Mediadaten 2024

eventundco

es ist Zeit für mehr Nutzwert

Mediadaten 2024

eventund**co**...
ist seit 2007 Jahren das Dienstleister-
Fachmagazin für die Eventbranche

eventund**co**...
setzt konsequent auf den Nutzwertfaktor

eventund**co**...
visualisiert die Ideen eine Branche,
die von der Visualisierung lebt

eventund**co**...
bietet den Dienstleistern der
Eventbranche eine exklusive Plattform

eventund**co**...
setzt die wichtigsten Themen der
Eventbranche redaktionell
anspruchsvoll und optisch ansprechend um

eventund**co**
DAS FACHMAGAZIN FÜR DIE EVENTBRANCHE

Mediadaten 2024

eventund**co**...
erscheint alle zwei Monate in einer Auflage
von 10.000 Exemplaren (print/online)

eventund**co**...
wird gelesen von Eventagenturen und Entscheidern für Event-
marketing in großen und mittleren
Unternehmen

eventund**co**...
bietet optimalen Nutzwert für Inserenten
durch eine homogene Zielgruppe

eventund**co**...
hebt sich durch die Gestaltung und die
Inhalte von Marktteilnehmern ab

eventund**co**...
bietet eine optimale Marketingplattform für Anbieter von Ver-
anstaltungsequipment und Event-Dienstleistern, Besitzern von
Event- und MICE-Locations und Unternehmen, die Produkte und
Dienstleistungen für andere Unternehmen anbieten

eventund**co**
DAS FACHMAGAZIN FÜR DIE EVENTBRANCHE

Mediadaten 2024

eventund**co**...

bietet einen einzigartigen Nutzwert. Mit Hilfe von **event**und**co** haben Anbieter von Veranstaltungs-equipment und Event-Dienstleister, Besitzer von Event- und MICE-Locations und Unternehmen, die Produkte und Dienstleistungen für andere Unternehmen anbieten die Möglichkeit, ihre Angebote ohne Streuverluste der optimalen Zielgruppe zu präsentieren.

Mit Hilfe von **event**und**co** haben Eventagenturen und Entscheider für Eventmarketing in großen und mittleren Unternehmen die Möglichkeit, sich umfassend und ohne großen Aufwand über das Marktangebot zu informieren.

eventund**co**
DAS FACHMAGAZIN FÜR DIE EVENTBRANCHE

eventund**co**...

enthält eine klare Rubrizierung:

event news: Aktuelle Informationen aus der Branche

event thema: Aktuelle Entwicklungen gründlich recherchiert und von allen Seiten beleuchtet

event player: Vorstellungen von Dienstleistern und Agenturen

event locations: Die besten Eventlocations in Europa

event guide: Event-Dienstleister und Locations einer Stadt und Region

event talk: Wichtige Personen im Interview

event help: Branchenregister

eventund**co**

DAS FACHMAGAZIN FÜR DIE EVENTBRANCHE

Mediadaten 2024

Faire Anzeigenpreise und interessante Specials:

	sw	2-farbig*	3-farbig*	4-farbig*
1/1	2.900 EUR	3.420 EUR	3.875 EUR	4.200 EUR
3/4	2.250 EUR	2.540 EUR	2.965 EUR	3.225 EUR
2/3	2.055 EUR	2.380 EUR	2.705 EUR	2.900 EUR
1/2	1.600 EUR	1.860 EUR	2.055 EUR	2.250 EUR
1/3	1.145 EUR	1.340 EUR	1.470 EUR	1.600 EUR
1/4	950 EUR	1.080 EUR	1.210 EUR	1.275 EUR

Weitere Preise für Beileger und andere Formate auf Anfrage

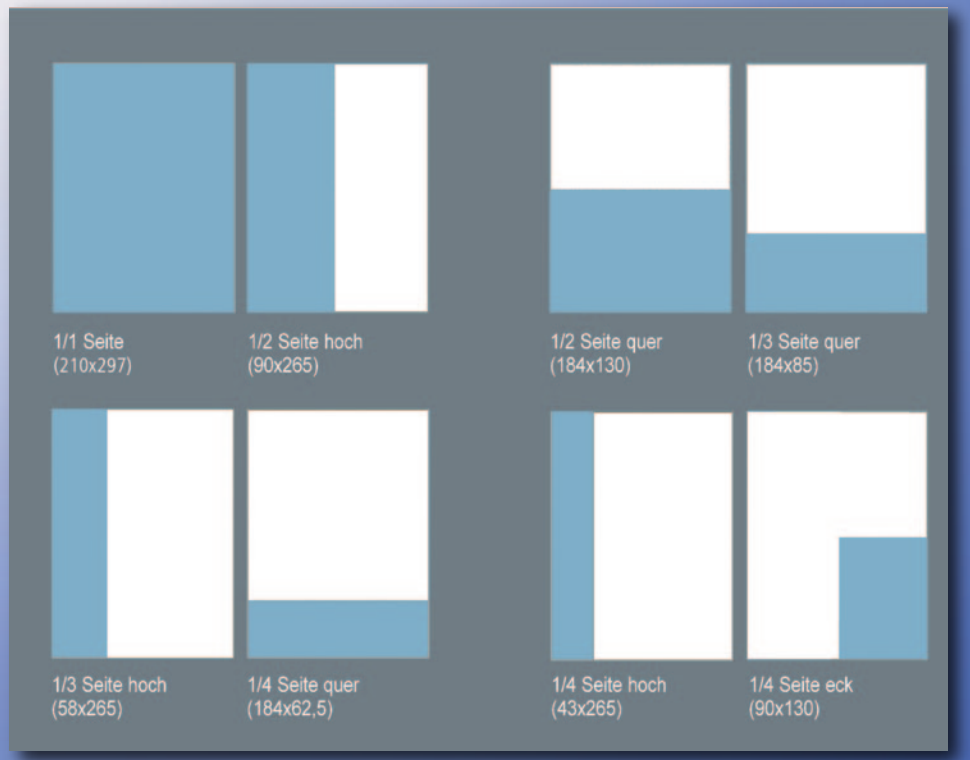
* Nach der Euroskala

Preise für Anzeigenbelegung der Umschlagseiten ´ auf Anfrage

Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer

eventundco
DAS FACHMAGAZIN FÜR DIE EVENTBRANCHE

Formate



Erscheinungsweise
zweimonatlich
Heftformat
210 x Höhe: 297 mm
Druckverfahren
Offset – Bogen, Euroskala
Verarbeitung
Rückdraht-Heftung – 2-fach,

Formate
druckfähiges PDF, QuarkXpress-Dokument, Illustrator, TIFF, JPEG (Auflösung min 200 dpi)

Geschäftsbedingungen
Für alle Aufträge gelten mit ihrer Erteilung die Konditionen der Preisliste und der AGB

eventundco
DAS FACHMAGAZIN FÜR DIE EVENTBRANCHE

Erscheinungstermine 2024

Ausgabe EVENT ONE	ET: 01.03.2024 I DU: 27.02.2024
Ausgabe 01/2024	ET: 02.05.2024 I DU: 26.04.2024
Ausgabe 02/2024	ET: 01.07.2024 I DU: 25.06.2024
Ausgabe 03/2024	ET: 02.09.2023 I DU: 27.08.2024
Ausgabe 04/2024	ET: 01.10.2024 I DU: 26.09.2024
Ausgabe 04/2024	ET: 27.12.2024 I DU: 17.12.2024

Kontakt

Herausgeber:	ps konzept – agentur für kommunikation Flensburger Str. 29 25858 Högel
Ansprechpartner Marketing:	Michael Grinda, Tel.: +49 (0) 4673 270 99 61 grinda@eventundco.com Peter Stumpf, Tel. +49 (0) 4673 270 99 61 stumpf@eventundco.com
Redaktion:	Peter Stumpf (verantwortlich) Tel. +49 (0) 4673 270 99 61 stumpf@eventundco.com
Fax Anzeigen/ Redaktion:	Tel. +49 (0) 4673 270 99 61
Internet:	www. eventundco.com

eventundco
DAS FACHMAGAZIN FÜR DIE EVENTBRANCHE

Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. „Anzeigenauftrag" im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung.
2. Anzeigenaufträge sind im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln. 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 Ziff.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 bewährten 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. Anzeigenbuchungen sind mit Annahme durch den Verlag bindend. Bei Stornierungen nach Anzeigenannahme fallen 30 % pauschalisierte Stornogebühren an. In der Zeit von 4 Wochen bis Anzeigenschluss fallen bei Stornierung 50 % pauschalisierte Stornokosten an. Bei Stornierungen nach Anzeigenschluss fallen pauschalisierte Stornokosten von 75 % an.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Für die Aufnahme von Anzeigen und Fremdbeilagen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift wird keine Gewähr geleistet, es sei denn, dass der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrages ausdrücklich davon abhängig gemacht hat. Bei rubrizierten Anzeigen gewährleistet der Verlag den Abdruck in der jeweiligen Rubrik, 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.
8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder technischen Form nach einheitlichen Grundsätzen des Verlages abzulehnen. Auch bei rechtsverbindlich bestätigten Aufträgen können Anzeigen und Beilagen zurückgewiesen werden, wenn deren Inhalt nach pflichtgemäßem Ermessen des Verlages gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nur nach Absprache mit dem Verlag 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 Nachfrist verstreichen, so hat der Auftraggeber ein Rücktrittsrecht. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung, aus Verzug, aus positiver Forderungsverletzung, aus Verschulden bei Vertragsabschluss und aus unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen, es sei denn, sie beruhen auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters oder eines Erfüllungsgehilfen. Weitergehende Haftungen für den Verlag sind ausgeschlossen. Reklamationen müssen innerhalb vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht innerhalb der gesetzlichen Frist zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, werden Rechnung und Beleg sofort, möglichst aber vierzehn 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 Verzugszinsen lt. Preisliste 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 Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstöcke, Matern und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
17. Aus einer Auflagenminderung kann ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise zugesicherte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht zugesichert ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie
   - bei einer Auflage bis zu 50 000 Exemplaren 20 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.

18. beträgt. Darüber hinaus sind etwaige Preisminderungs- und Schadensersatzansprüche 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 könnte.
19. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Er übernimmt darüber hinaus keine Haftung. Einschreibbriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf normalem Postwege 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. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missgebrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.
20. Matern werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
21. Bei Nichtigkeit einer Klausel bleibt die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen unberührt.
22. Der Gerichtsstand ist Högel. Soweit das Gesetz zwingend nichts anderes vorsieht, das Hauptbüro des Verlages. Auch für das Mahnverfahren sowie für den Fall, dass der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt ist, ist als Gerichtsstand Högel vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen

- a) Mit der Erteilung eines Anzeigenauftrages erkennt der Auftraggeber die Allgemeinen und die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Verlages an.
- b) Der Auftraggeber erklärt sich damit einverstanden, dass der Verlag die Forderungen an eine Factoring Gesellschaft abtritt / verkauft und diese die erbrachten Leistungen von ps konzept direkt an den Kunden fakturiert.
- c) Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er von den Auftraggebern irregeführt wird.
- d) Voraussetzung für eine Provisionszahlung an Werbungsmittler ist, dass der Auftrag unmittelbar vom Werbungsmittler erteilt wird und Text bzw. Druckunterlagen auch von ihm geliefert werden. Die Werbemittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlerprovision darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- e) Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden nur für die innerhalb eines Jahres erscheinenden Anzeigen eines Werbungstreibenden gewährt. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige. Die Belegung von Bezirks- bzw. Teilausgaben oder sonstigen Verlagsdruckschriften mit eigenen Preisen gilt als gesonderter Auftrag, für die betreffende Ausgabe oder Kombination ist ein gesonderter Abschluss zu tätigen.
- f) Der Werbungstreibende hat rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Abschluss getätigt hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Die Ansprüche auf Nachvergütung oder Nachbelastung entfallen, wenn sie nicht binnen drei Monaten nach Ablauf des Abschlussjahres geltend gemacht werden.
- g) Der Verlag behält sich vor, bei vollständiger oder teilweiser Stornierung von rabattierten Mediapaketen die dem Kunden gewährten Rabatte nachzuberechnen.
- h) Nicht sofort erkennbare Mängel der Druckunterlagen, die erst beim Druckvorgang deutlich werden, begründen für die Auftraggeber keinen Anspruch auf Zahlungsminderung oder Ersatz wegen ungenügenden Abdrucks.
- i) Unterläuft bei der Wiederholung einer Anzeige der gleiche Fehler wie in der ersten Veröffentlichung, so sind Ansprüche auf Zahlungsminderung oder Ersatz ausgeschlossen, wenn der Auftraggeber nach der ersten Veröffentlichung nicht sofort reklamiert hat.
- j) Platzierungswünsche werden nach den gegebenen Möglichkeiten berücksichtigt. Die Auswahl bestimmter Textseiten und ein Ausschluss von Wettbewerbsanzeigen können nicht verbindlich vereinbart werden.
- k) Für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit von Text und Bild der Anzeige übernimmt der Auftraggeber die Haftung; er hat den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu erstatten, und zwar nach Maßgabe der jeweils gültigen Preisliste.
- l) Bei Fließsatzanzeigen besteht kein Anspruch auf Belegausschnitt. Bei Wiederholungsanzeigen erhält der Auftraggeber einen Anzeigenausschnitt nur von der ersten Anzeige.
- m) Änderungen der Anzeigenpreisliste werden mit dem Zeitpunkt des Inkrafttretens auch für laufende Aufträge wirksam, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist.