Preisliste – Nr. 83

Gültig ab 1. Januar 2027

IHK Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern

mediengruppe Münchner Merkur tz

ZEITUNG · RADIO · TV · ONLINE · DIENSTLEISTUNGEN

Jahrgang: 83. Jahrgang/2027

Erscheinungsweise: 8x jährlich

Verbreitete Auflage: (IVW geprüft) ca. 113.000 Exemplare je Ausgabe

Zeitschriftenformat: 210 mm breit x 280 mm hoch

Satzspiegel: 185 mm breit x 255 mm hoch
3 Spalten à 59 mm
4 Spalten à 43 mm (Marktteil)
Bundüberlappung

Druck: Rollenoffset, Vierfarbendruck Euroskala

Dateiformate: EPS-Dateien mit eingebundenen Schriften oder druckfähige PDF/X-3-Dateien, Version 1.3, Auflösung von Bildern, Logos etc. mindestens 300 dpi, Farbprofil: PSO LWC Standard (ECI) (FOGRA46L)

Datenübertragung: wirtschaft@mup-verlag.de
Bei Fragen und Problemen zur Datenübertragung bitten wir um Kontaktaufnahme.
Telefon: (089) 139 28 42 31

Nachlässe:

Malstaffel	Mengenstaffel
bei 3 Anzeigen 3 %	bei 3 Seiten 5 %
bei 6 Anzeigen 5 %	bei 6 Seiten 10 %
bei 11 Anzeigen 10 %	bei 11 Seiten 20 %

Nachlässe werden nur gewährt, wenn die Anzeigen innerhalb eines Abschlussjahres erscheinen. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige. Abschlüsse müssen vor der ersten Anzeige vereinbart werden.

Agenturvergütung: 15 %

Zahlungsbedingungen: Zahlbar innerhalb von 14 Tagen rein netto. Alle Preise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer.

Bankverbindung: HypoVereinsbank München
IBAN: DE 32700202700002439018
Swift (Bic) HYVEDEMMXXX
Gläubiger-ID: DE38ZZZ00000119274

Herausgeber:

Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern
Max-Joseph-Str. 2, 80333 München
Tel.: (089) 5116 - 0
Fax: (089) 5116 - 1306
E-Mail: info@muenchen.ihk.de
Internet: www.muenchen.ihk.de

Verlag:

Münchener Zeitungs-Verlag GmbH & Co. KG
Paul-Heyse-Straße 2 - 4
80336 München
Tel.: (089) 5306 - 0
Fax: (089) 5306 - 640

Vermarktung:

MuP Verlag GmbH
Tengstraße 27
80798 München
Tel.: (089) 139 28 42 20
Fax: (089) 139 28 42 28
E-Mail: wirtschaft@mup-verlag.de

WIRTSCHAFT – das IHK-Magazin für München und Oberbayern

WIRTSCHAFT ist das IHK-Magazin für München und Oberbayern und richtet sich an alle Unternehmen im IHK-Bezirk. WIRTSCHAFT bietet seinen Lesern Fachwissen kompakt. Das Magazin beleuchtet Konjunktur und Wirtschaftspolitik aus regionaler Sicht. Es kommentiert regional politische Entscheidungen aus dem Blickwinkel der Unternehmer und gibt Tipps für die tägliche Führungspraxis. WIRTSCHAFT informiert über Steuern, Finanzen, Recht, Außenwirtschaft, Absatz, Handel, Verkehr, Berufsausbildung oder Weiterbildung und hilft neue Märkte zu erschließen.

WIRTSCHAFT bietet Werbungtreibenden und Media-Agenturen eine hochwertige Premium-Zielgruppe im Bereich der Business-to-Business-Kommunikation. Mit einer monatlichen Auflage von ca. 113.000 Exemplaren erreicht das Magazin flächendeckend Unternehmen, mittelständische Betriebe sowie Einzelunternehmer und Selbstständige mit hoher Gewinnumlage ohne jeglichen Streuverlust. Die Empfänger des Magazins entscheiden über die Investitionen in ihren Unternehmen und sind als Einzelpersonen gleichfalls kaufkräftige Konsumenten.

Allgemeine Verlagsangaben
Kurzcharakteristik

Namen + Nachrichten:
Highlights und Aktuelles vom Standort Oberbayern und der IHK-Arbeit

Unternehmerprofil:
Unternehmerprofil von interessanten Persönlichkeiten aus Wirtschaft und Politik

Titelthema:
Thema, das Unternehmern auf den Nägeln brennt und dem daher auch vom Umfang her besondere Aufmerksamkeit gewidmet wird

Standortpolitik:
Analyse politischer Entscheidungen und ihre Auswirkungen auf die Unternehmen am Standort, wirtschaftliche Entwicklungen in München und der Region, Darstellung von regionalen Wirtschaftsstandorten.

Unternehmen + Märkte:
Unternehmen in der Region und ihre Strategien und Problemlösungen, Entwicklung wichtiger Branchen und Vorstellung interessanter Auslandsmärkte

Betrieb & Praxis:
Konkrete Hilfestellung bei der Existenzgründung und in der betrieblichen Praxis auf allen betriebswirtschaftlichen Gebieten (Bilanzierung, Marketing, Personalpolitik etc.)

Abonnement-Verbreitung nach Landkreisen im Kammerbezirk München-Oberbayern

Monatliche Abonnementauflage

	Exemplare
Gesamt	116000
Regierungsbezirk Oberbayern	113435

Stadt/Landkreis	Exemplare
Ingolstadt, Stadt	2206
München, Landeshauptstadt	40880
Rosenheim, Stadt	1482
Altötting	1411
Berchtesgadener Land	2015
Bad Tölz-Wolfratshausen	2617
Dachau	2452
Ebersberg	4296
Eichstätt	1822
Erding	2318
Freising	3138
Fürstenfeldbruck	3762
Garmisch-Partenkirchen	923
Landsberg am Lech	2229
Miesbach	2220
Mühldorf a. Inn	2351
München	17527
Neuburg-Schrobenhausen	1329
Pfaffenhofen a. d. Ilm	1806
Rosenheim	5682
Starnberg	4478
Traunstein	4354
Weilheim-Schongau	2136

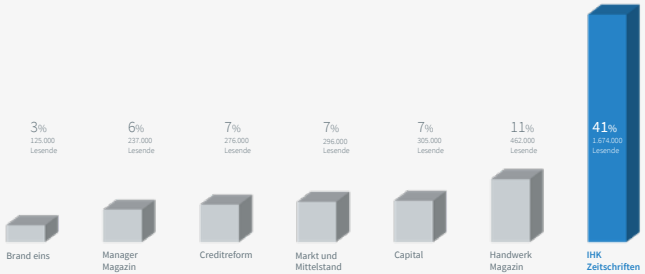
Quelle: eigene Erhebung

Die jüngste Reichweitenstudie „Entscheiden im Mittelstand 2023", die vom Marktforschungsinstitut BONSAI Research (Partner von KANTAR) durchgeführt wurde, zeigt erneut: Die IHK-Zeitschriften haben die höchste Reichweite bei den Entscheiderinnen und Entscheidern im Mittelstand.

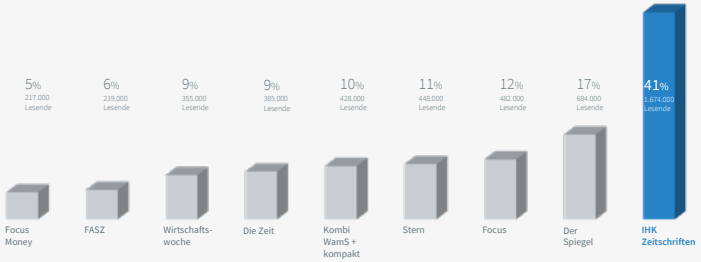
Auf Wunsch senden wir Ihnen gerne die komplette Studie zu.

Das wichtigste Medium für Entscheider

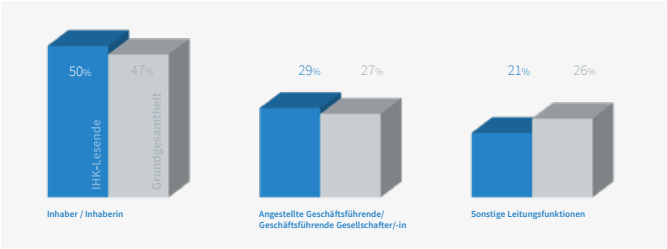
Reichweitenergebnis LpA Monatstitel
Basis: 4,009 Mio. Entscheider



Reichweitenergebnis LpA Wochentitel
Basis: 4,009 Mio. Entscheider



Die IHK-Titel werden von einer Zielgruppe genutzt, die im Mittelstand über eine hohe Entscheidungskompetenz verfügt. 79 % beziehungsweise 1,3 Millionen Entscheider in kleinen und mittelständischen Unternehmen sind Inhaber, Mitinhaber oder Geschäftsführer ihres Unternehmens.



Alter

20–39	16 %
40–49	44 %
50–59	31 %
60 Jahre und älter	9 %

Beschäftigte

1 bis 4 Beschäftigte	19 %
5 bis 9 Beschäftigte	24 %
10 bis 19 Beschäftigte	23 %
20 bis 49 Beschäftigte	21 %
50 bis 99 Beschäftigte	8 %
100 bis 500 und mehr Beschäftigte	5 %

Jahresumsatz

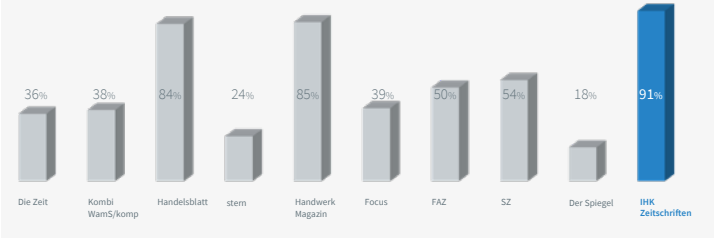
100.000 bis unter 500.000 Euro	61 %
500.000 bis unter 2 Mio. Euro	26 %
2 Mio. bis unter 10 Mio. Euro	11 %
10 Mio. bis unter 50 Mio. Euro	3 %

Wirtschaftsbereiche

Dienstleistungsgewerbe	45 %
Produzierendes Gewerbe	31 %
Handel	24 %

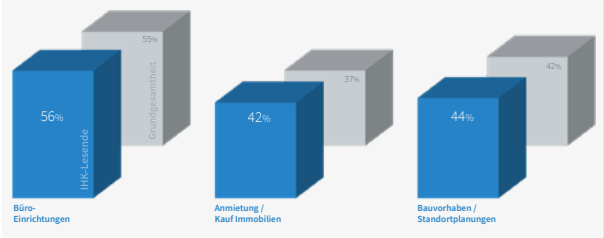
Mittelstandsrelevanz

Der Mittelstand bestätigt sein Medium. Unter den Top Ten der reichweitenstärksten Titel erreichen die IHK-Zeitschriften die höchste Mittelstandsrelevanz.



Entscheidungskompetenz

Die Entscheider im Mittelstand sind verantwortlich für die Beschaffungsentscheidungen in ihren Unternehmen.



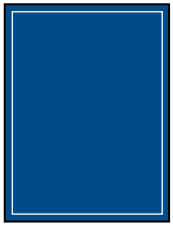
Themen und Termine

Ausgaben 2027	Erscheinungs-termin	Anzeigen-schluss	Druckunterlagen-schluss	Schwerpunktthema
01-02/2027	05.01.2027	08.12.2026	15.12.2026	Sonderseiten Altersvorsorge / Weiterbildung
03/2027	02.03.2027	04.02.2027	11.02.2027	Mittelstandsfinanzierung - Unternehmensnachfolge
04/2027	01.04.2027	03.03.2027	11.03.2027	Immobilien Special / Digitale Wirtschaft – Cyber Sicherheit
05-06/2027	21.05.2027	22.04.2027	29.04.2027	Hallen- und Gewerbebau / Transport + Logistik
07-08/2027	01.07.2027	07.06.2027	14.06.2027	Immobilien Special / Tourismus
09/2027	02.09.2027	09.08.2027	16.08.2027	Immobilien Special / Mittelstandsfinanzierung - Unternehmensnachfolge
10/2027	05.10.2027	09.09.2027	16.09.2027	Energie - Versorgungssicherheit, Nachhhaltigkeit / Wasserwirtschaft
11-12/2027	18.11.2027	22.10.2027	29.10.2027	Immobilien Special / Büro der Zukunft

Formate und Preise

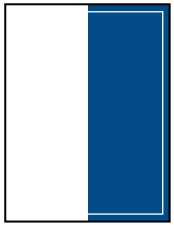
S: Satzspiegelformat, Breite x Höhe in mm
A: Anschnittformat, Breite x Höhe in mm, zzgl. 5 mm Beschnitt

1/1 Seite



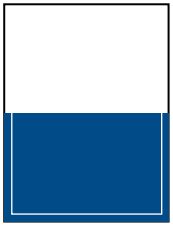
S: 185 x 255 mm
A: 210 x 280 mm
4c 9.300 €

1/2 Seite hoch



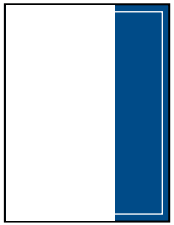
S: 90 x 255 mm
A: 104 x 280 mm
4c 4.990 €

1/2 Seite quer



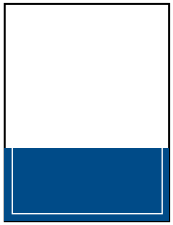
S: 185 x 124 mm
A: 210 x 140 mm
4c 4.990 €

1/3 Seite hoch



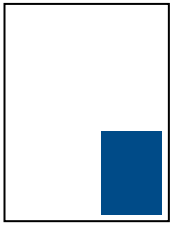
S: 58 x 255 mm
A: 72 x 280 mm
4c 3.450 €

1/3 Seite quer



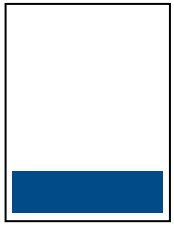
S: 185 x 82 mm
A: 210 x 98 mm
4c 3.450 €

1/4 Seite hoch



S: 120 x 124 mm
4c 2.590 €

1/4 Seite quer



S: 185 x 60 mm
4c 2.590 €

Alle Preise netto zzgl. gesetzl. gültiger MwSt.

Der Marktteil bietet die geeignete Werbeplattform für Mitteilungen an Ihre Kundschaft und Kollegenbetriebe. Die Rubrikenüberschriften sind frei wählbar. Ob gestaltete Anzeige oder Fließtextanzeige, machen Sie auf sich und Ihre Angebote aufmerksam.

Im Marktteil findet Platz, was auch immer Sie mitzuteilen haben: Stellenangebote und -gesuche, An- und Verkauf von Maschinen und Geräten, Serviceangebote und Dienstleistungen, Ausschreibungen und Firmenbeteiligungen. Auch Ihre privaten Mitteilungen, z.B. Kaufgesuche oder Verkäufe, Immobilienangebote etc., sind im Marktteil vom IHK-Magazin WIRTSCHAFT bestens aufgehoben, denn Sie sprechen nur First-Class-Kunden an.

Anzeigen im IHK – Marktteil/ Immobilienteil

Millimeterpreis
je mm Höhe
1spaltig, 43 mm

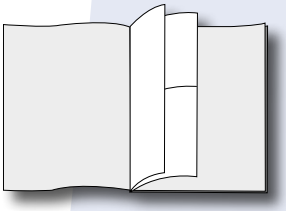
s/w	5,90 €
2c	6,60 €
4c	7,50 €

Rubriken frei wählbar, Mindesthöhe 10 mm

Beilagen und Beihefter

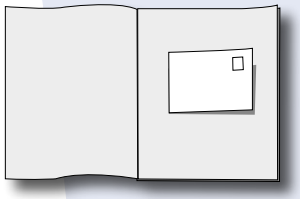
Beilagen:	dem IHK-Magazin WIRTSCHAFT beigelegte Drucksachen (Karten, Mailings, Prospekte usw.)
Höchstformat:	200 mm breit x 270 mm hoch Gewicht: bis 70 g, darüber nach Absprache
Preis:	Je angefangene Tausend bis 25g 130,00 €, je weitere 5g 5,00 €
Auflage:	116.000 Exemplare
Teilbelegung:	ab 30.000 Exemplaren
Anlieferung:	Möller Pro Media GmbH, Zeppelinstr. 6, 16356 Ahrensfelde

Beihefter:	fertig angelieferte Drucksachen, die fest in das IHK-Magazin WIRTSCHAFT eingeheftet werden.
Format:	200 mm breit x 270 mm hoch zzgl. Beschnitt Gewicht: bis 40 g, darüber nach Absprache Seitenanzahl bis 16 Seiten, darüber nach Absprache
Preis:	Je angefangene Tausend bis 4 Seiten 120,00 €, je weitere 4 Seiten 10,00 €



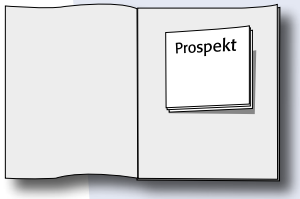
Postkarte:

nur in Verbindung mit 1/1 Trägeranzeige bis 25 g:
50,– € pro Tausend, zuzüglich der geltenden Postgebühren



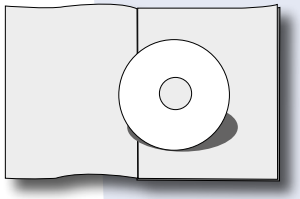
Prospekt:

nur in Verbindung mit 1/1 Trägeranzeige bis 25 g:
80,– € pro Tausend, zuzüglich der geltenden Postgebühren



CD:

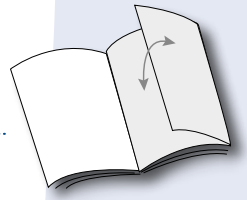
nur in Verbindung mit 1/1 Trägeranzeige bis 25 g:
100,– € pro Tausend, zuzüglich der geltenden Postgebühren



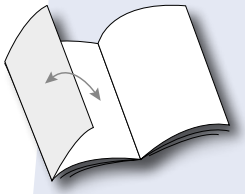
Weitere Werbeformen auf Anfrage

Aufklappbare Anzeigen

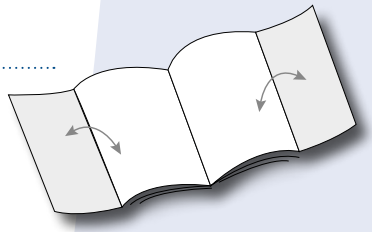
Ausschlagbare Seiten
Anzeigen mit rechts und links ausschlagbaren Seiten



Ausschlagbarer Umschlag (Gatefolder)
Die nach links ausklappbare Seite ist mit der Titelseite verbunden. 3- und 4-seitige Version möglich.



Altarfalz
Doppelseite mit rechts und links ausschlagbaren Seiten.



Alle Preise auf Anfrage!

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Prospektbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

1. »Anzeigenauftrag« im Sinne 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.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
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 Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen in gleicher Weise wie Anzeigen-Millimeter einbezogen.
6. Die Aufnahme von Anzeigen und Prospektbeilagen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift erfolgt dann, wenn der Auftraggeber erklärt hat, dass die Anzeige oder Prospektbeilage in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift erscheinen soll und dies vom Verlag schriftlich bestätigt worden 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 aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort »Anzeige« deutlich kenntlich gemacht. Der für die Kenntlichmachung erforderliche Raum ist Teil der Anzeige und geht in die zu bezahlende Abnahmemenge ein.
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, sachlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, 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. 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 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. 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 Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung - ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche 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. Alle Haftungsausschlüsse und Haftungsbeschränkungen bei Schadensersatzansprüchen gelten nicht bei Verletzung wesentlicher Vertragspflichten sowie im Falle von Vorsatz und grober 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 Anzeigenentgeltes beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb vier Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige schriftlich – bzw. soweit der Auftraggeber Verbraucher i.S.v. § 13 BGB ist, in Textform (§ 126b BGB) – 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. 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/oder 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 Betrags und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
14. Der Verlag liefert auf Wunsch ab einem Volumen von 50 mm mit der Rechnung einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang der Anzeige dienen als Beleg der Andruck des erschienenen Motivs, Anzeigenausschnitte oder vollständige Belegnummern. Zusätzliche Belege können nur gegen einen Unkostenbeitrag erstellt werden. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages

über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
15. Kosten für die Anfertigung bestellter Vorlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
16. 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 Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis 50 000 Exemplaren 20 v. H. 100000 Exemplaren 15 v. H.500000 Exemplaren 10 v. H. bei einer Auflage über 5000 00 Exemplaren 5 v. H. 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.
17. 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 einzelvertraglich 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 (Gewicht 1000 g) überschreiten sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.
18. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrags.
19. Erfüllungsort ist München. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand München. 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.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

a) Bei mündlich oder telefonisch aufgegebenen Anzeigen, Termin-und Ausgabenänderungen, Textkorrekturen und Abbestellungen übernimmt der Verlag für Übermittlungsfehler keine Haftung.
b) Sind in der Anzeigenpreisliste Titel oder sonstige Verlagsdruckschriften mit eigenen Preisen aufgeführt, so ist für jede Ausgabe oder Ausgabenkombination ein besonderer Anzeigenabschluss zu tätigen. Liegt ein Abschluss für die Gesamtausgabe vor, so wird bei Belegung von Bezirksausgaben der sich aus dem Gesamtausgabenabschluss ergebende Nachlass gewährt; die hierauf entfallenden Mengen zählen bei der Errechnung der Abnahmemenge (Gesamtausgabenabschluss) nicht mit. Beim Anzeigendoppel geht in die Berechnung der Jahres-mm-Summe nur die einfache mm-Anzahl der Anzeige ein, bzw. gilt ein Anzeigendoppel bei der Berechnung der Jahres-Anzeigenmenge als eine Anzeige. Die über Score Media Group oder andere nationale Vermarkter geschaltenen Anzeigen werden bei der Gewährung von Rabatten durch den Verlag nicht berücksichtigt. Das durch die Anzeigenstrecken erzielte Volumen wird nicht dem Abschlussvolumen für die Mengen bzw. Malstaffel zugerechnet. Die errechneten Streckenpreise sind nicht weiter abschlussrabatt-, jedoch AE-provisionsfähig.
c) Der Werbungtreibende hat rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Auftrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Der Anspruch auf rückwirkenden Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb eines Monats nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.
d) Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er von den Auftraggebern irregeführt oder getäuscht wird.
Durch Erteilung eines Anzeigenauftrages 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.
e) 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 Auftrages gegen den Verlag erwachsen.
f) Ansprüche bei fehlerhaften Wiederholungsanzeigen sind dann ausgeschlossen, wenn der Werbungtreibende die Möglichkeit hatte, vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinzuweisen. Der Vergütungsanspruch des Verlages bleibt unberührt.
g) Aufträge für Empfehlungsanzeigen von Firmen des in München bzw. Oberbayern ansässigen Handels und Handwerks, worunter auch selbstständig werbende Filialbetriebe fallen, werden zum Lokalpreis berechnet. Verkaufsagenturen, Verkaufsstellen und Zweigniederlassungen von überregionalen Verkaufsorganisationen, deren Insertion zentral verwaltet wird, sind keine ortsansässigen Handelsfirmen im Sinne der Preisliste. Das Entscheidungsrecht darüber hat ausschließlich der Verlag.
Auf den Lokalpreis (einschl. Kraftfahrzeugmarkt) kann keine Mittlervergütung gewährt werden.
h) Für Jahresabschlüsse ab 150 000 Millimeter und mehr sind Sondervereinbarungen möglich.
Für Verlagsbeilagen, örtlich begrenzte Anzeigen und Sonderveröffentlichungen (Kollektive) können abweichende Preise vereinbart werden. Auch im Übrigen behält sich der Verlag die Gewährung von Rabatten vor.
i) Für die Belegung einer Kombination ist eine einheitliche Anzeigengröße Voraussetzung. Außerdem wird die Erscheinung in der gleichen Kalenderwoche zugrunde gelegt.
k) Bei blatthohen Anzeigen wird die volle Satzspiegelhöhe berechnet.
l) Datenschutz: Gemäß Bundesdatenschutzgesetz weisen wir darauf hin, dass im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die erforderlichen Kunden- und Lieferantendaten mit Hilfe der elektronischen Datenverarbeitung gespeichert werden.
m) Etwaige Änderungen oder Stornierungen sind schriftlich – bzw. soweit der Auftraggeber Verbraucher i.S.v. § 13 BGB ist, in Textform (§126b BGB) – mit genauer Angabe des Textes

oder der Ausgabe spätestens bis zum Anzeigenschluss, bei Beilagenaufträgen wenigstens sechs Tage vor dem Streutermin zu übermitteln. Bei Abbestellungen gehen gegebenenfalls bereits entstandene Herstellungs- oder Vorbereitungskosten zu Lasten des Auftraggebers.
n) Bei Insolvenzen und gerichtlichen Vergleichen entfällt jeglicher Nachlass. Im Falle einer Klage wird der auf die streitgegenständliche Forderung gewährte Nachlass wieder belastet.
o) Eine Provision wird nur an die vom Verlag anerkannten Werbemittler vergütet. Voraussetzung ist, dass der Auftrag unmittelbar vom Werbemittler erteilt wird und Texte bzw. Druckunterlagen auch von ihm geliefert werden. Die Werbemittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlervergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden. Für die Vermittlung von Aufträgen privater Auftraggeber wird eine Mittlervergütung nicht bezahlt.
p) Bei Änderungen der Preisliste oder der Geschäftsbedingungen treten die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge sofort in Kraft.
q) Der Verlag behält sich vor, die Veröffentlichung von Sammelanzeigen abzulehnen.
r) Kann infolge von Streikmaßnahmen innerhalb oder außerhalb des Verlages ein Anzeigenauftrag/ Beilagenauftrag nicht zu dem Termin ausgeführt werden, der mit dem Auftraggeber vereinbart war, so ist der Verlag berechtigt, den Auftrag in der nächsterreichbaren Ausgabe auszuführen. Der Auftraggeber kann aus der Verschiebung des Ausführungszeitpunkts keinerlei Mängel-/Gewährleistungsansprüche herleiten. Ein Ausgleichsanspruch des Auftraggebers besteht nur insoweit, als die Anzeige zu dem tatsächlichen Erscheinungstermin weniger gekostet hätte als an dem vereinbarten Termin.
s) Bei Beilagenaufträgen können Gewährleistungsansprüche nicht allein daraus abgeleitet werden, dass in einzelnen Exemplaren der Druckschrift die Beilage (z. B. infolge technischer Probleme oder Trägerverschulden) fehlt oder mehrfach eingelegt ist. Gewährleistungsrechte entstehen erst dann, wenn die Beilage in mindestens 10 % der Auflage fehlt.
t) Der Auftraggeber ist zur unverzüglichen Überprüfung der ihm übersandten Rechnungen, Gutschriften, Bonusabrechnungen usw. verpflichtet. Reklamationen müssen innerhalb von vier Wochen nach Eingang der jeweiligen Schriftstücke schriftlich – bzw. soweit der Auftraggeber Verbraucher i.S.v. § 13 BGB ist, in Textform (§ 126b BGB) – geltend gemacht werden, ansonsten gelten sie als akzeptiert.
Gegen Zahlungsansprüche des Verlages kann der Werbungtreibende nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Gegenforderungen aufrechnen.
u) Für die Gewährung eines Konzernrabatts für Tochtergesellschaften ist der schriftliche Nachweis einer mehr als 50-prozentigen Kapitalbeteiligung erforderlich. Der Verlag gewährt Konzernrabatt nur bei privatwirtschaftlich organisierten Zusammenschlüssen. Dies gilt nicht für den Zusammenschluss verschiedener selbstständiger hoheitlicher Organisationen oder bei Zusammenschlüssen, bei denen Körperschaften des Öffentlichen Rechts beteiligt sind.
v) Für alle Anzeigenaufträge gelten die Allgemeinen und Zusätzlichen Geschäftsbedingungen. Die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen gehen im Zweifelsfalle den Allgemeinen Geschäftsbedingungen vor. Weichen Auftrag oder die ihm vom Auftraggeber zugrunde gelegten Bedingungen von den Allgemeinen oder Zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages ab, so gelten die Bedingungen des Verlages, wenn nicht der Auftraggeber binnen sechs Tagen seit Auftragsbestätigung durch den Verlag schriftlich – bzw. soweit der Auftraggeber Verbraucher i.S.v. § 13 BGB ist, in Textform (§ 126b BGB) – widerspricht.
w) Der Auftraggeber erklärt sich damit einverstanden, dass die Anzeige auch in Onlinediensten erscheint.
y) Der Verlag ist weder verpflichtet noch bereit, an Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle teilzunehmen.
z) Der Auftraggeber erklärt sich mit der Übersendung elektronischer Rechnungen per E-Mail einverstanden.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen für die digitale Übermittlung von Druckunterlagen für Anzeigen

a) Digitale Druckunterlagen sind solche, welche per Datenträger (z.B. Disketten, Cartridges, CD-ROM), direkt oder indirekt per Fernübertragung (z. B. ISDN) an den Verlag papierlos übermittelt werden.
b) Unerwünschte Druckresultate (z. B. fehlende Schriften, falsche Rasterweite), die sich auf eine Abweichung des Kunden von den Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen zurückführen lassen (siehe „Digitale Anzeigenübermittlung" in dieser Preisliste), führen nicht zu Gewährleistungsansprüchen, insbesondere zu keinem Preisminderungsanspruch.
c) Für die Übertragung von digital übermittelten Druckvorlagen dürfen nur geschlossene Dateien mit inkludierten Schriften verwendet werden, also solche Dateien, an denen der Verlag inhaltlich keine Möglichkeit der Veränderung hat. Offene Dateien, z.B. Dateien, welche unter Corel Draw, QuarkXPress, Freehand usw. gespeichert wurden, können vom Verlag nicht weiterverarbeitet werden. Der Verlag kann bei offenen Dateien für die inhaltliche Richtigkeit nicht in Anspruch genommen werden.
d) Bei Übermittlung von mehreren zusammengehörenden Dateien hat der Kunde dafür Sorge zu tragen, dass diese Dateien innerhalb eines gemeinsamen Verzeichnisses (Ordner) gesendet bzw. gespeichert werden.
e) Digital übermittelte Druckvorlagen für Farbanzeigen können nur mit einem auf Papier gelieferten Farb-Proof zuverlässig verarbeitet werden. Ohne Farb-Proof sind Farbabweichungen unvermeidbar, der Kunde kann hieraus keinerlei Gewährleistungsrechte geltend machen, insbesondere keinen Preisminderungsanspruch.
f) Der Kunde hat vor einer digitalen Übermittlung von Druckunterlagen dafür Sorge zu tragen, dass die übermittelten Dateien frei von evtl. Computerviren sind. Entdeckt der Verlag auf einer ihm übermittelten Datei Computerviren, wird diese Datei sofort gelöscht, ohne dass der Kunde hieraus Ansprüche geltend machen könnte. Der Verlag behält sich zudem vor, den Kunden auf Schadenersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Kunden infiltrierten Computerviren dem Verlag Schäden entstehen.

Stand: 01.12.2026

Herausgeber:

Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern
Max-Joseph-Str. 2
80333 München

Tel.: (089) 5116-0
Fax: (089) 5116-1306
E-Mail: info@muenchen.ihk.de
Internet: www.muenchen.ihk.de

Vermarktung:

MuP Verlag GmbH
Tengstraße 27
80798 München

Tel.: (089) 139 28 42 31
Fax: (089) 139 28 42 28
E-Mail: wirtschaft@mup-verlag.de
Internet: www.mup-mediengruppe.de