



„Für mehr **Erfolg** im
Blumeneinzelhandel.“

www.florieren-online.de



„Für mehr Erfolg im Blumeneinzelhandel.“

florieren! ist ein unabhängiges monatliches Fachmagazin, das den Blumeneinzelhandel auf dem Weg in eine erfolgreiche Zukunft unterstützt.

Die Zielgruppe

- Profis und engagierter Nachwuchs
 - Mitinhaber
 - Geschäftsführer und leitende Angestellte
- >> So ist florieren! gleichzeitig ein ideales Medium für Ihre professionelle B-to-B-Kommunikation - und damit auch für Ihren Erfolg!

Das florieren!-Inhaltskonzept

Erfolg im Blumeneinzelhandel basiert auf zwei Säulen: gute, anspruchsvolle Floristik in Kombination mit betriebswirtschaftlichem und verkaufsorientiertem Denken.

Die konsequente Verknüpfung von Inspiration und Marketing ist daher zentrales Thema in florieren! und kommt in monatlichen Schwerpunkten zum Ausdruck.

Die ständigen Themenbereiche

- Floristik
- Sortiment/ Einkaufsquellen
- Trends und neue Märkte
- Pflanzen
- Betriebsführung
- Marketing
- Dienstleistungen
- Neue Wege und Konzepte
- Ausbildung
- Messen und Ausstellungen



Marketing und Verkaufsberatung

Bei Fragen zu florieren!
helfe ich Ihnen gerne weiter.
Rufen Sie mich an!

Yasmin Heyer
T +49(0)711/45 07-322
F +49(0)711/45 07-185
yheyer@ulmer.de

Steckbrief

Herausgeber/Verlag
Eugen Ulmer KG

**Jahrgang/
Erscheinungsweise**
41. Jahrgang 2012
monatlich

Bezugspreis
Inland Jahresabo 109,20 €

ISSN 1863-9534

Auflagenanalyse



Auflagenkontrolle

Druckauflage	9.182
Verbreitete Auflage	8.791
Verkaufte Auflage	5.785
3. Quartal 2010 – 2. Quartal 2011	

Deutschland

Baden-Württemberg MedienService Saupe

Gradmannstraße 37
74348 Lauffen
T +49(0)7133/96 11 96
F +49(0)7133/96 11 98
info@ms-saupe.de

Bayern, Sachsen, Thüringen, Brandenburg und Sachsen-Anhalt (südlich der A2/E30)

Verlagsbüro Saupe
Rötfeldstraße 10
73453 Abtsgmünd
T +49(0)7366/96 30-0
F +49(0)7366/96 30-30
info@saupe-medien.de

Schleswig-Holstein, Niedersachsen, Hamburg, Bremen, Berlin, Brandenburg und Sachsen-Anhalt (nördlich der A2/E30),

Mecklenburg-Vorpommern sowie Nordrhein-Westfalen, Hessen, Rheinland-Pfalz und das Saarland Thiele Medienservice

Rolf und Birgit Thiele
Schöneberger Straße 25
59510 Lippetal-Schöneberg
T +49(0)2923/610 93-0
F +49(0)2923/610 93-20
info@thiele-medien.de

Ausland

Niederlande (Ansprechpartner in Deutschland)

Thiele Medienservice
Kontaktdaten siehe links

Italien und Österreich (Ansprechpartner in Deutschland)

Verlagsbüro Saupe, Abtsgmünd
Kontaktdaten siehe links

Frankreich und Schweiz (Ansprechpartner in Deutschland)

MedienService Saupe, Lauffen
Kontaktdaten siehe links

Ihre Ansprechpartner im Verlag







Marc Alber
Leiter Marketing und Verkauf
T + 49 (0) 711/45 07-126
F + 49 (0) 711/45 07-185
malber@ulmer.de






Yasmin Heyer
Marketing und Verkauf
T + 49 (0) 711/45 07-322
F + 49 (0) 711/45 07-185
yheyer@ulmer.de

Verlagsanschrift
Verlag Eugen Ulmer KG
Wollgrasweg 41
70599 Stuttgart

Postfach 700561
70574 Stuttgart

T + 49 (0) 711/45 07-0
F + 49 (0) 711/45 07-221
anzeigen@ulmer.de

Formate	Farbe	Preise/Euro	Breite × Höhe
1/1 	sw	2.319,-	Satzspiegelformat
	2c	2.674,-	176 × 255 mm
	3c	3.029,-	
	4c	3.384,-	
	sw	2.551,-	Anschnittformat*
	2c	2.906,-	210 × 297 mm
	3c	3.261,-	
	4c	3.616,-	
2/3 	sw	1.546,-	Satzspiegelformat
	2c	1.901,-	176 × 170 mm
	3c	2.256,-	116 × 255 mm
	4c	2.611,-	
	sw	1.700,-	Anschnittformat*
	2c	2.055,-	210 × 191 mm
	3c	2.410,-	131 × 297 mm
	4c	2.765,-	
1/2 	sw	1.159,-	Satzspiegelformat
	2c	1.419,-	176 × 130 mm
	3c	1.679,-	86 × 255 mm
	4c	1.939,-	
	sw	1.275,-	Anschnittformat*
	2c	1.535,-	210 × 148 mm
	3c	1.795,-	102 × 297 mm
	4c	2.055,-	

Formate	Farbe	Preise/Euro	Breite × Höhe
1/3 	sw	773,-	Satzspiegelformat
	2c	1.033,-	176 × 85 mm
	3c	1.293,-	56 × 255 mm
	4c	1.553,-	
	sw	850,-	Anschnittformat*
	2c	1.110,-	210 × 105 mm
	3c	1.370,-	70 × 297 mm
	4c	1.630,-	
1/4 	sw	579,-	Satzspiegelformat
	2c	764,-	176 × 64 mm
	3c	949,-	86 × 130 mm
	4c	1.134,-	
	sw	637,-	Anschnittformat*
	2c	822,-	210 × 83 mm
	3c	1.007,-	102 × 148 mm
	4c	1.192,-	
1/8 	sw	289,-	Satzspiegelformat
	2c	379,-	176 × 32 mm
	3c	469,-	84 × 64 mm
	4c	559,-	

mm-Preis sw: 2,23 €. Alle im Tarif genannten Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt. Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften. * zzgl. 3 mm Beschnittzugabe ringsum.

Formate und Preise 2012

Sonderplatzierungen

Eckfeldanzeigen

Satzspiegelformat:

115 × 170 mm (B × H)

4c, Preis 2.150,-€

Anschnittformat:

132 × 189 mm (B × H)

4c, Preis 2.300,-€

Inselanzeigen auf Terminseiten

Format 85 × 65 mm (B × H)

4c, Preis 750,-€

Textteilanzeigen

je 41 mm breite Spalte 3,95€

je 56 mm breite Spalte 5,95€

(Mindestberechnung 50 mm)

Streifenanzeigen

bis 90 mm Höhe (unter Text)

je 56 mm breite Spalte 2,74€

(Mindestberechnung 100 mm)

Bindende Platzvorschriften

20 % Zuschlag

Anzeigen über Bund und über

Satzspiegel

10 % Zuschlag

Rabatte

bei Abnahme innerhalb von

12 Monaten (Abschlussjahr)

Malstaffel

3 mal 5 %

6 mal 10 %

12 mal 15 %

3 mal 5 %

2 Seiten 10 %

3 Seiten 15 %

5 Seiten 20 %

Farb- und Anschnitzzuschläge werden rabattiert. Auf Beilagen, Einhefter, Aufkleber, Postgebühren und technische Zusatzkosten keine Rabatte.

Farbzuschläge

Normalfarben nach Euro-Skala,

je Farbe 355,-€

bis 520 mm Anzeigenraum 260,-€

bis 260 mm Anzeigenraum 185,-€

bis 150 mm Anzeigenraum 90,-€

Sonderfarben (HKS) je 420,-€

Farbangleichungen aus technischen

Gründen vorbehalten.

Rubrikanzeigen

von Auftraggebern des Blumen-

einzelhandels in den Rubriken

Stellenanzeigen / Ankauf / Verkauf /

Immobilien / Verschiedenes

je mm 1-spaltig 1,17€

Chiffregebühr 8,-€

Kombinationen

Stellenanzeigen 4 Wochen lang

zusätzlich kostenlos online unter

www.gruener-stellenmarkt.de.



Weitere Formate und Preise
auf Anfrage

florieren!

Zahlungsbedingungen

3 % Skonto bei Vorauskasse und
Bankeinzug, 2 % Skonto innerhalb
von 14 Tagen, 30 Tage netto.

Bankverbindungen

Deutsche Bank AG, Stuttgart

BLZ: 600 700 70

Konto: 147 6878 00

BIC: DEUTDESS

IBAN: DE62600700700147687800

Südwestbank AG, Stuttgart

BLZ: 600 907 00

Konto: 741 3710 06

BIC: SWBSESS

IBAN: DE04600907000741371006

Österreich

Bank Austria, Bregenz

BLZ: 12 000

Konto: 518-8801-42/00

BIC: BKAUATWW

IBAN: AT181200051888014200

Schweiz

Post Finance Zürich

80-47072-8

Alle im Tarif genannten Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt. Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften.

Themen und Termine 2012

florieren!

Ausgabe	Erscheinungs- termin	Anzeigen- schluss Textteil	Anzeigen- schluss Anzeigenteil	Themen	Messen/Ausstellungen
Januar	02.01.12	24.11.11	02.12.11	Trends 2012 – ein Überblick Ordern für Frühling und Sommer: Messevorschau IPM, Christmasworld & Co. Orchideen	Trendset München 06.-08.01.12 INNOWA Dortmund 07.- 09.01.12 TrendForum Sinsheim 21.-23.01.12 IPM Essen 24.–27.01.12 paperworld Frankfurt 28.–31.01.12 christmasworld Frankfurt 27.–31.01.12
Februar	01.02.12	27.12.11	05.01.12	Hochzeitsfloristik: Brautstraußideen und Dekorationen, Schmuckmittel und praktische Helfer Kundenbindung mit Aktionen	ambiente Frankfurt 10.–14.02.12 CADEAUX Leipzig 25.–27.02.12
März	01.03.12	27.01.12	03.02.12	Frühlingsinspirationen Rückblick Frühlingmessen Teil 1	Creative A-Salzburg 02.–04.03.12
April	02.04.12	23.02.12	05.03.12	Dekorationen bei Privat- und Geschäftskunden Große Gefäße Rückblick Frühlingmessen Teil 2	Nufam Mannheim 17.-20.04.12




paperworld

christmasworld

ambiente



Mai	02.05.12	29.03.12	05.04.12	Kriterien für den Erfolg Outdoor-Beleuchtung Wasserpflanzen und Seerosen	
Juni	01.06.12	25.04.12	04.05.12	Qualitätsmanagement im Blumengeschäft: Pflanzen, Gefäße, Seidenblumen etc. Frischhaltung von Schnittblumen	
Juli	02.07.12	29.05.12	06.06.12	Trauerfloristik Messevorschau – Ordern für Herbst und Winter 2012/13	
August	01.08.12	26.06.12	05.07.12	Standort und Erscheinungsbild Ladenbau und Inneneinrichtung	Formland DK-Herning 12--15.02.12 tendance Frankfurt  24.-28.08.12
September	01.09.12	26.07.12	06.08.12	Profilieren mit Dienstleistungen Transportfahrzeuge Adventsausstellungen planen	spoga+gafa Köln 02.-04.09.12 IAA NUTZFAHRZEUGE Hannover 20.-27.09.12
Oktober	01.10.12	27.08.12	05.09.12	Gedenktagsfloristik Schleifendruck EDV und Kassensysteme	Horti Fair NL-Amsterdam 12.-15.10.12 
November	02.11.12	26.09.12	05.10.12	Advent und Weihnachten 2012 Binde- und Steckhilfen	
Dezember	01.12.12	25.10.12	05.11.12	Weiterbildung zum Meister Papier und Verpackung	

Änderungen vorbehalten!

Die Druckunterlagen benötigen wir zum Anzeigenschluss (Anzeigenteil) jeweils bis 12.00 Uhr.

Technische Daten

Druck und Verarbeitung

Druck

Bogenoffset
1/1- bis 4/4-farbig

Papier

Umschlag: holzfrei Bilderdruck glänzend 170 g/m²
Inhalt: fein holzhaltig Bilderdruck matt 90 g/m²

Verarbeitung

Rückendrahtheftung

Digitale Druckdaten

Druckreihenfolge: Schwarz – Cyan – Magenta – Yellow.
Profil ISO coated v2 (EU). Tonwertumfang: Rastertonwerte mind. 2 % bis max. 98 %. Die Tonwertzunahme beträgt im Mitteltonbereich bei Schwarz 17 % und bei den Buntfarben 14 %. Gesamtfarbauftrag: max. 330 %. DCS-Formate, Haarlinien, RGB/LAB-Bilder und Duplexbilder mit Sonderfarben bitte nicht verwenden.

Anzeigen mit Sonderfarben sind in CMYK mit den korrekten Mischungsverhältnissen der gewünschten HKS-Farbbezeichnungen anzulegen. Vierfarbanzeigen sind ebenfalls in CMYK für den Vierfarbprozess anzulegen.

Daten-Übermittlung

Bitte schicken Sie die Druckunterlagen Ihrer Anzeige per E-Mail direkt an den Verlag:

■ Anzeigendisposition

Maria Scheurenbrand
mscheurenbrand@ulmer.de

Zur Kontrolle benötigen wir einen Ausdruck der Anzeige, bei Farbanzeigen einen farbverbindlichen Ausdruck per Post an:

■ Verlag Eugen Ulmer

Anzeigenabteilung
Postfach 700561
70574 Stuttgart

Datenformat

■ Druckfähiges PDF (PDF/X-3)

Datenformate wie Freehand, Photoshop, Word, Corel Draw etc. nur nach Rücksprache. Die Herstellung von Druckunterlagen nach anderen Vorlagen wird berechnet.

florieren!

Zeitschriftenformat

210 mm breit
297 mm hoch

Satzspiegel

176 mm breit
255 mm hoch
4 Spalten je 41 mm breit

Erscheinungsweise

monatlich

Anzeigenschluss

siehe Themen und Termine 2012

Anzeigendisposition

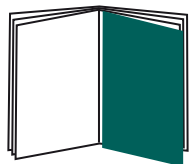
Maria Scheurenbrand
T +49(0)711/45 07-144
F +49(0)711/45 07-221
mscheurenbrand@ulmer.de



Umhefter (Titelschürze)

Seitenhohe Lasche auf der Vorder- und der Rückseite des Titels. Die Platzierung einer Anzeige ist auf der Innen- und auf der Außenseite der Lasche möglich. Die oberen 8 cm sind dem Verlag für Titel und Logo vorbehalten.

Eine Lasche auf der Rückseite ist in Verbindung mit einer Anzeige auf der 4. Umschlagseite möglich. Die Innen- und die Außenseite der Lasche stehen vollständig zur Verfügung, Anzeigenformate und Preise auf Anfrage.



Beilagen

Höchstformat 205 × 297 mm (B × H), bis 25 g Einzelgewicht

Bis 4 Seiten: 240,- € je Tsd. Expl.

Bis 8 Seiten: 260,- € je Tsd. Expl.

Jeweils inkl. Vertriebsgebühr. Höhere Gewichte, andere Seitenumfänge und Teilbeilagen auf Anfrage. Bei erschwerter technischer Verarbeitung Aufschlag nach den jeweiligen Gegebenheiten.



Einhefter

Im unbeschnittenen Format 214 × 305 mm (B × H) gefalzt anliefern (bis 25 g Einzelgewicht).

Preise:

3.038,- € (4 Seiten)

4.240,- € (6 Seiten)

5.512,- € (8 Seiten)

Zahl der Einhefter und alle Details auf Anfrage.



Tip-On-Karte/CD

Das Beikleben ist nur in Verbindung mit einer 1/1 Seite Trägeranzeige möglich.

Preise, Platzierung und alle Details auf Anfrage.

Weitere Sonderwerbformen auf Anfrage

Ihr Ansprechpartner

Yasmin Heyer
Marketing und Verkauf
T + 49 (0) 711/45 07-322
F + 49 (0) 711/45 07-185
yheyer@ulmer.de

Versandanschrift für Beilagen, Einhefter etc.

Ungeheuer+Ulmer
Körnerstr. 16
71634 Ludwigsburg

Liefervermerk

Für „florieren!-Nr. ...“

Anliefertermin für Beilagen, Einhefter etc.

14 Tage vor Erscheinen.
Gleichzeitig bitte mindestens
3 Muster direkt an den Verlag
senden.

Ulmer & BLOOM's Floristik-Kombis – für Ihren blühenden Erfolg!



Der Verlag Eugen Ulmer und BLOOM's bieten Ihnen zusammen die Chance, **mit einer Buchung 3 TOP-Titel** der Floristik-Branche zu belegen. Geboten bekommen Sie dafür eine Spitzen-Auflage innerhalb der Kernzielgruppe von Floristen, Designern und Stylisten. Mit Flower-power eben ...

Ihre Vorteile im Überblick

- Spitzen-Auflage* bis zu 19.859 Exemplare in der Floristik-Branche
- attraktiver Tausender-Auflagenpreis
- über 30% Preisvorteil gegenüber der Einzelbelegung und Beilagen
- Anzeigen-Motivsplitting und Beilagen möglich
- hohe redaktionelle Kompetenz der einzelnen Floristik-Fachmagazine



*Alle Daten aus Vertriebsdateien
Verlag Eugen Ulmer und BLOOM's

www.florieren-online.de – im Dialog mit Ihrer Zielgruppe!

florieren-online.de ist die optimale Verknüpfung von Heft und Web. Neben vielen tagesaktuellen News finden die Leser im Internet ein Archiv mit allen Hauptartikeln seit 2003 zum Download. Vertiefende und hochspezifische Informationen zu den Themen der aktuellen Ausgabe sorgen für eine intensive crossmediale Nutzung.

Formate

A. Fullsize-Banner

- Bannerformat:
468 Pixel × 60 Pixel (B × H)
- Grundpreis inkl. Link
200,- €/Monat

B. Halfsize-Banner

- Bannerformat:
180 Pixel × 60 Pixel (B × H)
- Grundpreis inkl. Link
120,- €/Monat

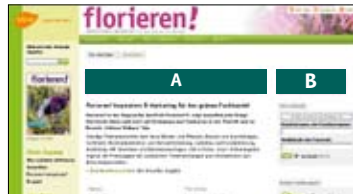
C. Skyscraper

- Bannerformat:
120 Pixel × 600 Pixel (B × H)
- Grundpreis inkl. Link
250,- €/Monat

D. Newsletter-Banner (Fullsize)

- Bannerformat:
468 Pixel × 60 Pixel (B × H)
- Grundpreis inkl. Link
150,- €/Woche

Alle Preise zzgl. MwSt.



Rabatte

- Zeitstafel
- 6 Monate 5 %
 - 12 Monate 10 %

Zusätzliche Informationen

Ein Motivwechsel während der Laufzeit ist möglich.
Mindestlaufzeit: 3 Monate

Datenanlieferung

GIF, JPG, FLASH

Datengröße

Max. 15 KB

Platzierung

in Rotation

Weitere Formate auf Anfrage.

Grüne Profi-Infos ist ein wöchentlich versendeter, gemeinsamer Newsletter von DEGA GALABAU, DEGA PRODUKTION & HANDEL, DEGA GRÜNER MARKT, campos, florieren! und Gemüse.

Werden Sie Webinar-Veranstalter

Webinare sind interaktive Web-Seminare, deren Teilnehmer über ihre Computer miteinander verbunden sind. Jeder, der sich angemeldet hat und einen Internet-Zugang besitzt, kann teilnehmen.

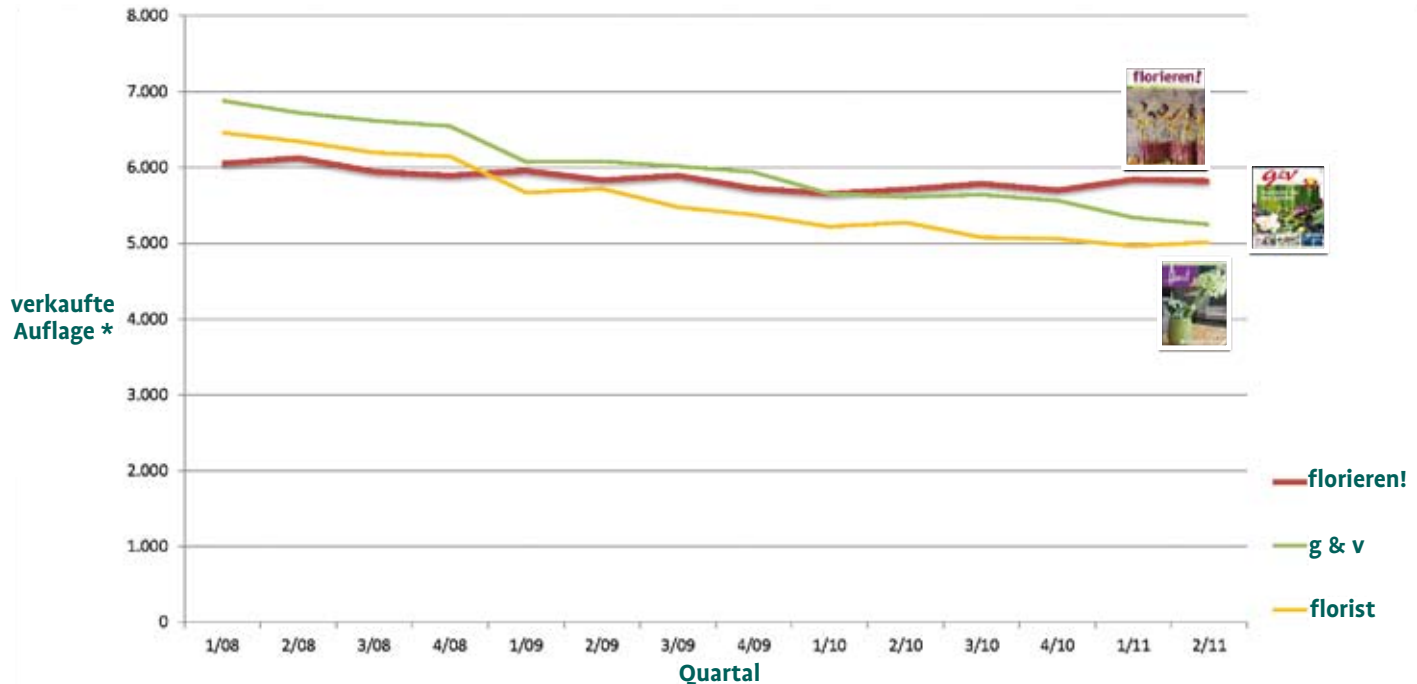
Das Seminar wird live aus dem Internet übertragen, so dass sich die Teilnehmer in Echtzeit mit dem Referenten und mit anderen Teilnehmern austauschen und das Webinar aktiv mitgestalten können.

Seit März 2011 veranstaltet der Verlag Eugen Ulmer regelmäßig Webinare zu wichtigen GaLaBau-Themen und schafft damit eine Plattform für qualifizierte Weiterbildung und Austausch für die Experten der Branche.

Setzen Sie auf unsere Erfahrung und gestalten Sie die Welt der Webinare mit uns. Gern entwickeln wir gemeinsam mit Ihnen ein individuelles Webinar-Angebot.

Ihr Ansprechpartner:

Anja Kist
T +49(0)711/45 07-148
akist@ulmer.de



Das Fachmagazin florieren! hat die höchste verkaufte Auflage in der Floristik-Branche!

Mediastراتيجien sind so vielfältig und individuell wie die Marken und Produkte, die beworben werden.

Leserschaftsdaten sind eines von mehreren Instrumenten, welche Werbungtreibenden und Agenturen als Basis für eine effiziente Investition in den Medien dienen.

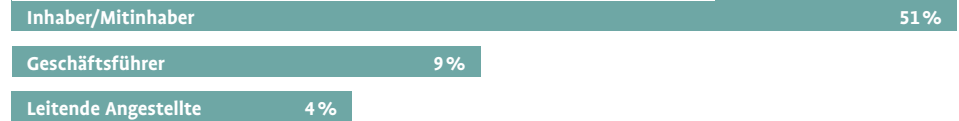
Sie helfen dabei, Medien vergleichbar zu machen.

Als Voraussetzung dafür müssen Informationen über die Empfängerstruktur einer Zeitschrift vorliegen.

Wer liest florieren! und wie beurteilen die Leser ihre Zeitschrift? Das sind die wichtigsten Fragen, die über die Positionierung im Markt entscheiden.

- Jede Ausgabe wird durchschnittlich von 2,6 Personen gelesen.
- 83 % unserer Leser beurteilen das Magazin als gut bis sehr gut.

Stellung im Betrieb



- 64 % der Leser sind Entscheider bzw. Mitentscheider!

Berufliche Ausbildung



- 84 % der Leser haben eine hohe fachliche Kompetenz!

Einschätzung des Betriebes im Wettbewerbsumfeld



- 61 % unserer Leser gehören zur Spitzengruppe oder sind sogar die führenden Betriebe am Ort. florieren!-Leser sind in leistungsfähigen, wirtschaftlich starken Unternehmen zu finden!

AGB für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden 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 Abschluss 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 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 Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeige 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, 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 deren 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. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzugs sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlages, 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 Anzeigentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 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 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 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, Matrern 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 Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigter Mangel, wenn sie
 - bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20 %
 - bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren 15 %
 - bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren 10 %
 - bei einer Auflage über 500.000 Exemplaren 5 % beträgt.Darüber hinaus sind bei den Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.
18. Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Chiffreanzeigen 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 Missbrauch des Chiffredienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Ansprüchen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.
19. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
20. 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 Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nichtkaufleuten, 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.



Fachverlag mit Tradition

Der Verlag Eugen Ulmer steht seit über 140 Jahren für qualitativ hochwertige Fachliteratur.

Als Fachverlag für Obst- und Weinbau gegründet, bietet der Verlag seinen Lesern heute auf allen Medienkanälen Informationen aus den Bereichen Landwirtschaft, Garten- und Landschaftsbau, Gärtnern, Floristik und Pflanzen, Nutz- und Heimtiere, Ökologie und Naturschutz.

Moderne Medien

Mit seinem umfangreichen Portfolio deckt der Verlag Eugen Ulmer die volle Bandbreite an Medien ab: Neben 23 Fachzeitschriften und E-Papers umfasst das Verlagsangebot rund 1.200 lieferbare Bücher, E-Books und CD-ROMs sowie mehr als 50 Websites und Datenbanken und rund 25 Apps.

Der Verlag entwickelt sich ständig weiter und passt sich den Herausforderungen der modernen Medienwelt an.

150 Mitarbeiter denken täglich neue Trends voraus und konzipieren innovativ daraufhin abgestimmte Produkte und Strategien.

Dies macht den Verlag Eugen Ulmer zum vertrauenswürdigen Partner im gesamten Medienumfeld.

Profitieren Sie vom multimedialen Angebot des Verlags: Neben Standard-Werbeanzeigen und diversen Sonderwerbformen in unseren Fachzeitschriften bieten wir eine Vielfalt an Online-Werbemöglichkeiten.

Kompetentes Beratungsteam

Wir unterstützen Sie sachlich kompetent bei Ihrer Werbeplanung und stellen nach Ihren Wünschen crossmediale Werbe-Pakete zusammen, die perfekt auf Ihre Bedürfnisse zugeschnitten sind.

Unsere Leserschaft verfügt allgemein über ein überdurchschnittliches fachliches Know-How und ein ausgeprägtes berufliches sowie persönliches Interesse an den Inhalten. Innerhalb seiner Zielgruppe erzielt der Verlag Eugen Ulmer hohe Reichweiten.

Durch Werbung in unseren Zielgruppenmedien reduzieren Sie Streuverluste.

Fordern Sie uns!

Verlagsangaben

Herausgeber/Verlag

Eugen Ulmer KG

Verlag

Eugen Ulmer KG
Postfach 700561
70574 Stuttgart

Wollgrasweg 41
70599 Stuttgart

T +49(0)711/45 07-0
F +49(0)711/45 07-120

info@ulmer.de
www.ulmer.de

Redaktion

Edith Strupf
T +49(0)711/45 07-133
F +49(0)711/45 07-207
estrupf@ulmer.de

Internet

www.florieren-online.de

Die Ulmer-Medien für die grüne Branche

Magazine



florieren!

Inspiration & Marketing
für den grünen Fachhandel



DEGA PRODUKTION & HANDEL

Das Magazin für
Entscheider im Gartenbau



DEGA GRÜNER MARKT

Das Magazin für Erfolg
im Gartenfachhandel



Gemüse

Das Magazin für den pro-
fessionellen Gemüsebau



Obst & Garten

Magazin für das Obst-
und Gartenland
Baden-Württemberg

Online-Portale

www.florieren-online.de
www.dega-gartenbau.de
www.gruener-markt.com

www.gemuese-online.de
www.obst-und-garten.de
www.gruener-stellenmarkt.de

Verlag Eugen Ulmer KG · Wollgrasweg 41 · 70599 Stuttgart · T + 49 (0)711/45 07-0 · F + 49 (0)711/45 07-185 · anzeigen@ulmer.de

www.ulmer.de

