

RATGEBER-MAGAZIN

Wohnungswechsel

Clever umziehen und die neue Wohnung einrichten

MEDIADATEN 2006



Wohnungswechsel

Clever umziehen und die neue Wohnung einrichten

Web-Adresse

www.wohnungswechsel-magazin.de

Erscheinungsweise

4 x jährlich

Jahrgang

Erster Jahrgang 2006

Herausgeber

Jorg Mühlenberg

„Wohnungswechsel“

ISSN 1861-9827



Kurzcharakteristik

Das **Wohnungswechsel-Magazin** beschäftigt sich mit allen Aspekten von Privatuzügen einschließlich der Ummeldeaspekte bei Ortswechseln. Dazu zählen z. B. Post- und Telekommunikations-Leistungen, Finanz- und Versicherungsdienstleistungen, Versorgungsleistungen (Strom, Wasser, Gas, Kabelfernsehen), Aspekte der Logistik (Do-it-yourself-Umzüge, Möbelspeditionen, Autovermietung), Wohnungseinrichtungen (Möbel, Accessoires, Baumärkte), Zeitschriftenabonnements, Mitgliedschaften (ADAC, Versandhandel), die GEZ, Mietrechtsfragen, Steueraspekte und behördliche Ummeldungen (Einwohnermeldeämter). Darüber hinaus behandelt das Magazin Gesichtspunkte des elektronischen Handels (Shopsysteme, Umzugsauktionen, Webservices). Die Beiträge zeigen praxisbezogene Lösungen und Hilfestellungen auf, die insbesondere finanzielle und zeitliche Einsparpotentiale in der Umzugsvorbereitung und -durchführung fokussieren.

Der Markt

In Deutschland wechseln jährlich 11 Prozent der Bevölkerung ihren Wohnort. Von Umzügen sind etwa neun Millionen Privatpersonen pro Jahr betroffen. Die möglichst reibungslose und zeit-sparende Abwicklung eines Wohnungswechsels spielt für Privatleute eine große Rolle. Das **Wohnungswechsel-Magazin** hilft Lesern, in der entscheidungsintensiven Umzugsphase Zeit, Geld und Nerven zu sparen. Es informiert gezielt anhand bewährter Hinweise, praktischer Checklisten und Hintergrundartikel. Gleichzeitig bündelt das Wohnungswechsel Magazin Brancheninfos des Umzugsmarktes und bietet somit eine Übersicht des deutschen Umzugsmarktes.

Wohnungswechsel

Clever umziehen und die neue Wohnung einrichten



Die Zielgruppe

Das **Wohnungswechsel-Magazin** wendet sich an Privatleute, denen ein Umzug bevorsteht oder die kürzlich umgezogen sind. In dieser „Transaktionsphase“ orientieren sich Umziehende in der mittelständischen Wirtschaft, im Handel, Handwerk, Gewerbe, in der Industrie und nehmen Dienstleistungen in Anspruch. Unternehmen, die ihre Produkte und Leistungen in dieser aktiven Konsumsituation präsentieren, gelingt es, bestehende Kundenbeziehungen aufrecht zu erhalten und neue Kunden zu gewinnen. Das Fachmagazin richtet sich darüber hinaus an diejenigen, die am Umzugsmarkt und dessen Auswirkung auf die Wirtschaft interessiert sind, zum Beispiel Marktforscher, Universitäten, Ausbildungseinrichtungen, Verbände, Organisationen, Regierung oder Verwaltung (eGovernment).

Der Nutzen

Das **Wohnungswechsel-Magazin** bietet als modernes Fachmedium für Umziehende und Unternehmen konkrete Nutzwerte. Diese machen sich in ihren Ergebnis als Hilfe in der Lebenslage Umzug sowie als vertriebliche Erfolge in Unternehmen bemerkbar. Die Beiträge des **Wohnungswechsel-Magazins** unterstützen die Leser durch die verständliche Darstellung von Geldspartipps und praxisgerechte, zeitsparende Anwendungsbeispiele. Als Serviceleistung bietet das **Wohnungswechsel-Magazin** nützliche Informationen für Privatleute in Form von Vorteilsangeboten und Checklisten, ergänzt von einem aktuellen Angebot im Internet.

Wohnungswechsel

Clever umziehen und die neue Wohnung einrichten

Auflage und Verbreitung

Druckauflage	50.000
Tatsächlich verbreitete Auflage (tva)	45.000
Verkaufte Auflage (Bahnhofsbuchhandel)	in Vorbereitung
T-Com-Filialen	in Vorbereitung
Online-Bestellungen (z. B. ummelden.de)	6.400
Umzugskarton-Bestellbeilage	7.500
Möbelspeditionsbranche	6.000
Abonnierte Exemplare	im Aufbau
Freistücke	3.400
Rest-, Archiv- und Belegexemplare	2.800



Mediadaten

Kurzbeschreibung Ratgeber-Magazin für Umziehende und -gezogene

Druckauflage 50.000 Exemplare

Erscheinungsweise 4 Ausgaben p. A. (Januar, April, Juli, Oktober)

Format/Umfang Zeitschriftenformat: DIN A4 beschnitten zzgl. 3 mm Beschnitt je Außenkante; Satzspiegel: 190 mm x 270 mm (B x H), 4 Spalten à 43 mm; 36 Seiten; Umschlag: 150 g/qm Bilderdruck glänzend; Innenteil: 80 g/qm Offset

Druckverfahren Vierfarb-Rotations-Offsetdruck nach Euroskala (FOGRA-Keil), 60-er Raster, 2-fach Rückendraht-Heftung (für prozessübliche Farbtoleranzen wird keine Haftung übernommen).

Beschnittzugaben 3 mm an allen offenen Seiten. Bitte beachten Sie unsere Hinweise zur digitalen Datenübertragung

Wohnungswechsel

Clever umziehen und die neue Wohnung einrichten

Druckunterlagen

Vorlagenanlieferung

Bitte übermitteln Sie uns nur digitale Daten auf geeignetem Datenträger (CD-/DVD-ROM) oder per E-Mail.

Post-Adresse zur Datenanlieferung

bme service gmbh, z. H. Andreas Kruse
Grüner Weg 19b, 52070 Aachen

E-Mail-Adresse zur Datenanlieferung

hallo@herr-kruse.de

Programme (Mac)

Adobe Acrobat (bevorzugt), InDesign CS, Illustrator CS, Photoshop CS und FreeHand MX

Programme (PC)

Adobe Acrobat

Komprimierte Dateien

Stuffit oder ZIP (selbstentpackend)

Dokumente

EPS, PS, PDF (nicht aus dem PDF-Writer erstellt, sondern in Adobe Acrobat)

Bilddaten

Farbbilder: CMYK-Farbmodus, .tiff- oder .eps-Dateien, unkomprimiert, Auflösung 300 dpi;
S/W-Bilder: Graustufen, .tiff- oder .eps-Dateien, unkomprimiert, Auflösung 300 dpi;
Strich: Bitmap, .tiff-Dateien, Auflösung 1.200 dpi;

Lieferbedingungen

Ordner- bzw. Dateinamen sind nach folgendem Muster zu vergeben: Anzeigenkunde_wwm_Ausgabe (Beispiel: telekom_wwm_106).

Bei Problemen mit der Datenübertragung: Telefon +49 (0)241 95510-15. Zu jeder Datenübertragung benötigen wir ein Fax an +49 (0)241 95510-20, mit den entsprechenden Druckanweisungen (Angabe des Titels, der Ausgabe, der Größe und der Farbigekeit sowie des Dateinamens) und einem Kontrollausdruck. Um Farbabweichungen zu vermeiden, muss ein Proof mit FOGRA-Medienkeil nachgereicht werden. Wir bitten Sie, Schriften möglichst in Zeichenwege umzuwandeln oder vom Dokument eine PostScript-Datei zu erstellen, in der sämtliche Schrift- und Bilddaten integriert sind (Bitte beachten Sie die Lizenzbedingungen).

Haftungsausschluss

Wurden Anzeigenmotive vom Kunden digital übermittelt, so ist die Haftung des Verlages für ganz oder teilweise unleserliche, unrichtige oder unvollständige Wiedergabe der entsprechenden Anzeigen ausgeschlossen.

Hinweis

Satzkosten sowie die Anfertigung von Lithos bei Vorlage von reprofähigen Reinzeichnungen, Fotos/Dias werden zum Selbstkostenpreis berechnet. Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlich geltenden Mehrwertsteuer.



Wohnungswechsel

Clever umziehen und die neue Wohnung einrichten

Preisliste

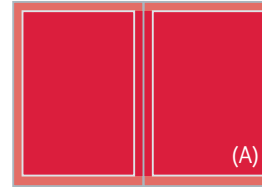
Anzeigenformat/Preise	2/1 Doppelseite (A)	7.900,- EUR
	1/1 Seite (B)	4.700,- EUR
	1/2 Seite (C1/C2)	2.900,- EUR

(A) 2/1 Seite im Satzspiegel beträgt 400 x 277 mm
(im Anschnitt 420 x 297 mm zzgl. 3 mm Beschnitt)

(B) 1/1 Seite im Satzspiegel beträgt 190 x 277 mm
(im Anschnitt 210 x 297 mm zzgl. 3 mm Beschnitt)

(C1) 1/2 Seite im Satzspiegel beträgt 190 x 138 mm
(im Anschnitt 210 x 148 mm zzgl. 3 mm Beschnitt)

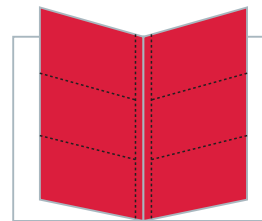
(C2) 1/2 Seite im Satzspiegel beträgt 95 x 277 mm
(im Anschnitt 105 x 297 mm zzgl. 3 mm Beschnitt)



Sonderplatzierungen	10 % Zuschlag für 2. Umschlagseite (U2)
	15 % Zuschlag für 3. Umschlagseite (U3)
	20 % Zuschlag für 4. Umschlagseite (U4)

Sonderwerbformen	Postkarten (auf vier Seiten in der Heftmitte mit Perforation für 6 Postkarten; Format: 150 x 99 mm zzgl. 3 mm Beschnitt an den Außenkanten; Material: 150 g/qm Bilderdruck holzfrei weiß matt; Farbigkeit: 4/4-farbig Eurokala; Auflage: 50.000 Exemplare Kosten pro Postkarte	1.500,- EUR
-------------------------	---	-------------

Weitere Sonderwerbformen, wie Beileger, auf Anfrage.



Wohnungswechsel

Clever umziehen und die neue Wohnung einrichten

Anzeigenverkaufsleitung und Mediaberatung

Stephanie Schmischke

Telefon: 08041 7937-652, E-Mail: sts@wohnungswechsel-magazin.de

Chefredakteur

Jörg Mühlenberg

Telefon: 08041 7937-650, Telefax: 08041 7994-733,
E-Mail: jm@ummelden.de

Verlag

PRONTO - Business Media GmbH

Zollhausweg 5, 83646 Bad Tölz
Telefon: 08041 7937-650, Telefax: 08041 7994-733
www.wohnungswechsel-magazin.de

Bankverbindung

PRONTO - Business Media GmbH

Stadtsparkasse München, Konto 26 12 02 46, BLZ 701 500 00

Pressemeldungen

Telefon: 08041 7937-650,
E-Mail: redaktion@wohnungswechsel-magazin.de

Abonnentenservice

E-Mail: abo@wohnungswechsel-magazin.de

Art-Direction

Herr Kruse Werbung, Design und Kommunikation
Telefon: 0241 95510-15, Telefax: 0241 95510-20,
E-Mail: hallo@herr-kruse.de

Lektorat

ProWord - Die Textagentur, Jörg Starkmuth
Markusstraße 58, 53129 Bonn

Vorstufe und Druck

MAYR MIESBACH Druckerei und Verlag GmbH
Am Windfeld 15, 83714 Miesbach



Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstiger Inserenten in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung; Anzeigenaufträge durch eine Agentur werden in deren Namen und auf deren Rechnung angenommen.
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. 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.
6. Der Verlag behält sich vor, rechtsverbindlich bestätigte Aufträge sowie einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses wegen des Inhalts, der Herkunft oder technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt nach pflichtgemäßem Ermessen des Verlages gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen oder Vertretern aufgegeben wurden. 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 Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
7. Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
8. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und der einwandfreien 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 beigelegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
9. 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 das 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 Unmöglichkeiten der Leistung und Verzug sind beschränkt auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag auch bei grober Fahrlässigkeit nur bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
10. 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.
11. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
12. 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 sofort rein netto zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung mit 2% Skontoabzug vereinbart ist.

Wohnungswechsel

Clever umziehen und die neue Wohnung einrichten

(Seite 2 von 2)

13. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen laut 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.
14. Der Verlag liefert einen Anzeigenbeleg. 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 Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
16. Aus einer Auflagenminderung kann bei 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 berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50 000 Exemplaren 40 v.H.,
bei einer Auflage bis zu 100 000 Exemplaren 25 v.H.,
bei einer Auflage bis zu 200 000 Exemplaren 15 v.H. beträgt.

Darüber hinaus sind bei 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.
17. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
18. 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 der gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

- a) Die Werbungsmittler 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 Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- b) Die allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beihefter, Beilagen oder technische Sonderausführungen. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.
- c) Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge.
- d) Der Auftraggeber trägt allein 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, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen stornierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keine Ansprüche gegen den Verlag zu.
- e) Jeglicher Nachlass entfällt bei Konkursen und Zwangsvergleichen.
- f) Höhere Gewalt, Betriebsstörungen, Streik usw. entbinden den Verlag von den eingegangenen Verpflichtungen.
- g) Der Verlag leistet keine Gewähr bei Verlust einzelner Beilagen auf dem Vertriebsweg.
- h) Für Fehler jeder Art aus telefonischen Übermittlungen haftet der Verlag nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit.
- i) Platzierungsvorschriften sind nur gültig, wenn sie vom Verlag schriftlich bestätigt worden sind.
- j) Abbestellungen von Anzeigen- und Beilagenaufträgen müssen bis zum Anzeigenschluss erfolgen. Der Verlag kann die entstandenen Satz- bzw. Produktionskosten dem Auftraggeber in Rechnung stellen.