



Mediadaten 2011

DHBMagazin



DHB-Netzwerk Haushalt | Berufsverband der Haushaltsführenden

Charakteristik

Das DHB-Magazin und seine Inhalte

Das DHB-Magazin ist die Verbandszeitschrift des DHB – Netzwerk Haushalt, Berufsverband der Haushaltsführenden e. V. (bis 2009 Deutscher Hausfrauen-Bund). Gegründet 1915 ist das DHB – Netzwerk Haushalt heute der größte Berufsverband der Haushaltsführenden. Praxisberichte, Reportagen, Interviews sowie Tipps und Informationen bilden den journalistischen Rahmen des DHB Magazins und sichern hohe Glaubwürdigkeit.

Das DHB-Magazin verbindet mit anschaulichen Themen Lesernähe mit hoher Reichweite und gilt in der Zielgruppe Haushaltsführende und Familien als hochgeschätztes Informationsmedium.

Leserschaft

Das DHB-Magazin erreicht bundesweit im Haushalt tätige Frauen und Männer, die Mitglied im DHB – Netzwerk Haushalt sind. Zu den Partnern des Verbandes, die das Magazin regelmäßig beziehen, zählen u. a. die Deutsche Gesellschaft für Ernährung (dgh), Auswertungs- und Informationsdienst des Bundesministeriums für Landwirtschaft, Ernährung und Forsten (aid), Beirat Geld und Haushalt (Sparkassenverband), Deutscher Frauenrat, Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e. V. (IKW), Südwestfunk, Bundesforum Familie, Deutscher Familienverband, Frauengruppe der CDU/CSU.

Jahresthema: Ernährung im Kreislauf des Lebens

Eine vielseitige und ausgewogene Ernährung ist der Grundstein für ein gesundes Leben. Ernährungsgewohnheiten eines Menschen werden schon frühzeitig in der Familie entwickelt und prägen das Essverhalten lebenslang. Eltern haben dabei Vorbildfunktion. Das gemeinsame Essen am Familientisch ist nicht nur Nahrungsaufnahme, sondern auch ein Ort der Kommunikation für alle Familienmitglieder.

Genießen und gesund leben schließen einander nicht aus. Das Angebot an Lebensmitteln ist immens, schon die richtige Auswahl erfordert umfangreiche Kenntnisse. Regionale Lebensmittel der Saison konkurrieren mit Convenience-Produkten. Der Faktor Zeit spielt beim Kochen im Familienhaushalt eine große Rolle. Ausreichende Kenntnisse der Nahrungszubereitung sind oftmals nicht vorhanden.

Die Mitglieder des DHB – Netzwerk Haushalt und das DHB-Magazin werden sich im Jahr 2011 vorrangig mit allen Facetten unserer Ernährung beschäftigen. Auswahl und Zubereitung der Lebensmittel für den Familienhaushalt wird dabei im Mittelpunkt stehen, damit Verbraucher sich gesund, ausgewogen und klimagerecht ernähren können.

Herausgeber

DHB – Netzwerk Haushalt, www.dhb-netzwerk-haushalt.de

Termine 2011

Ausgabe	Erscheinungstag	Anzeigenschluss	Druckunterlagen	Anlieferungstermin Beilagen
Februar/März	01. 02.	07. 01.	12. 01.	19. 01.
April/Mai	01. 04.	07. 03.	11. 03.	17. 03.
Juni/Juli	01. 06.	09. 05.	12. 05.	19. 05.
August/September	01. 08.	07. 07.	12. 07.	19. 07.
Oktober/November	01. 10.	07. 09.	13. 09.	19. 09.
Dezember/Januar	01. 12.	07. 11.	11. 11.	17. 11.

(Aktuelle Ergänzungen vorbehalten)

6 Ausgaben pro Jahr
je 32 000 Exemplare

Verbreitete Auflage je Ausgabe: 32 000 Exemplare

Bundesweiter Einzelversand an alle Mitglieder durch zuverlässige Zustellung der Deutschen Post AG

Zusätzlich hohe multiplikatorische Funktion durch

- ▶ Verteilung auf Verbrauchermessen
- ▶ Ausgabe bei allen Lehrgängen und Veranstaltungen des DHB – Netzwerk Haushalt
- ▶ Generationenübergreifende Weitergabe innerhalb der Familie



- ▶ Einzelbezug € 3,80 (inkl. Porto/MwSt.)
- ▶ Abonnement € 3,40 (inkl. Porto/MwSt.)

Für Mitglieder ist die Bezugsgebühr im Mitgliedsbeitrag enthalten.

Was macht das DHB-Magazin so besonders?

Stärken des Magazins

- ▶ Hohe Zielgruppengenauigkeit ohne Streuverlust
- ▶ Sichere Kernleserschaft durch emotionale Zugehörigkeit
- ▶ Zugang zu 32 000 Haushalten
- ▶ Starke Leser-Blatt-Bindung
- ▶ Hohe Glaubwürdigkeit

Erscheinungsweise

- ▶ 6-mal jährlich
- ▶ postalische Zustellung

Werbewirksame Themen

- ▶ Ernährung
- ▶ Erziehung
- ▶ Gesundheit
- ▶ Hygiene
- ▶ Mode
- ▶ Kosmetik
- ▶ Haushaltsgeräte
- ▶ Wohnkultur
- ▶ Altersvorsorge
- ▶ Versicherungen
- ▶ Reisen



Anzeigenpreisliste

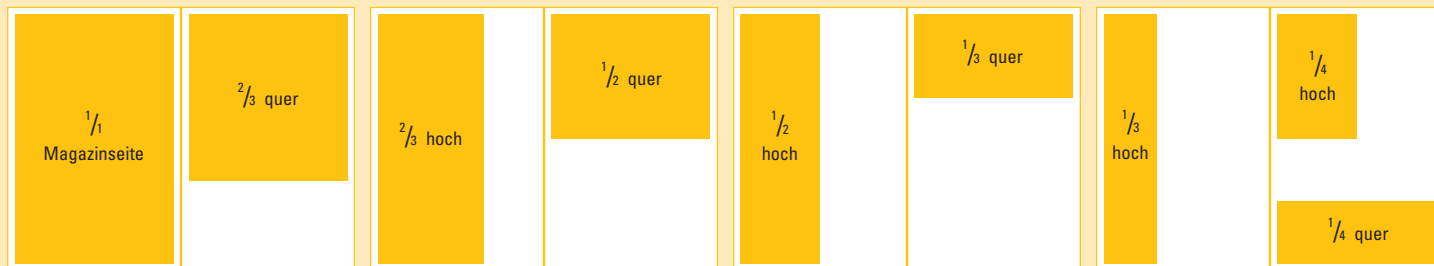
- | | | | | | | |
|-----------------------|--|--------|--------------------------------------|---|---|---------|
| ▶ Grundpreis | je Spalte und je mm Höhe (Spaltenbreite 60 mm) | € 3,65 | ▶ Beilagen | bis 25 g Gewicht | ‰ | € 65,00 |
| ▶ Vorzugspreise | für Standardformate siehe Tabelle | | | zuzüglich Portomehraufwand
Format max. 205 mm x 275 mm
Bei Gewichtsüberschreitung Mehrpreis auf
Anfrage (Muster grundsätzlich erbeten) | | |
| ▶ Rubrikanzeigen | Reise + Erholung (Mindesthöhe: 12 mm) | € 2,30 | ▶ Warenproben | auf Anfrage | | |
| ▶ Sonderplatzierungen | Umschlagseiten außer Titel
Seite 2 und letzte Seite +25 % auf den
s/w-Grundpreis
Festplatzierung +20 % auf den s/w-Grundpreis | | ▶ Agentur-Provision | 10 % für Anzeigen, 10 % für Beilagen
(ohne Portomehraufwand) | | |
| ▶ Farbzuschläge | 30 % je Skalensfarbe auf den s/w-Grundpreis,
Farbzuschläge ohne Nachlässe und Agentur-
Provision, Sonderfarben auf Anfrage | | ▶ Die jeweils gültige Mehrwertsteuer | wird zusätzlich berechnet. | | |
| ▶ Sonstige Zuschläge | angeschnittene Anzeigen 10 % Aufschlag auf
s/w-Grundpreis | | ▶ Bankverbindung | Deutsche Bank AG, Filiale Bergisch Gladbach
Nr. 6 311 930, BLZ 370 700 60

Kreissparkasse Köln,
Hauptzweigstelle Bergisch Gladbach
Nr. 0 311 000 061, BLZ 370 502 99 | | |
| ▶ Nachlässe | bei Vorausbuchung (Abnahme innerhalb von
12 Monaten)
ab 3 Anzeigen 3 %
ab 5 Anzeigen 5 %
ab 10 Anzeigen 10 % | | ▶ Zahlungsbedingungen | Für Auslandsüberweisungen
IBAN: DE 65 3705 0299 0311 000061
SWIFT-BIC: COKSDE 33

bis 8 Tage nach Rechnungsdatum rein netto
2 % Skonto bei Bankeinzug (Postgebühren
für Beilagen sind nicht skontierungsfähig).
Erfüllungsort und Gerichtsstand
Bergisch Gladbach | | |

Standardformate zu Vorzugspreisen

Anzeigenformate ohne Anschnitt. Anzeigenformate mit Anschnitt auf Anfrage



Formate	Breite mm	Höhe mm	Grundpreis	2-farbig Skala	3-farbig Skala	4-farbig Skala
$\frac{1}{1}$ Magazinseite	188	250	1 850 €	2 349 €	2 849 €	3 348 €
$\frac{2}{3}$ Magazinseite quer	188	167	1 235 €	1 568 €	1 902 €	2 235 €
$\frac{2}{3}$ Magazinseite hoch	124	250	1 220 €	1 549 €	1 878 €	2 208 €
$\frac{1}{2}$ Magazinformat quer	188	123	925 €	1 175 €	1 425 €	1 675 €
$\frac{1}{2}$ Magazinformat hoch	92	250	925 €	1 175 €	1 425 €	1 675 €
$\frac{1}{3}$ Magazinformat quer	188	85	620 €	788 €	955 €	1 123 €
$\frac{1}{3}$ Magazinformat hoch, schlank	60	250	583 €	740 €	898 €	1 055 €
$\frac{1}{4}$ Magazinformat hoch	92	123	470 €	597 €	724 €	851 €
$\frac{1}{4}$ Magazinformat quer	188	60	465 €	591 €	716 €	842 €

Die Einschaltkosten für Formate nach Ihren individuellen Wünschen berechnen wir gerne für Sie.

Bitte rufen Sie an: Joh. Heider Verlag GmbH, Renate Arenz, Susanne Krausewitz, Tel.: (0 22 02) 95 40-3 35, Fax: (0 22 02) 2 15 31.

Preise in € zzgl. MwSt.

Redaktionelle Anzeigen

Die kreative Werbeform im DHB-Magazin

Anspruchsvolle redaktionelle Anzeigen informieren und unterhalten. Präsentieren Sie Ihre Produkte doch mal von einer anderen Seite!

Der PR-Text ist das richtige Format dafür. Anhand Ihres Textes und Ihres Bildmaterials gestalten wir die gewünschten Seiten anschaulich und ansprechend.

1/1 Magazinseite

(als Anzeige gekennzeichnet)

3 348,00 €

PR-Paket

Anzeige oder Beilage
inklusive redaktionelle Anzeige

5 000,00 €

Warenproben im DHB-Magazin

- ▶ Erreichen Sie Ihre Zielgruppe direkt und ohne Streuverlust
- ▶ Testen Sie Ihr Produkt im privaten Umfeld des Konsumenten
- ▶ Überzeugen Sie den Verbraucher von der Qualität Ihrer Produkte
- ▶ Steigern Sie den Erfolg bei Produkteinführungen
- ▶ Gewinnen Sie neue Kunden

Preis auf Anfrage



Digitale Druckunterlagen & technische Daten

Heftformat	Höhe 280 mm, Breite 210 mm
Satzspiegel	Höhe 250 mm, Breite 188 mm entsprechend 3 Spalten à 60 mm Breite
Druckverfahren	Offsetdruck
Druckunterlagen	Druckunterlagen in Datenform. Vierfarbanzeigen müssen im CMYK-Modus angelegt sein. Für Vierfarbanzeigen erbitten wir einen farbverbindlichen Andruck.
Dateiformate	QuarkXpress bis 8 (Win) QuarkXpress bis 6 (Mac) Adobe InDesign CS 4 (Win) Adobe InDesign bis CS 3 (Mac) Adobe Illustrator CS 2 (Win und Mac) Adobe PDF Dokumente als EPS oder TIFF gespeichert. Weitere auf Anfrage. Alle Schriften und Bilder (Fotos, Grafiken, Logos) müssen dem Dokument beigelegt werden.
Raster	s/w-Anzeigen und Farbanzeigen bis 80er-Raster

Datenübertragung Über ISDN können dem Verlag die Daten sowohl über den Macintosh als auch über den PC zugesandt werden. Wir bitten Sie unbedingt, Ihre Datenübermittlung telefonisch unter (0 22 02) 95 40 50 anzukündigen und einen Ausdruck per Fax (0 22 02) 2 15 31 zu senden.

**ISDN-PC
ISDN-Mac
Fax
FTP**

(0 22 02) 9 54 05 50 (Eurofiletransfer)
(0 22 02) 9 54 05 56 (Leonardo)
(0 22 02) 9 54 09 91

Bei größeren Datenmengen stellen wir Ihnen gerne unseren FTP-Server zur Verfügung. Benutzernamen und Kennwörter erfragen Sie bitte unter Telefon (0 22 02) 95 40-5 94.

Datenträger

CD-ROM
DVD
Weitere auf Anfrage

Wichtiger Hinweis

Anzeigen, die als EPS-, PDF- oder TIFF-Datei bei uns eingehen, können nicht geändert werden. In diesem Fall kann eine Garantie für das Druckergebnis nicht gewährleistet werden.

**Versandadresse
für Druck-
unterlagen
und Beilagen**

Joh. Heider Verlag GmbH
Paffrather Straße 102–116
51465 Bergisch Gladbach
Telefon (0 22 02) 95 40-35
Telefax (0 22 02) 2 15 31

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

I. Definitionen

1. Anzeigenauftrag im Sinne dieser AGB ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbetreibenden (Auftraggeber) in einer Druckschrift oder einem sonstigen Medium zum Zwecke der Verbreitung.
2. Beilagenauftrag im Sinne dieser AGB ist der Vertrag über die Beilage eines oder mehrerer vom Werbetreibenden (Auftraggeber) zu stellenden oder aufgrund eines gesonderten Auftrages von dem Verlag (Auftragnehmer) zu erstellenden Beilage zu einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung.
3. Abrufauftrag im Sinne dieser AGB ist der Auftrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen, wobei der Auftraggeber die einzelne Anzeige jeweils gesondert abrufen kann.
4. Textteilanzeigen sind solche Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text oder den Rand und nicht an andere Anzeigen angrenzen.

II. Vertragsschluss

1. Ein Vertrag kommt dadurch zustande, dass der Auftraggeber einen entsprechenden Auftrag erteilt und der Verlag diesen annimmt. Die Annahme kann auch dadurch erfolgen, dass der Auftrag innerhalb der im Auftrag genannten Frist oder, wenn eine solche nicht bestimmt ist, innerhalb der nächsten drei Ausgaben der entsprechenden Druckschrift veröffentlicht wird.
2. Bestätigt der Verlag den Auftrag unter Benennung eines bestimmten Veröffentlichungsdatums oder einer bestimmten Veröffentlichungsfrist, so kommt der Vertrag entsprechend zustande, wenn nicht der Auftraggeber innerhalb **einer** Woche, spätestens aber vor dem (aus den Mediadaten ersichtlichen) Anzeigenschluss des mitgeteilten Veröffentlichungstermins widerspricht.
3. Ein Beilagenauftrag kommt – auch wenn der Auftragnehmer diesen bestätigt hat – erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und Billigung dieses Musters durch den Auftragnehmer und dem Herausgeber zustande. Die Billigung kann entsprechend Ziffer 1 durch Ausführung der Beilage erfolgen.
4. Aufträge, die bei Vermittlern, Agenturen oder Annahmestellen erteilt werden, bedürfen in jedem Fall der Annahme durch den Auftragnehmer selbst.
5. Ein Abrufauftrag ist – wenn nicht ausdrücklich etwas anderes vereinbart wird – innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln. Innerhalb dieser oder der ausdrücklich vereinbarten Frist kann der Auftraggeber über die vereinbarte Anzahl hinaus zusätzliche Anzeigen abrufen.
6. Der Auftragnehmer ist berechtigt, die Veröffentlichung von Anzeigen oder Beilagen – auch nach rechtsverbindlichem Vertragsschluss – abzulehnen, wenn deren Veröffentlichung wegen des Inhalts oder der Herkunft dem Auftragnehmer oder dem Herausgeber des Mediums nicht zuzumuten sind. Dies gilt auch, wenn Anzeigen oder Beilagen gegen gesetzliche, behördliche oder postalische Vorschriften oder die guten Sitten verstoßen, insbesondere auch wenn die Gefahr von Wettbewerbs- oder Urheberrechtsverstößen besteht.

7. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen.
8. Durch Beilagen entstehende Porto(mehr-)kosten trägt der Auftraggeber. Diese werden durch den Auftragnehmer gesondert in Rechnung gestellt und sind im Voraus zu zahlen.

III. Abwicklung

1. Für die Aufnahme von Anzeigen oder Beilagen in bestimmte Ausgaben, bestimmte Nummern oder an bestimmten Stellen wird keine Gewähr geleistet, es sei denn, dass dies ausdrücklich zum zwingenden Bestandteil des Vertrages gemacht und vom Auftragnehmer bestätigt wurde.
2. Bei Rubrik-Anzeigen gewährleistet der Auftragnehmer die Veröffentlichung in der entsprechenden Rubrik.
3. Für die rechtzeitige und technisch verwendbare Bereitstellung des Anzeigentextes, der Anzeigenvorlage oder der Beilage ist der Auftraggeber verantwortlich. Sind Mängel dieser Vorlagen für den Auftragnehmer erkennbar, so fordert er Ersatz an.
4. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichem Wunsch geliefert. In diesem Fall ist der Auftraggeber verpflichtet, den Probeabzug unverzüglich zu prüfen und etwaige Mängel oder Änderungswünsche mitzuteilen. Erfolgt eine Rüge oder ein Änderungswunsch nicht innerhalb der mitgeteilten Frist, gilt der Probeabzug als genehmigt.
5. Ist eine Anzeigengröße nicht ausdrücklich vereinbart, so erfolgt der Abdruck in dem Anzeigeninhalt entsprechender, üblicher Größe.
6. Anzeigenbelege werden gemäß der Vereinbarung im Anzeigenvertrag geliefert.
7. Druckvorlagen werden nur auf Anforderung zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung durch den Auftragnehmer endet drei Monate nach Ablauf des Auftrags.
8. Die Kosten für die Anfertigung der Druckunterlagen (Filme, Proofs etc.) gehen zulasten des Auftraggebers. Dies gilt auch für sämtliche Kosten, die durch vom Auftraggeber verursachte Änderungen entstehen.
9. Zeitschriften auf Chiffreanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Werden sie innerhalb dieser Frist nicht abgeholt, wird der Auftragnehmer sie vernichten. Ist eine postalische Wetersendung von Zuschriften ausdrücklich vereinbart, so werden alle Zuschriften – auch wenn diese per Fax, Eilbrief oder per Einschreiben eingehen – nur per normaler Post weitergeleitet. Der Auftragnehmer sammelt diese und leitet die Zuschriften einmal wöchentlich weiter. Der Auftragnehmer hat das Recht, eingehende Zuschriften stichprobenweise zu öffnen, um einen Missbrauch des Chiffredienstes auszuschließen.
10. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung als solche nicht erkennbar sind, werden von dem Auftragnehmer deutlich mit dem Hinweis „Anzeige“ gekennzeichnet.
11. Kann ein vereinbarter Termin wegen Streik, Aussperrung, sonstigen Betriebsstörungen oder einem sonstigen Fall höherer Gewalt nicht eingehalten werden, so ist der Auftrag zum nächstmöglichen Termin auszuführen; kann eine spätere Ausführung den Zweck nicht erreichen, kann der Auftraggeber den Vertrag kündigen. Weitere Rechte stehen dem Auftraggeber nicht zu. Ein Anspruch des Auftraggebers wg. Verzögerungsschäden oder entgangenem Gewinn ist ausgeschlossen.

IV. Haftung

1. Der Auftragnehmer ist nicht verpflichtet, zur Verfügung gestellte Vorlagen auf Richtigkeit zu prüfen. Der Auftragnehmer gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
2. Wird eine Anzeige trotz ordnungsgemäßer Vorlage fehlerhaft, unleserlich oder unvollständig veröffentlicht, so hat der Auftraggeber zunächst nur Anspruch auf Nachbesserung in Form der Schaltung einer Ersatzanzeige. Weist der Auftraggeber nach, dass die Schaltung der Ersatzanzeige den Anzeigenzweck vereitelt, hat er Anspruch auf angemessene Minderung; dies gilt allerdings nur, wenn die Ersatzanzeige auch bei unverzüglicher Reklamation des Auftraggebers bereits den Zweck nicht mehr hätte erfüllen können.
3. Bei Wiederholungs- oder Abrufanzeigen hat der Auftraggeber die erschienenen Anzeigen zu prüfen und ggf. vor Erscheinen der nächsten Anzeige zu rügen. Kommt der Auftraggeber dieser Rückpflicht nicht nach, so kann er aus einem wiederholten Abdruck der fehlerhaften Anzeige keine Rechte herleiten.
4. Bei telefonisch oder mündlich aufgegebenen Anzeigen haftet der Auftragnehmer nicht für Übermittlungs- oder Verständnisfehler. Diese gehen allein zulasten des Auftraggebers.
5. Der Auftragnehmer haftet nicht für durch die Anzeige oder Beilage erfolgte Rechtsverstöße, insbesondere Wettbewerbs- oder Urheberrechtsverletzungen. Wird der Auftragnehmer durch Dritte wegen solcher Verstöße in Anspruch genommen, so hat der Auftraggeber ihn von allen Ansprüchen und Kosten freizustellen. Wird der Auftragnehmer verpflichtet, eine Gegen-darstellung oder Richtigstellung abzdrukken, so hat der Auftraggeber diese auf Basis der aktuellen Anzeigenpreise zu bezahlen.
6. Eine nicht unerhebliche Minderung der Auflage berechtigt den Auftraggeber lediglich zu einer angemessenen Preisminderung. Eine Auflagenminderung ist nicht unerheblich, wenn sie bei einer Sollauflage von
 - bis zu 50 000 mehr als 20 %
 - 50 000 bis zu 100 000 mehr als 15 %
 - 100 000 bis zu 500 000 mehr als 10 %
 - 500 000 und höher mehr als 5 % beträgt.Die Sollauflage ist die vertraglich vereinbarte, mangels Vereinbarung in der gültigen Preisliste angegebene Auflage. Weitere Ansprüche sind grundsätzlich ausgeschlossen. Dies gilt jedenfalls dann, wenn der Auftragnehmer den Auftraggeber so rechtzeitig vom Absinken der Auflage in Kenntnis gesetzt hat, dass dieser den Auftragnehmer zurücknehmen konnte.
7. Schadenersatzansprüche des Auftraggebers oder Dritter werden grundsätzlich ausgeschlossen; dies gilt nicht
 - bei vorsätzlich oder grob fahrlässig verursachtem Schaden,
 - bei leicht fahrlässiger Verletzung wesentlicher Vertragspflichten, auch durch gesetzliche Vertreter oder Erfüllungsgehilfen des Auftragnehmers; insoweit haftet er nur auf den nach Art des Produkts vorhersehbaren, vertragstypischen, unmittelbaren Durchschnittsschaden,
 - im Falle schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit des Auftraggebers,

– bei arglistig verschwiegenen Mängeln und übernommener Garantie für die Beschaffenheit der Ware.

8. Ist der Auftraggeber Unternehmer, so hat er in entsprechender Anwendung der §§ 377, 378 HGB die Anzeige oder Beilage unverzüglich nach Erhalt oder Veröffentlichung zu prüfen und etwaige Mängel unverzüglich zu rügen; andernfalls ist er mit Gewährleistungsansprüchen wegen Mängeln, die er bei einer Prüfung hätte erkennen können, ausgeschlossen.

V. Preise/Zahlung

1. Es gelten grundsätzlich die aus der aktuellen Preisliste ersichtlichen Preise, sofern nicht im Einzelfall etwas Abweichendes vereinbart wird.
2. Ist der Auftraggeber Erstkunde, so hat er für den Anzeigen- oder Beilagenauftrag Vorauszahlung zu leisten.
3. Werden Mengenrabatte, Preisnachlässe bei Wiederholungsanzeigen oder Ähnliches vereinbart und wird die vereinbarte Menge oder Anzahl aus Gründen, die der Auftragnehmer oder seine Erfüllungsgehilfen nicht zu vertreten haben, nicht erreicht, so hat der Auftraggeber die der tatsächlichen Anzahl oder Menge entsprechenden Preise zu entrichten.
4. Soweit keine Vorauszahlung geleistet wurde, sind alle Rechnungsbeträge binnen acht Tagen ab Zugang der Rechnung zu zahlen; mit Ablauf dieser Frist kommt der Auftraggeber ohne Mahnung in Verzug und schuldet den gesetzlichen Verzugszins.
5. Befindet sich der Auftraggeber mit einer oder mehreren Zahlungen in Verzug, so kann der Auftragnehmer weitere Leistungen von Vorauszahlungen abhängig machen. Dies gilt auch, wenn der Auftraggeber sich zwar nicht aktuell in Verzug befindet, er jedoch in der Vergangenheit mindestens zweimal, oder mindestens einmal mehr als vier Wochen in Verzug geraten ist.
6. Werbeagenturen oder Vermittler sind verpflichtet, sich bei den Preisen gegenüber ihren Kunden an die jeweils aktuelle Preisliste des Auftragnehmers zu halten. Die vom Auftragnehmer gewährte Provision darf nicht, auch nicht teilweise, an den Kunden weitergegeben werden.

VI. Sonstiges

1. Ist der Auftraggeber Kaufmann, eine juristische Person des öffentlichen Rechts oder ein öffentlich-rechtliches Sondervermögen oder hat er im Inland keinen allgemeinen Gerichtsstand, so ist der Sitz des Auftragnehmers Erfüllungsort und Gerichtsstand.
2. Es wird die Anwendung deutschen Rechts vereinbart.
3. Sollten eine oder mehrere Bestimmungen dieser AGB unwirksam sein oder werden, so bleiben die übrigen Regelungen bestehen.

Herausgeber

DHB – Netzwerk Haushalt
Berufsverband der
Haushaltsführenden e. V. Bonn
Coburger Straße 19
53113 Bonn
(bis 2009 Deutscher
Hausfrauen-Bund)
www.dhb-netzwerk-haushalt.de

Redaktion

Redaktion DHB-Magazin
c/o Mediacompany GmbH
Auguststraße 29
53229 Bonn
Tel. (02 28) 9 09 66 19
Fax (02 28) 9 09 66 33
E-Mail magazin@mediacompany.com

Verlag Anzeigen- und Beilagenverwaltung

Joh. Heider Verlag GmbH
Paffrather Straße 102–116
51465 Bergisch Gladbach
Tel. (0 22 02) 95 40-3 35
Fax (0 22 02) 2 15 31
E-Mail dhb@heider-verlag.de



Wir feiern
das Jubiläum
10 Jahre
DHB-Magazin

€ 10,-
DHB-Magazin
DHB-Magazin
DHB-Magazin

€ 44,-
DHB-Magazin
DHB-Magazin
DHB-Magazin

01805 708 111
www.peterhahn.de

Peter Hahn
www.peterhahn.de



**ICH MAG
KNALLBUNTE FARBEN.
BESONDERS IN LISAS GESICHT.**

**Persil GOLD COLOR-GEL.
DAS PRÄZIS ZUM WÄSCHEN.**



HOMANN
So einfach wie
HOMANNOMANN.
macht der mich an!
HOMANN *Deliziosa*
jetzt hat noch mehr drin.

HOMANN
Fleischsalat
1,5 l



Ebbly Sonnenweizen –
Tun Sie sich den Geruch der Sonne nach Hause

Präzise in Ordnung
mettlichschen Pomer

Probleme:
• 2,5 g Zucker pro 100 g
• 1,5 g Fett pro 100 g
• 1,5 g Salz pro 100 g



FROSA

**Natur braucht
keine Nachhilfe**



Schneller erschöpft? Leicht auf Atem?

Crataegutt
NOVO HERB

**Stärkt das Herz
und gibt Ihnen
mehr Kraft**

Crataegutt
Mehr Kraft fürs Leben.