requirements are files created according to ISOcoated, FOGRA27L, on CD ROM with contract proof digital/reference proof (paper simulation of the actual print paper of the relevant magazine) and the corresponding measuring element.

**7 Einkaufsführer:**

Mindestformat: B: 57 mm x H: 25 mm

Preis pro mm Höhe: 4c EURO 5,00 s/w EURO 4,20

Preis- und Größenbeispiele:

57 x 25 mm =	EURO 125,00	EURO 105,00
57 x 35 mm =	EURO 175,00	EURO 147,00
57 x 50 mm =	EURO 250,00	EURO 210,00

**8 Zahlungsbedingungen:** 3% Skonto bei Vorauszahlung,  
2% Skonto bei Zahlung innerhalb 14 Tage, netto  
30 Tage

**9 Bankverbindung:** Frankfurter Sparkasse, Frankfurt/Main,  
Kto.-Nr. 34926, BLZ 50050201,  
S.W.I.F.T.-Code HELADEF1822

**10 Druckverfahren:** Bogenoffset

Bindeverfahren: Klebebindung

Farben: nach Europa-Skala DIN 16539 Offset

Farbreihenfolge: Schwarz, Cyan, Magenta, Gelb

Rasterweiten: 60er Raster

Papierqualität: Umschlag: 170 g/m<sup>2</sup>, Bilderdruck, h'frei weiß,  
glänzend

Inhalt: 65 g/m<sup>2</sup>, Bilderdruck, matt

Tonwertzunahme: 40%-Feld: 14% (Toleranz +/- 3%),

80%-Feld: 12% (Toleranz +/- 2%)

**Druckunterlagen:** Erforderlich sind digitale Daten erstellt nach ISOcoated, FOGRA27L, auf CD-ROM mit farbverbindlichen Digital-proof/Referenzproof (Papiersimulation Auflagenpapier der jeweiligen Zeitschrift) und entsprechenden Messelementen.

Allen Preisen ist der jeweils gültige MwSt.-Satz hinzuzurechnen.

**11 Bound inserts**

Rates: 2page EURO 3,265.00  
4page EURO 4,670.00

Discount: 2page insert = 1 advertisement page  
4page insert = 2 advertisement pages

Copies: 6,000

Size: Specified size: 215 x 303 mm,  
including: 2 mm gutter trim  
3 mm trim at outer edge  
3 mm trim at the top  
3 mm trim at the bottom

Bound inserts with tip-on reply cards can only be processed if the card is attached parallel to the gutter. Please send specimen to publishers first.

**12 Loose inserts:**

Rate up to 25 g incl. postage: EURO 3,265.00  
Rate up to 50 g incl. postage: EURO 4,670.00  
Copies: 6,000

Format: Maximum format: 205 x 290 mm  
Additional costs for cutting and folding (of different formats) are charged. Please send specimen to publishers first.

**13 Tip-ons:**

Samples, reply cards, etc.: Rates on request

**14 Address for tip-ons, bound and loose inserts:**
**Free delivery**

Color-Druck  
Herrn Friedrich Essert  
zur Weiterverarbeitung CFI  
Gutenbergstraße 4  
D-69181 Leimen

**Ref. :**

"CHEMICAL FIBERS  
INTERNATIONAL".  
Please state title and issue  
(e.g. CFI No. 3/2010).  
**Deadline for delivery:**  
10 days prior to publication

**11 Einhefter:**

Preis: 2-seitig EURO 3.265,00  
4-seitig EURO 4.670,00

Rabatt: 2-seitiger Beihefter = 1 Anzeigen-Seite,  
4-seitiger Beihefter = 2 Anzeigen-Seiten

Auflage: 6.000

Format: Verbindliches Rohbogenformat: 215 x 303 mm,  
darin enthalten: 2 mm Beschnitt im Bund  
3 mm Beschnitt außen  
3 mm Beschnitt am Kopf  
3 mm Beschnitt am Fuß

Einhefter mit angeklebter Postkarte sind nur zu verarbeiten, wenn die Postkarte parallel zum Bund befestigt ist. Muster vorab an den Verlag.

**12 Beilagen(rabattfähig):**

Preis bis 25 g inkl. Postgebühren EURO 3.265,00  
Preis bis 50 g inkl. Postgebühren EURO 4.670,00  
Auflage: 6.000

Format: Höchstformat: 205 x 290 mm  
Wird dieses Format nicht eingehalten, entstehen Mehrkosten durch Schneiden und Kleinfalzen, die zu Lasten des Kunden gehen. Muster vorab an den Verlag.

**13 Beikleber:**

Beikleber (Stoffmuster, Postkarten u.a.) sind möglich.  
Preise auf Anfrage.

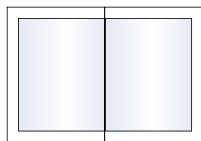
**14 Versandschrift für Einhefter, Beilagen und Beikleber:**
**Lieferung frei**

Color-Druck,  
Herrn Friedrich Essert  
zur Weiterverarbeitung CFI  
Gutenbergstraße 4  
D-69181 Leimen

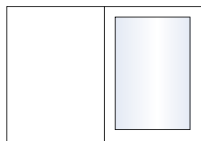
**Vermerk:**

„CHEMICAL FIBERS  
INTERNATIONAL“  
Bitte geben Sie Titel und Ausgabe  
an (z.B. CFI Nr. 3/2010).  
**Anlieferungstermin:**  
spätestens 10 Tage vor Erscheinen

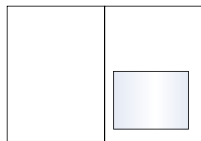
## Type area Im Satzspiegel



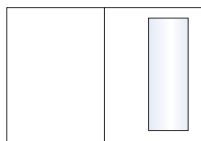
- |   | Ad size<br>Anzeigenformat |
|---|---------------------------|
| 1. DPS across gutter, type area Doppelseite über Bund | 400 x 256                 |



- |                                  |           |
|----------------------------------|-----------|
| 2. 1/1 page, type area 1/1 Seite | 185 x 256 |
|----------------------------------|-----------|



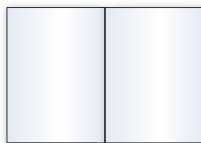
- |   |           |
|---|-----------|
| 3. 1/2 page, horizontal, type area 1/2 Seite quer | 185 x 125 |
|---|-----------|



- |   |          |
|---|----------|
| 4. 1/2 page, vertical, type area 1/2 Seite hoch | 89 x 256 |
|---|----------|

Formats in mm Width x Depth /  
Formate in mm Breite x Höhe

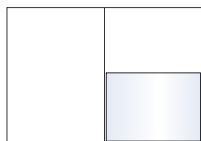
## Bleed Im Anschnitt



- |   | Ad size<br>Anzeigen-<br>format | Ad size including trim<br>Druckunterlagen<br>format  |
|---|--------------------------------|--|
| 5. DPS across gutter, bleed Doppelseite über Bund angeschnitten | 420 x 297                      | 428 x 305<br>including trim<br>at top, edge<br>and bottom<br>Beschnitt oben,<br>unten, rechts<br>und links |



- |  |           |   |
|--|-----------|---|
| 6. 1/1 page, bleed 1/1 Seite angeschnitten | 210 x 297 | 218 x 305<br>including trim<br>Beschnitt<br>enthalten |
|--|-----------|---|



- |   |           |   |
|---|-----------|---|
| 7. 1/2 page, horizontal, bleed 1/2 Seite quer angeschnitten | 210 x 139 | 218 x 143<br>including trim<br>Beschnitt<br>enthalten |
|---|-----------|---|



- |   |          |   |
|---|----------|---|
| 8. 1/2 page, vertical, bleed 1/2 Seite hoch angeschnitten | 99 x 297 | 103 x 305<br>including trim<br>Beschnitt<br>enthalten |
|---|----------|---|

### Frankfurt

**Deutscher Fachverlag**  
Mainzer Landstraße 251  
D-60326 Frankfurt/Main

**Heidrun Dangl**  
Tel.: +49 69 7595-2563  
Fax: +49 69 7595-2580  
Heidrun.Dangl@dfv.de

**Dagmar Henning**  
Tel.: +49 69 7595-1722  
Fax: +49 69 7595-1720  
Dagmar.Henning@dfv.de

### Baden-Württemberg

**G. Fahr**  
**Verlags- und Pressebüro**  
Marktplatz 10  
72654 Neckartenzlingen  
Tel.: +49 7127 3084  
Fax: +49 7127 21478  
info@verlagsbuero-fahr.de

### Bayern und Österreich

**G. Fahr**  
**Verlags- und Pressebüro**  
Breitenbergstr. 17  
D-87629 Füssen  
Tel.: +49 8362 5054990  
Fax: +49 8362 5054992  
info@verlagsbuero-fahr.de

### France

Marc Jouanny  
Intern. Media Press &  
Marketing  
16, rue Saint Ambroise  
F-75011 Paris  
Tel.: +33 1 43553397  
Fax: +33 1 43556183  
marc-jouanny@wanadoo.fr

### USA, Canada

Textile Media Services  
Michael M.T. Chang  
382 Morrish Road  
Toronto Ontario M1C 1G1  
Canada  
Tel.: +1 416 2878888  
Fax: +1 416 2879999  
textilemedia@rogers.com

1. "Advertising order", in the sense of the following General Terms and Conditions, refers to the agreement to publish one or more than one advertisement or presentations in any form of an Advertiser or other space buyer in a printed publication for purposes of circulation.
2. In the event of doubt, advertisements are to be requisitioned for publication within one year after the conclusion of the contract. If the right to requisition individual advertisements is granted under the terms of the transaction, then the order must be carried out within a period of one year from the publication of the first advertisement, insofar as the first advertisement is requisitioned and published within the timer period designated in Clause 1. According to the contract the advertiser has the right to requisition advertisements within the time period of the contract, beyond the number of advertisements originally agreed upon.
3. The prices of the advertisements are consequent on the Publisher's Advertising Rate Card in effect at the time the contract is concluded. If the advertisement rate should change after the conclusion of the contract, the Publisher is entitled to charge the price according to the price list valid at the time of publication; this does not apply to business transactions with non-traders, insofar as no more than 4 months have elapsed between the conclusion of the contract and the time of publication. Advertising agencies and advertising agents are prohibited from passing on the agent's fees granted by the Publisher wholly or in part to their clients.
4. If order should not be carried out owing to circumstances for which the Publisher is not responsible, then the Advertiser must reimburse the Publisher for the difference between the discount granted and that corresponding to the actual sales, regardless of any further legal obligations. No claims on the part of the Advertiser shall ensue in the event of force majeure on the side of the Publisher.
5. In the calculation of quantities ordered, millimetres of text lines shall be converted into millimetres of advertisement corresponding to the price.
6. Orders for advertisements and other advertising media which are placed with the declared intention of being published only in specific issues, in specific editions or in specific places in the publication, must be submitted to the Publisher early enough that the Advertiser can be informed before the closing date if the order cannot be executed in this manner. Classified advertisements shall be printed in the respective column, and do not require an express agreement to this effect.
7. Text advertisements are advertisements having at least two sides bordering on text and not on other advertisements. The Publisher is entitled to mark with the word "Advertisement" those advertisements whose editorial design is such that they are not readily recognizable as advertisements.
8. The Publisher reserves the right to refuse advertising orders - including individual requisitions under the terms of a transaction - and advertising supplement orders on the basis of their technical form or their origin, in accordance with uniform, objectively justified principles; the same applies if the contents violate laws or official regulations, or if the publication is unacceptable to the Publisher. This also applies to orders placed with agencies, receiving offices or representatives. Orders for presentations in any form are not binding for the Publisher until a sample of the advertising supplement has been submitted and approved. Advertising or presentations in any form which in form or appearance give the reader the impression that they are an integral part of the newspaper or

- magazine, or which contain outside advertising, will not be accepted. The Advertiser will be informed immediately if an order is refused.
9. The Advertiser is responsible for the punctual delivery of the advertising copy and reliable printing data or the advertising supplements. The Publisher guarantees the quality of the printing customary for the assigned publication within the limits set by the printing data. The Publisher will immediately apply for new printing data if the originals are seen to be unsuitable or damaged.
  10. If the print of the advertisement is completely or partially illegible or false or is incompletely printed, thus constituting a considerable error, the Advertiser may claim a correct substitute advertisement, or a price reduction to the extent that the purpose of the advertisement has been impaired. If the Publisher should exceed a reasonable period of time set for the publication of the substitute advertisement or if it should once again be incorrect, then the Advertiser has the right to a price reduction or a cancellation of the order. Indemnity claims from positive breach of obligation, negligence in contracting and tort are excluded - especially in the case of orders placed by telephone; indemnity claims from impossibility of performance and default are restricted to the replacement of the foreseeable loss and, in the amount, to the remuneration to be paid for the advertisement or advertising supplement in question. This does not apply to premeditation and gross negligence on the part of the Publisher, its legal representatives or vicarious agents or injury to life, body or health. A liability of the Publisher for damages owing to the lack of warranted qualities remains unaffected. Furthermore, the Publisher is not liable for gross negligence of vicarious agents in commercial business transactions; in the remaining cases, the liability towards merchants for gross negligence is restricted in its extent to the foreseeable damage up to the amount of the remuneration for the advertisement in question. Complaints must be put forward within 4 weeks of receiving the invoice and receipt - unless the defects are not obvious.
  11. Proofs shall be delivered only when expressly requested. The Advertiser shall bear the responsibility for the correctness of the returned proofs. The Publisher shall take into account all error corrections of which it shall be informed within the period set at the time of forwarding the proofs.
  12. If no specific size is stipulated, the actual print size customary for the type of advertisement will be used as a basis for invoicing.
  13. In the event that the Advertiser does not make an advance payment, the invoice will be sent immediately, if possible, however, 14 days after the publication of the advertisement. The invoice is to be paid within the period evident from the price list, beginning from the time of receipt of the invoice, unless, in individual cases, another method of payment has been agreed upon or an advance payment has been made. Any discounts for advance payment shall be granted in accordance with the price list.
  14. Interest and collection expenses will be charged if there is a delay in payment or a respite. In the event of default, the Publisher may postpone the further execution of the current order until payment has been made and request advance payment for the remaining advertisements. If there is reasonable doubt regarding the Advertiser's ability to pay, the Publisher is entitled, even during the term of the transaction, to make the publication of further advertisements dependent upon advance payment of the amount charged and settlement of unpaid bills, regardless of previously agreed terms of payment.
  15. Upon request, the Publisher shall deliver a specimen of the advertisement with the invoice. Depending on the type and size of the advertisement, the specimens

- shall be delivered as clippings, entire pages or entire issues. If a specimen can no longer be procured, a legally binding certification from the Publisher regarding the publication and distribution of the advertisement shall serve as a substitute.
16. The Advertiser shall bear the costs for the production of ordered printing data and drawings, and for considerable changes in previously determined versions, which the Advertiser may request or be responsible for.
  17. In the case of a transaction involving several advertisements, a claim to a reduction in price may result from a reduction in the circulation if the total average circulation in the insertion year beginning with the first advertisement is less than the average amount stated in the price list or otherwise, or - if no circulation amount is stated - is less than the average circulation of issues sold (for trade journals, this can also be the average number actually distributed) in the previous calendar year. A reduction in circulation shall grant the right to a price reduction only if it amounts to
 

20 % for a circulation of up to	50,000
15 % for a circulation of up to	100,000
10 % for a circulation of up to	500,000
5 % for a circulation of more than	500,000.

- Claims to price reductions are excluded, however, if the Publisher has informed the Advertiser in due time of the drop in circulation and has offered the Advertiser the choice of withdrawing from the contract.
18. In the case of keyed advertisements, the Publisher shall take as much care in handling and punctually passing on the replies as would a responsible businessman. Registered and express letters will only be forwarded by ordinary post. The replies to keyed advertisements shall be kept for 4 weeks. Replies which are not collected within this period shall be destroyed. The Publisher shall return valuable documents without being obligated to do so. The publisher can be granted the right in a specific contract to open incoming offers as a representative on behalf of, and in declared interests, of the customer. Letters which exceed the permissible DIN A4 size, as well as goods, books, catalogues and packages, will be excluded from onward transmission and will not be accepted. Any acceptance or onward transmission can, however, be agreed by way of exception if the customer bears the charges/costs incurred as a result.
  19. Printing data shall be returned to the Advertiser only if expressly requested. Should the Publisher store the data, without actually being obligated to do so, then this obligation will end after three months.
  20. Discount credit notes and supplementary discount charges shall principally not take place until the end of the insertion year.
  21. Placement confirmations are only conditionally valid and may be changed for technical reasons. In such cases, the Publisher may not be made liable.
  22. Advertising orders are subject to German law. The place of fulfillment is the principal place of business of the Publisher. The place of jurisdiction for legal proceedings involving business transactions with merchants, bodies corporate or special assets is the principal place of business of the Publisher. Insofar as claims of the Publisher are not put forward by collection procedure, the place of jurisdiction for non-traders shall be determined according to their place of residence. It shall be agreed that the place of jurisdiction shall be the principal place of business of the Publisher if the place of residence or customary place of abode of the Advertiser, including non-traders, is unknown at the time that the legal proceedings are instituted or if the Advertiser's place of residence or customary place of abode should be moved outside the purview of the law after closing the contract.



1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel 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 Abruf innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
3. Die Anzeigenpreise ergeben sich aus der bei Vertragsabschluss gültigen Anzeigenpreisliste des Verlages. Ändert sich der Zeigentarif 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 4 Monate vergangen sind. Werbeagenturen und Werbemitteln ist es untersagt, die vom Verlag gewährten Mittelgebühren 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. Beruht die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages, so hat der Auftraggeber keinen Erstattungsanspruch.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Aufträge für Anzeigen und andere Werbemittel, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, das 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 zwei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund 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 wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, das selbe gilt, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Anzeigenaufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells des Werbemittels und deren Billigung bindend. Werbemittel, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich.

Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an.

10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige, der keinen unwesentlichen Fehler darstellt, 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 für deren Veröffentlichung gesetzte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Preisminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind insbesondere bei telefonischer Auftragserteilung ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und der Höhe nach auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlages, seines gesetzlichen Vertreters und seiner 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 4 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 Größenverhältnisse 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 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 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 Anzeigenauftrages werden Anzeigenauschnitte, 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.

## Allgemeine Geschäftsbedingungen des Deutschen Fachverlages für Anzeigen und Fremdbeilagen

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 Inseritionsjahres 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 berechtigender Mangel, wenn sie

bei einer Auflage bis zu 50 000 Exemplaren 20 v.H., bei einer Auflage bis zu 100 000 Exemplaren 15 v.H., bei einer Auflage bis zu 500 000 Exemplaren 10 v.H., bei einer Auflage über 500 000 Exemplaren 5 v.H. beträgt.

Preisminderungsansprüche sind jedoch ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage unter dem Anerbieten, vom Vertrag zurückzutreten, rechtzeitig Kenntnis gegeben hat.

18. Bei Ziffernanzeigen 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. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einzelvertretlich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 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 Gebühren/Kosten übernimmt.

19. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Bewahrt der Verlag die Werbemittel auf, ohne dazu verpflichtet zu sein, so geschieht dies maximal für drei Monate.

20. Rabattgutschriften und Rabattnachbelastungen erfolgen grundsätzlich erst zum Ende des Inseritionsjahres.

21. Platzierungsbestätigungen gelten nur unter Vorbehalt und können aus technischen Gründen geändert werden. In solchen Fällen kann der Verlag nicht haftbar gemacht werden.

22. Für den Anzeigenauftrag gilt deutsches Recht. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand 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, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

**In der Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag  
erscheinen folgende technische  
Textilfachzeitschriften:**

Chemical Fibers International  
Man-Made Fiber Year Book  
Dornbirn Tagungshandbuch  
Technische Textilien/Technical Textiles  
Melliand Textilberichte  
Melliand International  
Melliand China

**Textile technical journals published by  
Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag:**

Chemical Fibers International  
Man-Made Fiber Year Book  
Dornbirn Congress Guide  
Technical Textiles/Technische Textilien  
Melliand Textilberichte  
Melliand International  
Melliand China

Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag  
Mainzer Landstrasse 251  
60326 Frankfurt am Main/Germany  
Telephone: +49 69 7595-1722  
Telefax: +49 69 7595-1720  
Internet: [www.dfv.de](http://www.dfv.de)

 VERLAGSGRUPPE  
DEUTSCHER  
FACHVERLAG  
[www.dfv.de](http://www.dfv.de)