

# MEDIADATEN 2010

Gültig ab 01.01.2010

Das Magazin für Ubuntu  
Einsteiger und Profis

LINUX NEW MEDIA AG  
The Pulse of Open Source

[www.ubuntu-user.de](http://www.ubuntu-user.de)



## Heftkonzept

### Ubuntu wächst und wächst und wächst...

Ist in den Mainstream-Medien von Linux die Rede, wird Ubuntu immer häufiger in einem Atemzug mit Mac OS X und Windows genannt [1, 2, 3]. Der Dienst Google Trends verzeichnet zum Teil mehr Suchanfragen nach Ubuntu als nach Windows [4]. Laut einer Alfresco-Studie [5] liegt das von der Firma Canonical gesponserte Ubuntu inzwischen selbst im professionellen Server-Bereich gleichauf mit der Linux-Konkurrenz von Red Hat. Keine Frage: Ubuntu ist der Shooting Star unter den Linux-Distributionen und greift vor allem Microsofts Windows auf dem Desktop an. Aber während Linux-Firmen wie Novell und Red Hat seit einigen Jahren vorwiegend auf ihre Firmenkunden schielen, wollen Canonical und die Ubuntu-Community aus dem System vor allem ein technisch und ästhetisch konkurrenzfähiges Produkt für den Desktop machen. Das funktioniert: Dank eines erfolgreichen viralen Marketings wächst Ubuntu's Anhängerschaft. Diesem nachhaltigen Trend trägt die neue Zeitschrift Ubuntu User Rechnung, die viermal im Jahr erscheint. Wir weisen Neugierigen und Umstiegswilligen den Weg in die faszinierende Welt der freien Software. Dazu zeigen wir ganz praktisch, wie man mit Ubuntu ein sicheres Betriebssystem installiert, einrichtet und aktualisiert, berichten über Irrwege und Umwege, bringen Tipps und Tricks. Zwei Mal im Jahr liefert die Zeitschrift eine stabile und brandneue Version von Ubuntu auf einer Heft-DVD mit. Das Heft steuert zu dieser einen festen Fundus an Einsteiger-Artikeln bei, die unerfahrenen Windows- und Mac-Usern verständlich erklären, wie sie Ubuntu auf den eigenen Rechner spielen. Fortgeschrittenen Ubuntu-Anwendern

stellen wir spannende neue Programme vor und informieren über Themenschwerpunkte wie Sicherheit, Netzwerk, Multimedia, aber auch Spiele. Ubuntu macht Spaß - auch diese Botschaft vermittelt das Heft.

Die zwei weiteren Ausgaben des Hefts widmen sich den zahlreichen Derivaten von Ubuntu, die entweder alternative grafische Oberflächen anbieten oder auf kleineren Geräten wie Netbooks, MIDs und Handhelds laufen. Auch diese Distributionen findet der Leser auf einer Multiboot-DVD im Heft. Tipps und Tricks zum Umgang mit Xubuntu, Kubuntu und Konsorten runden die Zeitschrift ebenso ab, wie die Vorstellung von Programmen, die unter allen Ubuntu-Varianten laufen.

Grundsätzlich glauben wir an ein großes Potenzial von Menschen, die eine Alternative zu Mac OS X und vor allem Windows suchen. Sei es aus Gründen der Sicherheit, aus Kostengründen oder weil Ubuntu den kundigen Anwendern dank der freien Verfügbarkeit des Quellcodes einfach die volle Kontrolle über sämtliche Komponenten des Systems bietet. Ubuntu wird wachsen, unsere Zeitschrift begleitet die Distribution dabei.

[1] Spiegel: <http://www.spiegel.de/netzwelt/gadgets/0,1518,649865,00.html>

[2] TAZ: <http://www.taz.de/1/leben/internet/artikel/1/microsofts-digitale-tupper-party/>

[3] WDR: <http://www.wdr.de/tw/aks/sendungsbeitraege/2009/kw04/0123/windows7.jsp>

[4] Google Trends: <http://www.google.fr/trends?q=ubuntu%2C+windows+xp>

[5] Alfresco: <http://www.alfresco.com/community/barometer/>

## Leserprofil

### Fünf Gruppen sollt Ihr sein

Insgesamt gehen wir von fünf verschiedenen Zielgruppen aus, die unser Heft interessieren dürfte. In der Praxis überschneiden diese sich natürlich, es handelt sich um Idealtypen.

Zunächst gibt es die Einzelkäufer. Sie beschließen irgendwann, Linux eine Chance zu geben, hören von Ubuntu oder bekommen es empfohlen und kaufen sich unser Heft. Sie dürften insbesondere der Einsteigerteil (Erste Schritte) und die mitgelieferte DVD ansprechen. Zur zweiten Gruppe gehören die Ubuntu-Einsteiger. Ihr System läuft bereits, sie möchten nun mehr über Ubuntu lernen und diverse Probleme lösen. Im Einsteigerteil interessieren sie sich vor allem für die Texte zu den versionbedingten Neuerungen, ansonsten lesen sie Artikel aus dem allgemeinen Bereich, um den Umgang mit der Kommandozeile oder OpenOffice zu erlernen, den Drucker zu konfigurieren oder mit Ubuntu eine Webseite zu bauen.

Bei den Ubuntu Fans handelt es sich um fortgeschrittene Ubuntu-Anwender und die dritte potenzielle Lesergruppe. Sie interessiert sich eher für kleinere, unbekanntere Programme, Spiele, brandneue Alpha-Software. Unter ihnen gibt es User, die täglich mit Ubuntu arbeiten wollen (es soll funktionieren), aber auch Anwender, die einen Konfigurationsaufwand nicht scheuen, wenn am Ende ein interessantes Ergebnis steht. Für sie bringt das Heft Artikel, die in den Profibereich hinein ragen.

Die vierte Gruppe der Gelegenheitskäufer rekrutiert sich vornehmlich aus den Gruppen zwei und drei. Diese Leser kaufen das Heft spontan, weil sie ein spezielles Thema interessiert (sie wollen zum Beispiel ein Video konvertieren) oder weil sie auf einer Reise lesen wollen, was es unter Ubuntu Neues gibt. An diese Gruppe richtet sich vor allem der zweite Teil der Zeitschrift.

www.ubuntu-user.de

Nicht zuletzt gibt es noch eine fünfte Gruppe Heftkäufern. Diese liest bereits ein oder mehrere andere Hefte aus unserem Haus und will sich spezialisieren. Anwender aus dieser Gruppe erwerben das Heft, um in allen Bereichen des Linux-Universums auf dem neuesten Stand zu bleiben und/oder weil sie die anderen Produkte von uns schätzen. Zu dieser Gruppe gehören auch Leute, die das Heft im Freundeskreis verschenken, um ihren Freunden einen einfachen Start mit Ubuntu zu ermöglichen.

### Was kommt?

Gerne schickt unsere Anzeigenvertretung Ihnen jeden Monat jeweils eine Vorschau mit den geplanten Themen für das nächste Heft: [anzeigen@linuxnewmedia.de](mailto:anzeigen@linuxnewmedia.de)



## Termine und Druckunterlagen

Änderungen aus aktuellem Anlass vorbehalten.

Ausgabe	Erstverkaufstag	Anzeigenschluss	Druckunterlagen-schluss	Beilagen-anlieferung bis	Messen	Messetermine
02/2010	Do, 18.02.10	Fr, 29.01.10	Mo, 01.02.10	Fr, 05.02.10	CeBIT	02.-06.03.10
03/2010	Do, 20.05.10	Fr, 30.04.10	Mo, 03.05.10	Fr, 07.05.10	Linuxtag Berlin	09.-12.06.10
04/2010	Do, 19.08.10	Fr, 30.07.10	Mo, 02.08.10	Fr, 06.08.10		
01/2011	Do, 18.11.10	Do, 28.10.10	Fr, 29.10.10	Fr, 05.11.10		
02/2011	Do, 17.02.11	Fr, 28.01.11	Mo, 31.01.11	Fr, 04.02.11		

### Technische Daten

**Datenformat:** Wir akzeptieren nur geschlossene Daten als Highend-PDFs, kompatibel zu Acrobat 4 (also PDF 1.3). Die Dateien sollten dem PDF-X-Standard entsprechen.

**Farbe / Auflösung:** Die Daten müssen im CMYK-Farbraum angelegt sein, da es andernfalls zu unerwünschten Farbverschiebungen kommen kann. Sonder- und Schmuckfarben müssen ebenfalls in CMYK umgewandelt sein. Die Auflösung muss mindestens 300 dpi betragen.

**Beschnittzugabe:** Bei randabfallenden Grafiken (Bereiche, die an den Seitenrand reichen) muss die Beschnittzugabe zu allen beschnittenen Seiten mind. 3 mm betragen. Motivrelevante Grafiken sollten mind. 5 mm Abstand zum beschnittenen Format haben. Zudem sollte der Abstand zum Bund (je nach Platzierung links oder rechts) mind. 15 mm betragen.

Bitte achten Sie auf die Platzierung von Schnittmarken.

**Besonderheiten:** Die Stärke von feinen Linien (Haarlinien) darf 0,25 pt nicht unterschreiten. Der Farbauftrag sollte 280% nicht überschreiten.

**Produktionsverfahren:** Rollenoffsetdruck

**Achtung:** Die PDF-Dateien dürfen weder RGB-, LAB-, oder ICC-Farbräume, noch Transfer-Funktionen oder festgeschriebene Rastereinstellungen enthalten. Außerdem müssen sämtliche Schriften eingebettet sein.

### Datenübertragung

**E-Mail-Übertragung:** Senden Sie Ihre PDF-Daten (bis max. 20 MByte) per E-Mail an: [produktion@linuxnewmedia.de](mailto:produktion@linuxnewmedia.de)

**FTP:** Die Zugriffsdaten erhalten Sie unter: **+49 (0)89 / 99 34 11 - 20**

**Lieferadresse für farbverbindliche Proofs (nach Fogra-Standard) und Datenträger:**

Linux New Media AG  
Putzbrunner Straße 71  
D-81739 München

### Ihre Ansprechpartner

**Christian Ullrich** (Produktionsleitung): Tel.: +49 (0)89 / 99 34 11 - 20  
[cullrich@linuxnewmedia.de](mailto:cullrich@linuxnewmedia.de) Fax: +49 (0)89 / 99 34 11 - 99

**Petra Jaser** (Medienberatung): Tel.: +49 (0)89 / 99 34 11 - 24  
[anzeigen@linuxnewmedia.de](mailto:anzeigen@linuxnewmedia.de) Fax: +49 (0)89 / 99 34 11 - 99

## Anzeigenpreise Redaktionsteil

Zeitschriftenformat: DIN A4, 210 x 297 mm, Satzspiegel 184 x 266 mm. Alle Formatangaben Breite x Höhe in mm.

Format	Satzspiegel	Anschnitt*	s/w	2C	3C	4C
2/1	406 / 254,5	420 / 297	€ 3360,-	€ 3740,-	€ 4140,-	€ 4600,-
1/1	188 / 254,5	210 / 297	€ 1680,-	€ 1870,-	€ 2070,-	€ 2300,-
U2, U4 (1/1, 4c)	188 / 254,5	210 / 297				€ 2875,-
U3 (1/1, 4c)	188 / 254,5	210 / 297				€ 2530,-
1/2 hoch	90 / 254,5	103 / 297	€ 840,-	€ 935,-	€ 1035,-	€ 1150,-
1/2 quer	188 / 128	210 / 148	€ 840,-	€ 935,-	€ 1035,-	€ 1150,-
1/3 hoch	60 / 254,5	79 / 297	€ 560,-	€ 625,-	€ 690,-	€ 765,-
1/3 quer	188 / 79	210 / 107	€ 560,-	€ 625,-	€ 690,-	€ 765,-
1/4 DIN	90 / 128	102 / 148	€ 420,-	€ 470,-	€ 520,-	€ 575,-
1/4 quer	188 / 54	210 / 80	€ 420,-	€ 470,-	€ 520,-	€ 575,-
1/4 hoch	43 / 254,5	53 / 297	€ 420,-	€ 470,-	€ 520,-	€ 575,-
1/9 (Seminar)	60 / 80	-	€ 265,-	€ 310,-	€ 355,-	€ 400,-
Juniorpage		136,5 / 191	€ 840,-	€ 935,-	€ 1035,-	€ 1150,-

**S:** Satzspiegelformate

**A:** Anschnittformate\*

(\*Bitte beachten Sie, dass bei diesen Maßen eine Beschnittzugabe von allseitig 3 mm sowie 5 mm Textabstand zum Anzeigenrand einzuhalten sind.)

**Andere Formate nach Absprache möglich.**

## Beilagen

### Beilagen

Beilagen können der Gesamtauflage oder als Teilbelegung nach Nielsen-Gebieten beigelegt werden (nur Aboauflage: nach PLZ möglich). Verbindliche Muster müssen bis zum jeweiligen Beilagenanlieferungs-termin in dreifacher Ausfertigung an den Verlag eintreffend geliefert werden.

### Beilagenpreise (je angefangene 1.000 Exemplare)

Beilagen bis 25 g: 95,- Euro\*

Teilbelegungen: zusätzlich 50,- Euro\*/Tausend

Je weitere angefangene 5 g: zusätzlich 5,- Euro\*/Tausend

\*zzgl. Postgebühren für die Abo-Auflage

### Beilagenformate

Gewicht: bis 25 g

Format: min. (B x H) 105 x 145 mm

max. (B x H) 200 x 287s mm

Mindestmenge: 10.000 Stück

Druckauflage: auf Anfrage

### Beihefter

Beihefter sind nur in der Gesamtauflage möglich.

Bei Auftragserteilung sind verbindliche und vollständige Angaben zum Beihefter, wahlweise ein verbindliches Muster nötig.

**Kündigen Sie bitte die Anlieferung Ihrer Beilagen/  
Beihefter/Beikleber an!**

Ansprechpartner: Christian Ullrich, Tel.: +49 (0)89 / 99 34 11 - 20

### Beihefterpreise (je angefangene 1.000 Exemplare)

2-seitiger Beihefter 50,- Euro

4-seitiger Beihefter 90,- Euro

8-seitiger Beihefter 125,- Euro

12-seitiger Beihefter 155,- Euro

Alle anderen Formate: auf Anfrage.

### Beihefterformate

Technische Anforderungen auf Anfrage.

### Beikleber

Beikleber sind zum Beispiel aufgeklebte Postkarten, Booklets oder CD-ROMs.

Beikleber können nur in Verbindung mit einer 1/1 Trägeranzeige gebucht werden. Für die Auftragsannahme ist ein verbindliches Muster notwendig. Technisches Anforderungsprofil bei Bedarf auf Anfrage.

### Beikleberpreise (je angefangene 1.000 Exemplare)

Beikleber bis 25 g: 40,- Euro\*

CD-ROM: 85,- Euro\*

\*zzgl. Postgebühren für die Abo-Auflage

### Rabatte

Gesamtbeilagen und Beihefter werden auf die Mengestaffel mit einer Seite angerechnet, aber nicht rabattiert.

## Verlagsangaben

<b>Herausgeber:</b>	Linux New Media AG	<b>Medienberatung USA</b>	Amy Phalen Tel.: +1 785 856 3434 Fax: +1 785 842 4025 aphalen@linuxnewmedia.com
<b>Vorstand:</b>	Brian Osborn bosborn@linuxnewmedia.de  Hermann Plank hplank@linuxnewmedia.de	<b>Verlagsanschrift:</b>	Linux New Media AG Putzbrunner Straße 71 D-81739 München Tel.: +49 (0)89 / 99 34 11 - 0 Fax: +49 (0)89 / 99 34 11 - 99
<b>Chefredaktion:</b>	Kristian Kißling kkissling@ubuntu-user.de	<b>Internet:</b>	www.ubuntu-user.de
<b>Produktionsleitung:</b>	Christian Ullrich Tel.: +49 (0)89 / 99 34 11 - 20 cullrich@linuxnewmedia.de	<b>Jahrgang:</b>	1. Jahrgang 2010
<b>Anzeigenleitung, Vertrieb und Marketing</b>	Hubert Wiest Tel.: +49 (0)89 / 99 34 11 - 23 hwiest@linuxnewmedia.de	<b>Erscheinungsweise:</b>	vierteljährlich
<b>Medienberatung D, A, CH</b>	Petra Jaser Tel.: +49 (0)89 / 99 34 11 - 24 anzeigen@linuxnewmedia.de	<b>Copypreis Einzelheft:</b>	7,90 Euro
<b>Medienberatung, Marketing D, A, CH Stellenanzeigen &amp; Linux.local</b>	Aike Sckopp Tel.: +49 (0)89 / 99 34 11 - 43 anzeigen@linuxnewmedia.de	<b>Jahresabonnement:</b>	26,90 Euro
<b>Medienberatung UK und Irland</b>	Penny Wilby 3, Holbrook Barn Road, Boxford, Sudbury, Suffolk, CO10 5PU United Kingdom Phone +44 (0)1787 211100 Fax +44 (0)1473 353295 pwilby@linuxnewmedia.com	<b>Bankverbindung:</b>	Linux New Media AG Commerzbank AG München Kto 370 06 22 BLZ 700 400 41 IBAN: DE96 7004 0041 0370 0622 00 SWIFT-BIC: COBADEFF700
		<b>Zahlungsbedingungen:</b>	Innerhalb von 10 Tagen, ohne Abzug



## 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 Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigenaufträge sind im Zweifel innerhalb eines Kalenderjahres abzuwickeln. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Kalenderjahres 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, unbeschädigt 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 dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Für die Aufnahme von Anzeigen 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 davon abhängig gemacht hat.
7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die 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 Beilagen bzw. Beihefter wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen Grundsätzen des Verlages abzulehnen. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Vertretern aufgegeben werden. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen bzw. Beihefter 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 Druckvorlage gegebenen Möglichkeiten.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Weitergehende Haftung für den Verlag ist ausgeschlossen. Reklamationen müssen innerhalb vier Wochen nach Eingang von Rechnungen und Beleg geltend gemacht werden. Für Fehler jeder Art aus telefonischen Übermittlungen übernimmt der Verlag keine Haftung.
11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die tatsächliche Abdruckhöhe der Preisberechnung 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 Zahlungen 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 Filme und für erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu bezahlen.
17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie um mehr als 20 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.
18. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.
19. Druckvorlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
20. Erfüllungsort und Gerichtsstand für beide Teile ist München.