



Das offizielle Messemagazin zur Heimtextil, Christmasworld,  
Paperworld, Ambiente und Tendence  
*The official trade fair magazine for Heimtextil, Christmasworld,  
Paperworld, Ambiente and Tendence*

## ■ Inhalt

	Seite
<b>1</b> TOP FAIR Profil .....	3
<b>2</b> Positionierung der TOP FAIR Messemagazine .....	4
<b>3</b> Auflagen und Termine .....	8/9
<b>4</b> Verlagsangaben .....	10
<b>5</b> Technische Daten .....	11
<b>6</b> Anzeigenformate und -preise .....	12 – 16
<b>7</b> Stellenmarkt .....	17
<b>8</b> Formatbeispiele .....	18/19
<b>9</b> Geschäftsbedingungen .....	20
<b>10</b> Ansprechpartner .....	24

## ■ Contents



	Page
<b>1</b> TOP FAIR editorial profile .....	3
<b>2</b> Positionierung der TOP FAIR Messemagazine .....	6
<b>3</b> Circulation and dates .....	8/9
<b>4</b> Publishing information .....	10
<b>5</b> Technical data .....	11
<b>6</b> Advertisement formats and prices ..	12 – 16
<b>7</b> Job market .....	17
<b>8</b> Format examples .....	18/19
<b>9</b> General Terms and Conditions .....	22
<b>10</b> Contacts .....	24

# 1 Redaktionelles Profil

TOP FAIR ist das offizielle Messemagazin zur **Heimtextil, Christmasworld, Paperworld, Ambiente, Tendence** in Frankfurt:

- TOP FAIR wird täglich von Hostessen an die Fachbesucher verteilt
  - **Vorabversand 8 Tage vor der Messe an nationale und internationale Chefeinkäufer**
  - **Hotelverteilung in Frankfurt**
  - In TOP FAIR finden Sie Trendthemen zu allen Messebereichen, Special events, Produktneuheiten, Firmenprofile, Ausstellerliste und Geschäftskontakte
    - TOP FAIR Stellenmarkt
    - **TOP FAIR ist zweisprachig: deutsch und englisch**



# 1 Editorial profile



TOP FAIR is the official trade fair magazine for **Heimtextil, Christmasworld, Paperworld, Ambiente, Tendence** in Frankfurt:

- TOP FAIR is distributed everyday by hostesses to visitors of the fair
- **TOP FAIR is mailed to national and international retailers 8 days ahead of the fair**
- **Hotel distribution in Frankfurt**
- In TOP FAIR you will find up-to-date topics covering all aspects of the fair: special events, product news, company profiles, a list of exhibitors and business contacts
- TOP FAIR Job market
- **TOP FAIR is published in German and English**

## 2 Positionierung der TOP FAIR Messemagazine



Die Messe bringt die Fachbesucher auf das Messegelände. Um diese aber auf den eigenen Stand zu bekommen, muss der Aussteller selbst etwas tun.

Seit über 25 Jahren gibt die Messe Frankfurt im eigenen Verlag Messemedien für Aussteller und Besucher heraus. Damit wird das Unternehmensziel der Messe Frankfurt unterstützt, die beiden Geschäftspartner „Besucher und Aussteller“ zum Zeitpunkt der Veranstaltung zusammenzubringen. Ganz nebenbei erweisen sie sich als erfolgreiche Medien zur Neukundengewinnung und Kundenbindung.

### Was leisten Fachzeitschrift und Messepublikation?

#### Fachzeitschriften

- befassen sich in der Regel mit einem klar eingegrenzten Fachgebiet und richten sich an meist nationale und fachlich orientierte Leser. Im Fokus stehen Wissensvermittlung und Weiterbildung innerhalb der Branche.
- zeichnen sich durch eine regelmäßige Erscheinungsweise und ihren kostenpflichtigen Vertrieb über Abonnements und Kioske aus.
- waren 2009 in Deutschland – laut dem Verband Deutscher Zeitschriftenverleger – mit rund 3.800 Titeln und einer Gesamtauflage von etwa 12 Millionen Exemplaren erhältlich (IWW 01/2010). Es gibt somit eine breit gefächerte und hohe Titelzahl mit jeweils kleiner Auflage (durchschnittlich rund 3.200 Exemplare).
- erreichen rund um die Veranstaltungsthemen der Messe Frankfurt mit durchschnittlich ca. 13.000 Exemplaren eine größere Leserschaft, liegen aber dennoch deutlich unter den Auflagen der Messepublikationen.
- haben in der Regel eine national ausgerichtete Verbreitung
- bieten Ausstellern eine Plattform für ihre ganzjährige Öffentlichkeitsarbeit, für die Produktwerbung und zur Imagebildung

#### Messepublikationen

- zeichnen sich in der Regel durch eine wesentlich höhere Auflage (20.000 – 100.000 Exemplare) aus.
- erscheinen zum Zeitpunkt der Messe und werden direkt auf dem Messegelände an die Besucher kostenfrei verteilt.
- erreichen mit ihrer konsequenten Zweisprachigkeit ein internationales Fachpublikum. Der Internationalitätsgrad der Messen in Frankfurt betrug 2010 bis zu 64 % und bietet damit ein hohes Potential an neuen, bisher unbekanntem Kunden.
- zeichnen sich durch einen journalistisch aufbereiteten eventspezifischen Inhalt aus. Der Schwerpunkt liegt auf den Produktneuheiten und den ausstellenden Firmen. Ziel ist es, dass sich die Leser zum Besuch der vorgestellten Ausstellungsstände entscheiden – und gegebenenfalls Produktorder tätigen.
- sind stilistisch und grafisch hochwertig gestaltet. Sie entsprechen dem jeweiligen Zeit- und Designgeist und haben einen seriösen Charakter.
- verfügen aufgrund ihrer langjährigen Publikationsgeschichte und der Kompetenz der Verleger über eine hohe Glaubwürdigkeit bei allen Gruppen der ausstellenden Wirtschaft.

### **TOP FAIR, die absolut notwendige Ergänzung zur Fachzeitschrift**

Betrachtet man die jeweilige Ausrichtung wird deutlich, dass es hier nicht um ein „Entweder-oder“ gehen kann. Viel eher stellt TOP FAIR eine ideale Ergänzung zur Fachmedien-Strategie zum Zeitpunkt der Veranstaltung dar.

Der Einsatz der Fachpresse ist für Aussteller ebenso unverzichtbar wie für die Messe selbst. Aussteller nutzen erfolgreich Fachzeitschriften für die eigene ganzjährige Öffentlichkeitsarbeit und erreichen damit eine vorwiegend nationale, relativ homogene businessorientierte Branchen-Zielgruppe.

Die Messe nutzt besonders im Vorfeld der Veranstaltung die Fachmedien für ihre umfangreichen Marketing-Maßnahmen, um den Bekanntheitsgrad und die Anzahl ihrer Fachbesucher zu steigern. Neben ganzjähriger Pressearbeit und Anzeigen in Fach- und Publikumzeitschriften sorgen Direktwerbung, Internetpräsenz und Online-Marketing sowie regionale und überregionale Außenwerbung für eine breite Resonanz in den Medien und ziehen Besucher in beträchtlicher Zahl an den Messeplatz.

Allerdings kann der Veranstalter nur für die Messe oder die Ausstellung insgesamt werben – nicht für den einzelnen Aussteller!

Genau hier können Messemedien wie das Magazin TOP FAIR die zwingend notwendigen Marketing-Maßnahmen des Ausstellers treffsicher und punktgenau am „Point of Interest“ ergänzen. TOP FAIR entfaltet seine Wirkung und Anziehungskraft, wenn die Besucher sich bereits für den Messebesuch entschieden haben bzw. auf der Messe eintreffen.

Untersuchungen des AUMA (Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e. V.) zeigen, dass 90 % aller Fachbesucher ihren Messebesuch gezielt planen. Nur so gelingt es, auf einer Ausstellungsfläche von insgesamt 220.000 Quadratmetern in 11 Hallen den Überblick zu behalten.

**Die letzte Möglichkeit, um die Schritte der Besucher doch noch an den eigenen Messestand umzulenken, stellt eine gezielte Marketing-Maßnahme in der offiziellen Messepublikation TOP FAIR dar.**

## 2 Positioning of TOP FAIR, the trade fair magazine



**It is the job of the trade fair organiser to draw visitors to the exhibition grounds. To make sure that these visitors come to their stands, the exhibitors need to take certain actions themselves.**

For over 25 years Messe Frankfurt has published trade fair magazines for exhibitors and visitors and, to this end, even has its own publishing company. These publications support Messe Frankfurt in the achievement of its corporate goal which aims to bring together at the trade fair grounds its two business partners: the visitors and the exhibitors. At the same time, these publications have proven to be an excellent medium with which exhibitors can acquire new customers and build customer loyalty.

### **What functions do trade journals and trade fair publications have?**

#### Trade journals

Trade journals usually deal with a clearly defined specialist field and are typically aimed at a national readership of professionals in that particular field. Their main focus is on imparting facts, news and skills within the industry.

They are published regularly and are sold by means of subscription and via newsagents.

According to the Association of German Magazine Publishers (VDZ) in Germany in 2009 there were about 3,800 different trade journals with a total circulation of some 12 million (IVW 01/2010). This means that there are a large number of different magazines dealing with a wide range of different subjects, all with relatively small circulations (on average 3,200 copies).

The trade journals that deal with the same themes as covered by the Messe Frankfurt trade fairs attract a wider readership with an average of some 13,000 copies per title, nevertheless this is considerably less than the circulation of our trade fair magazines.

Trade journals are typically only sold nationwide

Trade journals provide exhibitors with a platform for their year-round promotional, publicity, advertising and corporate image-building activities.

#### Trade fair publications

Typically trade fair publications are notable for having significantly higher circulations (20,000 – 100,000 copies).

They are published specifically at the time of a particular trade fair and are distributed free of charge at the trade fair to visitors to the fair.

With their bilingual format trade fair publications address an international audience of professionals. In 2010 64% of visitors to the trade fairs in Frankfurt came from abroad. These fairs thus offer an excellent opportunity for new customer contacts.

Trade fair publications are noted for their professional journalism and their event-specific content. The main focus of the editorial content is on new products and on the exhibitors at the respective fair. The ultimate aim of these magazines is to encourage readers to visit the stands of – and possibly even place orders with – the exhibitors who are presented in the magazine.

The trade fair magazines are noted for their style and high quality graphic design. They reflect current trends in graphic design and have a serious and professional appearance.

They carry great credibility with exhibitors from all sectors of the economy, drawing on the experience and competence of the publisher.

### **TOP FAIR offers a necessary complement to the trade journal**

Bearing in mind these different focuses, it is hard to avoid the conclusion that it is not a question of “either-or”. TOP FAIR is the ideal complement to your publicity strategy with respect to the print media – in the run-up to and during the trade fair itself.

Trade journals are as indispensable for exhibitors as they are for the trade fair organiser. Exhibitors use successful trade journals for their year-round promotional and publicity activities and in so doing reach a predominantly domestic and relatively homogenous industry-based target group.

Particularly in the run up to the trade fairs, the organiser uses the trade journals for its various marketing activities in order to raise awareness of the upcoming fairs and increase the number of visitors from the trade. Along with year-round public relations activities and advertisements in trade journals and consumer magazines, a combination of direct advertising, Internet presence, online marketing, and regional and nationwide outdoor advertising ensures widespread media coverage and draws large numbers of visitors to the trade fairs.

Nevertheless, the organiser can only promote the trade fair as a whole - not the individual exhibitors!

This is where trade fair magazines such as TOP FAIR come in: they can complement the marketing activities of the organiser exactly where it is necessary - directly at the “Point of Interest”. TOP FAIR is at its most effective when buyers have already decided to attend the fair or even as they arrive at the exhibition grounds.

Surveys conducted by AUMA (Association of the German Trade Fair Industry) have revealed that 90 % of all visitors to trade fairs plan their visits meticulously. After all, that is quite simply the only way of keeping your bearings at a trade fair that covers an area of 220,000 square metres and 11 different exhibition halls.

**Targeted advertising in TOP FAIR, the official trade fair magazine, provides you with one last chance of ensuring that visitors change their routes and pay a visit to your stand.**

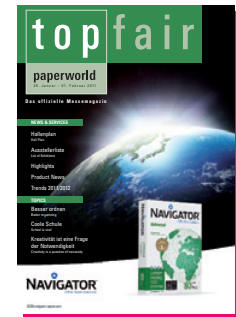
### 3 Auflagen und Termine Circulation and dates 2012



heimtextil



christmasworld



paperworld

Termin / Date	Heimtextil 11.01. – 14.01.2012	Christmasworld 27.01. – 31.01.2012	Paperworld 28.01. – 31.01.2012
Sprache / Language	deutsch/englisch German/English	deutsch/englisch German/English	deutsch/englisch German/English
Druckauflage / Number of printed copies	33.000	22.000	22.000
Vorabversand und Online-Versand Premailing and online distribution	–	4.000	4.000
Hotelverteilung / Hotel distribution	1.500	1.500	1.500
Ausstellerverteilung ca. / Exhibitors distribution approx.	2.500	1.000	3.200
Erscheinungstermin / Date of publication	09.01.2012	18.01.2012	18.01.2012
Anzeigenschluss / Advertising deadline	11.11.2011	25.11.2011	25.11.2011
Druckunterlagenschluss (Profile/PN) / Print material deadline (Profiles/PN)	16.11.2011	28.11.2011	29.11.2011
Druckunterlagenschluss (Anzeigen) / Print material deadline (Ads)	23.11.2011	05.12.2011	06.12.2011
Anzeigenformate und -preise / Advertisement formats and prices	siehe Seite 12 / see page 12	siehe Seite 13 / see page 13	siehe Seite 14 / see page 14
Stellenmarkt / Job market	siehe Seite 17 / see page 17	siehe Seite 17 / see page 17	siehe Seite 17 / see page 17



**ambiente**



**tendence**

<b>Termin / Date</b>	<b>Ambiente 10.02. – 14.02.2012</b>	<b>Tendence 24.08. – 28.08.2012</b>
<b>Sprache / Language</b>	<b>deutsch/englisch German/English</b>	<b>deutsch/englisch German/English</b>
<b>Druckauflage / Number of printed copies</b>	<b>60.000</b>	<b>33.000</b>
<b>Vorabversand und Online-Versand Premailing and online distribution</b>	8.000	4.000
<b>Hotelverteilung / Hotel distribution</b>	1.500	1.500
<b>Ausstellerverteilung ca. / Exhibitors distribution approx.</b>	4.400	2.000
<b>Erscheinungstermin / Date of publication</b>	<b>31.01.2012</b>	<b>14.08.2011</b>
<b>Anzeigenschluss / Advertising deadline</b>	09.12.2011	06.07.2012
<b>Druckunterlagenschluss (Profile/PN) / Print material deadline (Profiles/PN)</b>	13.12.2011	10.07.2012
<b>Druckunterlagenschluss (Anzeigen) / Print material deadline (Ads)</b>	16.12.2011	17.07.2012
<b>Anzeigenformate und -preise / Advertisement formats and prices</b>	siehe Seite 15 / see page 15	siehe Seite 16 / see page 16
<b>Stellenmarkt / Job market</b>	siehe Seite 17 / see page 17	siehe Seite 17 / see page 17

## 4 Verlagsangaben/*Publishing information*



### **Herausgeber** **Publisher**

Messe Frankfurt Medien und Service GmbH  
Publishing Services  
Ludwig-Erhard-Anlage 1  
60327 Frankfurt am Main, Germany  
Telefon/Phone: +49 (0) 69/75 75-55 15  
Telefax/Fax: +49 (0) 69/75 75-68 02  
E-Mail: topfair@messefrankfurt.com  
Internet: www.publishingservices.messefrankfurt.com

### **Mitherausgeber** **Co-Publisher**

Fritsch Publishing  
St.-Paul-Straße 9  
80336 München, Germany  
Telefon/Phone: +49 (0) 89/53 85 98-04  
Telefax/Fax: +49 (0) 89/53 85 98-03  
E-Mail: topfair@fritsch-publishing.de  
Internet: www.topfair.de

Auftragsbestätigung und Rechnungsstellung erfolgt über die  
Messe Frankfurt Medien und Service GmbH  
Ludwig-Erhard-Anlage 1, 60327 Frankfurt am Main, Germany  
Geschäftsführer: Klaus Reinke, Dr. Andreas Winckler  
Amtsgericht Frankfurt am Main, HRB 24768

Es gelten die Geschäftsbedingungen der Messe Frankfurt Medien  
und Service GmbH für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen  
und Zeitschriften (Stand August 2010), siehe Punkt 9

*Order confirmation and invoicing is carried out by  
Messe Frankfurt Medien und Service GmbH,  
Ludwig-Erhard-Anlage 1, 60327 Frankfurt am Main, Germany  
Managing Directors: Klaus Reinke, Dr. Andreas Winckler  
Amtsgericht Frankfurt am Main, HRB 24768*

*The General Terms and Conditions for Advertisements and Enclosures  
in Magazines and Newspapers (Status August 2010) of Messe Frankfurt  
Medien und Service GmbH apply, see point 9*

## 5 Technische Daten

<b>Druckverfahren</b>	Rollenoffset
<b>Papier</b>	Bilderdruck weiß glänzend
<b>Verarbeitung</b>	Klebebindung (Ambiente) Klammerheftung (Christmasworld/Heimtextil/ Paperworld/Tendence)
<b>Raster</b>	60er
<b>Druckunterlagen</b>	Nur digitale Anlieferung. Es muss ein Proof oder eine farb- verbindliche Vorlage (wichtig: auf Originalpapier) mitgeliefert werden, ansonsten wird keine Stand- und Farbverbind- lichkeit übernommen. Euroskala. Sonderfarben (Pantone, HKS) können nicht separat gedruckt werden, sondern müssen in CMYK aufge- baut sein. Bitte beachten Sie, dass der genaue Farbtton einer Sonderfarbe durch Zusammendruck aus der Euroskala nur in wenigen Fällen exakt zu erreichen ist.
<b>Gestaltung</b>	Neusatz bzw. komplette Gestaltung der Anzeige wird zum Selbstkostenpreis weiterberechnet. Umfangreiche sowie auf- wändige Korrekturen werden ebenfalls weiterberechnet.
<b>Digitale Datenübernahme</b>	Druckfähiges PDF mindestens 300 dpi inkl. Beschnittzeichen + 4 mm Beschnitt. Des Weiteren möglich: QuarkXpress, Freehand, Photoshop, inDesign, EPS-Dateien, TIFFs. Alle Schrift-Fonts müssen beigelegt sein.
<b>Onlineübertragung</b>	E-Mail: topfair@fritsch-publishing.de; Server-Upload, Zugangsdaten bitte per Telefon unter +49 (0) 89/53 85 98-00 erfragen
<b>Datenträger</b>	CD/DVD-ROM

Kontakt: **Fritsch Publishing**  
E-Mail: topfair@fritsch-publishing.de  
Tel. +49 (0) 89/53 85 98-00, Fax - 03

## 5 Technical data



<b>Printing process</b>	Rotary offset
<b>Paper</b>	Picture quality printing paper
<b>Processing</b>	Adhesive binding (Ambiente) Stapling (Christmasworld/Heimtextil/Paperworld/Tendence)
<b>Screen</b>	60
<b>Artwork</b>	In digital form only. A proof or a binding colour pattern (important: on original paper) must also be supplied. Otherwise we cannot be bound to produce the reference colour. Euroskala (Euroscale). Special colours (Pantone, HKS) can- not be printed separately. They have to be set up in CMYK. Please observe that the exact shade of a special colour by printing together from the Euroskala can only be accurately achieved in a very few cases.
<b>Design</b>	Re-setting of the advertisement will be invoiced at cost price. Extensive or complicated corrections will also be invoiced at cost price.
<b>Digital data transfer</b>	Printable PDF, at least 300 dpi, including bleed marks + 4 mm additional bleed allowance Also acceptable: QuarkXpress, Freehand, Photoshop, EPS files, TIFFs. All type fonts must be enclosed.
<b>Online data transfer</b>	ISDN (Leonardo), e-mail; Please advise us by telephone before you start to transfer the data. At the same time, please send us a copy of the advertise- ment by fax giving details of the file name so that we have a cross-reference for the online data transfer.
<b>Data carrier</b>	CD/DVD-ROM

Contact: **Fritsch Publishing**  
e-mail: topfair@fritsch-publishing.de  
Phone +49 (0) 89/53 85 98-00, Fax - 03

## 6 Anzeigenformate und -preise Advertisement formats and prices



heimtextil

Formate / formats	Formate im Anschnitt / trim size formats Breite / width		Beschnittzugabe* additional bleed*	Preise sw, 4c prices bw, 4c
1/1 Seite / 1/1 page	210 mm	297 mm	+ 4 mm	€ 4.800,00
1/2 Seite hoch / 1/2 page portrait	105 mm	297 mm	+ 4 mm	€ 2.900,00
1/2 Seite quer / 1/2 page landscape	210 mm	145 mm	+ 4 mm	€ 2.900,00
1/3 Seite hoch / 1/3 page portrait	72 mm	297 mm	+ 4 mm	€ 2.300,00
1/3 Seite quer / 1/3 page landscape	210 mm	94 mm	+ 4 mm	€ 2.300,00
1/4 Seite hoch / 1/4 page portrait	58 mm	297 mm	+ 4 mm	€ 1.900,00
1/4 Seite quer / 1/4 page landscape	210 mm	74 mm	+ 4 mm	€ 1.900,00
2/1 Seite über Bund / 2/1 page over gutter	420 mm	297 mm	+ 4 mm	€ 7.600,00
<b>Titel / Title</b>	auf Anfrage / on request	auf Anfrage / on request	auf Anfrage / on request	€ 12.900,00
<b>Umschlag-Seite 2 + Seite 3 / Cover-page 2 + page 3</b>	420 mm	297 mm	+ 4 mm	€ 9.100,00
<b>Umschlag-Seite 3 / Cover-page 3</b>	210 mm	297 mm	+ 4 mm	€ 5.900,00
<b>Umschlag-Seite 4 / Cover-page 4</b>	210 mm	297 mm	+ 4 mm	€ 8.200,00
<b>Profil 1/1 Seite / Profile 1/1 page</b>	siehe 8. Formatbeispiele (Seite 19) / see 8. Format examples (page 19)			€ 3.000,00
<b>Profil 1/2 Seite / Profile 1/2 page</b>	siehe 8. Formatbeispiele (Seite 19) / see 8. Format examples (page 19)			€ 1.900,00
<b>Product News</b>	siehe 8. Formatbeispiele (Seite 19) / see 8. Format examples (page 19)			€ 740,00
<b>Logo</b>	siehe 8. Formatbeispiele (Seite 19) / see 8. Format examples (page 19)			€ 310,00
<b>Beilage, Beihefter / Inserts, Bound-ins</b>	auf Anfrage / on request	auf Anfrage / on request	auf Anfrage / on request	auf Anfrage / on request
<b>Stellenmarkt / Job market</b>	siehe 7 Stellenmarkt (Seite 17) / see 7 (page 17)			

\* Format im Anschnitt + 4 mm Beschnittzugabe oben, unten und seitlich, Heftformat 210 mm x 297 mm / \* trim size format + 4 mm additional bleed allowance at the top, bottom and sides, bleed size format 210 mm x 297 mm  
**Rabatte:** • Erstbucher-Rabatt 10% nur für Neukunden! • Treue-Rabatt ab der 3. Schaltung 10% / **Discounts:** • for first bookings 10% (for new customers only!) • loyalty discount 10% (after having placed 3 ads)  
**Zuschläge:** • Platzierungsvorgabe + 5% (nur bei Seitenteilanzeigen) / **Charges:** • additional charge for positioning 5% (smaller than 1/1 page) – **Alle Preise gelten zzgl der gesetzlich geltenden MwSt / All prices are subject to VAT.**

## 6 Anzeigenformate und -preise Advertisement formats and prices



christmasworld

Formate / formats	Formate im Anschnitt / trim size formats Breite / width		Beschnittzugabe* additional bleed*	Preise sw, 4c prices bw, 4c
1/1 Seite / 1/1 page	210 mm	297 mm	+ 4 mm	€ 3.400,00
1/2 Seite hoch / 1/2 page portrait	105 mm	297 mm	+ 4 mm	€ 2.000,00
1/2 Seite quer / 1/2 page landscape	210 mm	145 mm	+ 4 mm	€ 2.000,00
1/3 Seite hoch / 1/3 page portrait	72 mm	297 mm	+ 4 mm	€ 1.700,00
1/3 Seite quer / 1/3 page landscape	210 mm	94 mm	+ 4 mm	€ 1.700,00
1/4 Seite hoch / 1/4 page portrait	58 mm	297 mm	+ 4 mm	€ 1.500,00
1/4 Seite quer / 1/4 page landscape	210 mm	74 mm	+ 4 mm	€ 1.500,00
2/1 Seite über Bund / 2/1 page over gutter	420 mm	297 mm	+ 4 mm	€ 5.600,00
Titel / Title	auf Anfrage / on request	auf Anfrage / on request	auf Anfrage / on request	€ 9.200,00
Umschlag-Seite 2 + Seite 3 / Cover-page 2 + page 3	420 mm	297 mm	+ 4 mm	€ 7.300,00
Umschlag-Seite 3 / Cover-page 3	210 mm	297 mm	+ 4 mm	€ 3.800,00
Umschlag-Seite 4 / Cover-page 4	210 mm	297 mm	+ 4 mm	€ 6.000,00
Profil 1/1 Seite / Profile 1/1 page	siehe 8. Formatbeispiele (Seite 19) / see 8. Format examples (page 19)			€ 2.500,00
Profil 1/2 Seite / Profile 1/2 page	siehe 8. Formatbeispiele (Seite 19) / see 8. Format examples (page 19)			€ 1.700,00
Product News	siehe 8. Formatbeispiele (Seite 19) / see 8. Format examples (page 19)			€ 680,00
Logo	siehe 8. Formatbeispiele (Seite 19) / see 8. Format examples (page 19)			€ 240,00
Beilage, Beihefter / Inserts, Bound-ins	auf Anfrage / on request	auf Anfrage / on request	auf Anfrage / on request	auf Anfrage / on request
Stellenmarkt / Job market	siehe 7 Stellenmarkt (Seite 17) / see 7 (page 17)			

\* Format im Anschnitt + 4 mm Beschnittzugabe oben, unten und seitlich, Heftformat 210 mm x 297 mm / \* trim size format + 4 mm additional bleed allowance at the top, bottom and sides, bleed size format 210 mm x 297 mm  
 Rabatte: • Erstbucher-Rabatt 10% nur für Neukunden! • Treue-Rabatt ab der 3. Schaltung 10% / Discounts: • for first bookings 10% (for new customers only!) • loyalty discount 10% (after having placed 3 ads)  
 Zuschläge: • Platzierungsvorgabe + 5% (nur bei Seitenteilanzeigen) / Charges: • additional charge for positioning 5% (smaller than 1/1 page) – Alle Preise gelten zzgl der gesetzlich geltenden MwSt / All prices are subject to VAT.

## 6 Anzeigenformate und -preise Advertisement formats and prices



paperworld

Formate / formats	Formate im Anschnitt / trim size formats Breite / width		Beschnittzugabe* additional bleed*	Preise sw, 4c prices bw, 4c
1/1 Seite / 1/1 page	210 mm	297 mm	+ 4 mm	€ 3.400,00
1/2 Seite hoch / 1/2 page portrait	105 mm	297 mm	+ 4 mm	€ 2.000,00
1/2 Seite quer / 1/2 page landscape	210 mm	145 mm	+ 4 mm	€ 2.000,00
1/3 Seite hoch / 1/3 page portrait	72 mm	297 mm	+ 4 mm	€ 1.700,00
1/3 Seite quer / 1/3 page landscape	210 mm	94 mm	+ 4 mm	€ 1.700,00
1/4 Seite hoch / 1/4 page portrait	58 mm	297 mm	+ 4 mm	€ 1.500,00
1/4 Seite quer / 1/4 page landscape	210 mm	74 mm	+ 4 mm	€ 1.500,00
2/1 Seite über Bund / 2/1 page over gutter	420 mm	297 mm	+ 4 mm	€ 5.600,00
Titel / Title	auf Anfrage / on request	auf Anfrage / on request	auf Anfrage / on request	€ 9.200,00
Umschlag-Seite 2 + Seite 3 / Cover-page 2 + page 3	420 mm	297 mm	+ 4 mm	€ 7.300,00
Umschlag-Seite 3 / Cover-page 3	210 mm	297 mm	+ 4 mm	€ 3.800,00
Umschlag-Seite 4 / Cover-page 4	210 mm	297 mm	+ 4 mm	€ 6.000,00
Profil 1/1 Seite / Profile 1/1 page	siehe 8. Formatbeispiele (Seite 19) / see 8. Format examples (page 19)			€ 2.500,00
Profil 1/2 Seite / Profile 1/2 page	siehe 8. Formatbeispiele (Seite 19) / see 8. Format examples (page 19)			€ 1.700,00
Product News	siehe 8. Formatbeispiele (Seite 19) / see 8. Format examples (page 19)			€ 680,00
Logo	siehe 8. Formatbeispiele (Seite 19) / see 8. Format examples (page 19)			€ 240,00
Beilage, Beihefter / Inserts, Bound-ins	auf Anfrage / on request	auf Anfrage / on request	auf Anfrage / on request	auf Anfrage / on request
Stellenmarkt / Job market	siehe 7 Stellenmarkt (Seite 17) / see 7 (page 17)			

\* Format im Anschnitt + 4 mm Beschnittzugabe oben, unten und seitlich, Heftformat 210 mm x 297 mm / \* trim size format + 4 mm additional bleed allowance at the top, bottom and sides, bleed size format 210 mm x 297 mm  
 Rabatte: • Erstbucher-Rabatt 10% nur für Neukunden! • Treue-Rabatt ab der 3. Schaltung 10% / Discounts: • for first bookings 10% (for new customers only!) • loyalty discount 10% (after having placed 3 ads)  
 Zuschläge: • Platzierungsvorgabe + 5% (nur bei Seitenteilanzeigen) / Charges: • additional charge for positioning 5% (smaller than 1/1 page) – Alle Preise gelten zzgl der gesetzlich geltenden MwSt / All prices are subject to VAT.

## 6 Anzeigenformate und -preise Advertisement formats and prices

Formate / formats	Formate im Anschnitt / trim size formats Breite / width		Höhe / height	Beschnittzugabe* additional bleed*	Preise sw, 4c prices bw, 4c
1/1 Seite / 1/1 page	210 mm		297 mm	+ 4 mm	€ 6.100,00
1/2 Seite hoch / 1/2 page portrait	105 mm		297 mm	+ 4 mm	€ 4.200,00
1/2 Seite quer / 1/2 page landscape	210 mm		145 mm	+ 4 mm	€ 4.200,00
1/3 Seite hoch / 1/3 page portrait	72 mm		297 mm	+ 4 mm	€ 3.400,00
1/3 Seite quer / 1/3 page landscape	210 mm		94 mm	+ 4 mm	€ 3.400,00
1/4 Seite hoch / 1/4 page portrait	58 mm		297 mm	+ 4 mm	€ 2.900,00
1/4 Seite quer / 1/4 page landscape	210 mm		74 mm	+ 4 mm	€ 2.900,00
2/1 Seite über Bund / 2/1 page over gutter	420 mm		297 mm	+ 4 mm	€ 10.900,00
Titel / Title	auf Anfrage / on request		auf Anfrage / on request	auf Anfrage / on request	€ 18.900,00
Umschlag-Seite 2 + Seite 3 / Cover-page 2 + page 3	420 mm		297 mm	+ 4 mm	€ 15.300,00
Umschlag-Seite 3 / Cover-page 3	210 mm		297 mm	+ 4 mm	€ 7.600,00
Umschlag-Seite 4 / Cover-page 4	210 mm		297 mm	+ 4 mm	€ 11.500,00
Profil 1/1 Seite / Profile 1/1 page	siehe 8. Formatbeispiele (Seite 19) / see 8. Format examples (page 19)				€ 5.150,00
Profil 1/2 Seite / Profile 1/2 page	siehe 8. Formatbeispiele (Seite 19) / see 8. Format examples (page 19)				€ 2.750,00
Product News	siehe 8. Formatbeispiele (Seite 19) / see 8. Format examples (page 19)				€ 980,00
Logo	siehe 8. Formatbeispiele (Seite 19) / see 8. Format examples (page 19)				€ 390,00
Beilage, Beihefter / Inserts, Bound-ins	auf Anfrage / on request		auf Anfrage / on request	auf Anfrage / on request	auf Anfrage / on request
Stellenmarkt / Job market	siehe 7 Stellenmarkt (Seite 17) / see 7 (page 17)				

\* Format im Anschnitt + 4 mm Beschnittzugabe oben, unten und seitlich, Heftformat 210 mm x 297 mm / \* trim size format + 4 mm additional bleed allowance at the top, bottom and sides, bleed size format 210 mm x 297 mm  
 Rabatte: • Erstbucher-Rabatt 10% nur für Neukunden! • Treue-Rabatt ab der 3. Schaltung 10% / Discounts: • for first bookings 10% (for new customers only!) • loyalty discount 10% (after having placed 3 ads)  
 Zuschläge: • Platzierungsvorgabe + 5% (nur bei Seitenteilanzeigen) / Charges: • additional charge for positioning 5% (smaller than 1/1 page) – Alle Preise gelten zzgl der gesetzlich geltenden MwSt / All prices are subject to VAT.

## 6 Anzeigenformate und -preise Advertisement formats and prices



tendence

Formate / formats	Formate im Anschnitt / trim size formats Breite / width		Beschnittzugabe* additional bleed*	Preise sw, 4c prices bw, 4c
1/1 Seite / 1/1 page	210 mm	297 mm	+ 4 mm	€ 4.800,00
1/2 Seite hoch / 1/2 page portrait	105 mm	297 mm	+ 4 mm	€ 2.900,00
1/2 Seite quer / 1/2 page landscape	210 mm	145 mm	+ 4 mm	€ 2.900,00
1/3 Seite hoch / 1/3 page portrait	72 mm	297 mm	+ 4 mm	€ 2.300,00
1/3 Seite quer / 1/3 page landscape	210 mm	94 mm	+ 4 mm	€ 2.300,00
1/4 Seite hoch / 1/4 page portrait	58 mm	297 mm	+ 4 mm	€ 1.900,00
1/4 Seite quer / 1/4 page landscape	210 mm	74 mm	+ 4 mm	€ 1.900,00
2/1 Seite über Bund / 2/1 page over gutter	420 mm	297 mm	+ 4 mm	€ 7.600,00
<b>Titel / Title</b>	auf Anfrage / on request	auf Anfrage / on request	auf Anfrage / on request	€ 12.900,00
Umschlag-Seite 2 + Seite 3 / Cover-page 2 + page 3	420 mm	297 mm	+ 4 mm	€ 9.100,00
Umschlag-Seite 3 / Cover-page 3	210 mm	297 mm	+ 4 mm	€ 5.900,00
Umschlag-Seite 4 / Cover-page 4	210 mm	297 mm	+ 4 mm	€ 8.200,00
Profil 1/1 Seite / Profile 1/1 page	siehe 8. Formatbeispiele (Seite 19) / see 8. Format examples (page 19)			€ 3.000,00
Profil 1/2 Seite / Profile 1/2 page	siehe 8. Formatbeispiele (Seite 19) / see 8. Format examples (page 19)			€ 1.900,00
Product News	siehe 8. Formatbeispiele (Seite 19) / see 8. Format examples (page 19)			€ 740,00
Logo	siehe 8. Formatbeispiele (Seite 19) / see 8. Format examples (page 19)			€ 310,00
Beilage, Beihefter / Inserts, Bound-ins	auf Anfrage / on request	auf Anfrage / on request	auf Anfrage / on request	auf Anfrage / on request
Stellenmarkt / Job market	siehe 7 Stellenmarkt (Seite 17) / see 7 (page 17)			

\* Format im Anschnitt + 4 mm Beschnittzugabe oben, unten und seitlich, Heftformat 210 mm x 297 mm / \* trim size format + 4 mm additional bleed allowance at the top, bottom and sides, bleed size format 210 mm x 297 mm  
 Rabatte: • Erstbucher-Rabatt 10% nur für Neukunden! • Treue-Rabatt ab der 3. Schaltung 10% / Discounts: • for first bookings 10% (for new customers only!) • loyalty discount 10% (after having placed 3 ads)  
 Zuschläge: • Platzierungsvorgabe + 5% (nur bei Seitenteilanzeigen) / Charges: • additional charge for positioning 5% (smaller than 1/1 page) – Alle Preise gelten zzgl der gesetzlich geltenden MwSt / All prices are subject to VAT.

# 7 Stellenmarkt

## Job market

### Der Stellenmarkt in TOP FAIR

#### Suchen Sie Mitarbeiter, Handelsvertreter oder Vertriebspartner?

Messen sind hochkarätige Branchen-Treffpunkte. Hier werden Sie schnell fündig, wenn Sie geeignete Bewerber oder Partner suchen und persönliche Kontakte knüpfen wollen. Optimal dafür ist TOP FAIR: Mit dem bekannten Messemagazin erreichen Sie die Messebesucher zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort.

### The job market in TOP FAIR

#### Are you looking for employees, sales reps or sales partners?

Trade fairs are excellent industry meeting points, where you will quickly find suitable applicants or partners and establish important personal contacts. TOP FAIR is simply perfect in this respect – the renowned trade fair magazine will help you to connect with trade fair visitors at the right time at the right place.

#### Ausgabe / Issue

Preise sw / prices bw  
1/4 Seite / 1/4 page

Preise sw / prices bw  
1/8 Seite / 1/8 page

heimtextil	€ 950,00	€ 475,00
christmasworld	€ 850,00	€ 425,00
paperworld	€ 850,00	€ 425,00
ambiente	€ 1.375,00	€ 688,00
tendance	€ 950,00	€ 475,00

#### Formate im Satzspiegel / type area

1/4 Seite hoch / 1/4 page portrait	83 mm x 120 mm
1/4 Seite quer / 1/4 page landscape	170 mm x 58 mm
1/8 Seite quer / 1/8 page landscape	83 mm x 58 mm

Auf die angegebenen Preise wird kein Rabatt gewährt. Sie gelten zzgl. der gesetzlich geltenden MwSt. / We will not provide any discounts. All prices are subject to VAT.

The image shows six sample advertisement pages for recruitment, arranged in a 3x2 grid. Each page features a job title at the top, followed by a list of bullet points and a short paragraph of text. The job titles are: Senior Product Manager, Kundenberater(in) / Customer consultant, Finance Manager, Handelsvertreter(in) / Salesrepresentative, and Kundenberater(in) / Customer consultant. The text is in German and represents placeholder content for a real advertisement.

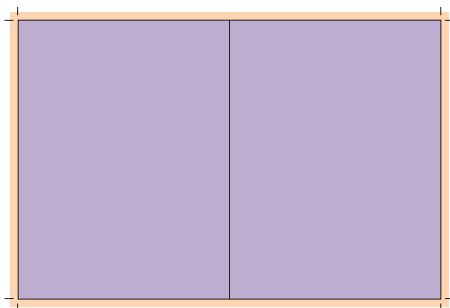
Formatbeispiele /  
Sample page

## 8 Formatbeispiele

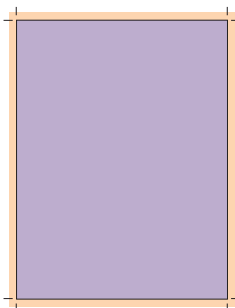
Anschnittformat (b x h)

## 8 Format examples

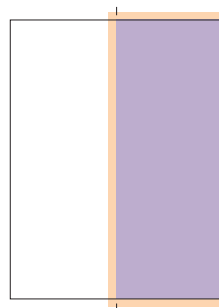
trim size format (w x h)



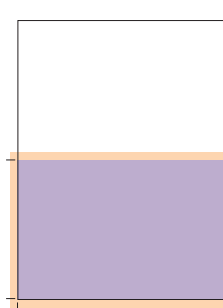
2/1 Seiten über Bund  
2/1 pages over gutter  
420 mm b x 297 mm h



1/1 Seite  
1/1 page  
210 mm b x 297 mm h



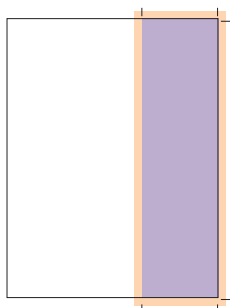
1/2 Seite hoch  
1/2 page portrait  
105 mm b x 297 mm h



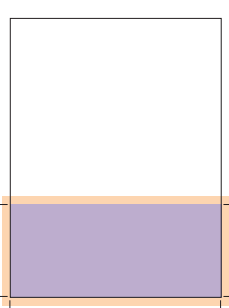
1/2 Seite quer  
1/2 page landscape  
210 mm b x 145 mm h

**ACHTUNG:**  
Anschnittformate  
+ 4 mm Beschnitt  
oben, unten und seitlich  
zugeben

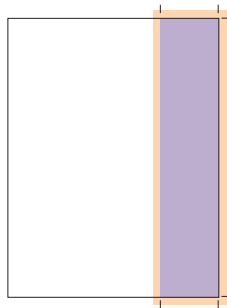
**PLEASE NOTE:**  
allow for trim size  
+ 4 mm additional bleed  
allowance at the top,  
bottom and sides



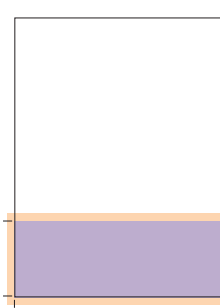
1/3 Seite hoch  
1/3 page portrait  
72 mm b x 297 mm h



1/3 Seite quer  
1/3 page landscape  
210 mm b x 94 mm h



1/4 Seite hoch  
1/4 page portrait  
58 mm b x 297 mm h



1/4 Seite quer  
1/4 page landscape  
210 mm b x 74 mm h

Beihefter 4-seitig  
Insert 4 pages  
420 mm b x 297 mm h

Beilage  
Loose inserts  
min. 105 mm b x 148 mm h  
max. 190 mm b x 260 mm h

## 8 Formatbeispiele

## 8 Format examples



### 1/1 Seite Profil

- 1 Headline (in deutscher und/oder englischer Sprache), bis zu 90 Zeilen à 30 Zeichen (deutscher und englischer Text gesamt) und bis zu 7 Bilder
- Hallen und Standangabe
- Firmenname
- aufgrund redaktioneller Gestaltung kein Logo (Logoplatzierung in der Ausstellerliste zum halben Preis)

### 1/1 page profile

- 1 headline (in German and/or English)
- up to 90 lines, 30 characters a line (total length – in German and/or English) and up to 7 pictures
- hall and stand number
- company name
- no logos for design reasons (Placement of a logo in the list of exhibitors at half price)



### Product News

- 1 Foto inkl. Headline und Kurzbeschreibung mit max. 7 Zeilen à 30 Zeichen in deutscher und/oder englischer Sprache (max. 210 Zeichen gesamt)
- aufgrund redaktioneller Gestaltung kein Logo (Logoplatzierung in der Ausstellerliste zum halben Preis)
- Format ca. 1/5 Seite

### Product news

- 1 photo of a product incl. headline and max. 7 lines with 30 characters in German/English (max. 210 characters, total)
- no logos for design reasons (Placement of a logo in the list of exhibitors at half price)
- format approx. 1/5 page



### 1/2 Seite Profil

- 1 Headline (in deutscher und/oder englischer Sprache), bis zu 45 Zeilen à 30 Zeichen (deutscher und englischer Text Gesamtlänge) und bis zu 5 Bilder
- Hallen und Standangabe
- Firmenname
- aufgrund redaktioneller Gestaltung kein Logo (Logoplatzierung in der Ausstellerliste zum halben Preis)

### 1/2 page profile

- 1 headline (in German and/or English)
- up to 45 lines, 30 characters a line (total length – in German and/or English) and up to 5 pictures
- hall and stand number
- company name
- no logos for design reasons (Placement of a logo in the list of exhibitors at half price)



### Logoplatzierung

1 Logo in der Ausstellerliste

### Placement of a logo

1 logo in the list of exhibitors

# 9 Allgemeine Geschäftsbedingungen

## für Anzeigen und Fremdbeilagen in Magazinen und Zeitungen

(Stand 08.2010)



### Allgemein

»Anzeigenauftrag« im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen, redaktioneller Profile, Produkt News oder Fremdbeilagen eines Werbungstreibenden in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung. Mit der Erteilung eines Anzeigenauftrages erkennt der Auftraggeber die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Messe Frankfurt Medien und Service GmbH (MFS) an. Diese Bedingungen gelten ausschließlich. Entgegenstehende oder von diesen Bedingungen abweichende Bedingungen des Auftraggebers werden nicht anerkannt, es sei denn, die MFS hätte diesen ausdrücklich schriftlich zugestimmt.

### 1. Auftragsannahme

(1) Bei Publikationen, die ausschließlich als Messepublikation zu bestimmten Veranstaltungen erscheinen, muss der Auftraggeber als Aussteller zur jeweiligen Veranstaltung gemeldet sein.

Anzeigenaufträge von branchengleichen Nichtausstellern werden erst nach vorheriger Zustimmung des Veranstalters angenommen. Ein Anzeigenauftrag für branchenfremde Nichtaussteller bedarf der gesonderten Genehmigung der MFS.

(2) Für die Aufnahme von Anzeigenaufträgen an bestimmten Plätzen der Druckschrift wird keine Gewähr geleistet, es sei denn, es ist ausdrücklich vereinbart, dass die Anzeige an bestimmten Plätzen der Druckschrift erscheinen soll. Platzierungsaufträge können nur berücksichtigt werden, wenn dies aus herstellungstechnischen Gründen möglich ist.

(3) Anzeigenaufträge werden von der MFS bestätigt.

Bei telefonisch aufgegebenen Texten oder Textänderungen bestehen keine Gewährleistungs- oder Schadensersatzansprüche.

(4) Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und rechtliche Zulässigkeit aller der MFS gegenüber gemachten Angaben und gelieferten Daten trägt der Auftraggeber die Verantwortung. Die Benutzung von Daten Dritter bedarf deren Zustimmung und gilt bei Auftragserteilung an die MFS als vom Auftraggeber eingeholt. Sollten durch die Ausführung seines Anzeigenauftrages Rechte Dritter, insbesondere Urheber-, Marken- oder Wettbewerbsrechte verletzt werden, haftet allein der Auftraggeber. Dies gilt auch im Hinblick auf Rechte an Internet-Domains sowie an Inhalten und Gestaltungen von Homepages und Websites. Der Auftraggeber stellt die MFS in diesem Zusammenhang von sämtlichen Ansprüchen Dritter

wegen einer solchen Rechtsverletzung frei.

(5) Bei Publikationen, die ausschließlich als Messepublikation zu bestimmten Veranstaltungen erscheinen, dürfen nur veranstaltungsbezogene Ausstellungsgüter beworben werden.

(6) Die Angabe von Preisinformationen ist in Anzeigenaufträgen nicht zulässig.

### 2. Unterlagen

(1) Die vom Auftraggeber im Rahmen der Auftragsabwicklung zur Verfügung zu stellenden Unterlagen (wie z.B. Anzeigendaten, Texte, Logos, Druckvorlagen sowie sonstige Daten) müssen bei der MFS spätestens bis zum in den jeweiligen Mediadaten genannten Einsendeschluss eingehen. Sollte der Auftraggeber die erforderlichen Unterlagen nicht fristgemäß zur Verfügung stellen, ist die MFS nach Setzung und fruchtlosem Ablauf einer angemessenen Nachfrist nicht mehr verpflichtet, den Vertrag zu erfüllen. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert die MFS nach Prüfung unverzüglich Ersatz an. Die MFS gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Ohne Vorlage eines farbverbindlichen Proofs kann keine Gewähr für die Farbwiedergabe des Anzeigenmotivs übernommen werden.

(2) Nach Erfüllung des Anzeigenauftrages erfolgt die Rückgabe der der MFS überlassenen Unterlagen nur auf ausdrücklichen Wunsch und auf Kosten des Auftraggebers.

(3) Änderungen des ursprünglichen Anzeigenauftrags sind der MFS vom Auftraggeber rechtzeitig schriftlich mitzuteilen, um eine technische Umsetzung noch zu ermöglichen. Der durch die Änderungen entstehen- de Mehraufwand bei der MFS ist vom Auftraggeber zu tragen. Vorlagen zur Freigabe werden nur für von der MFS gestaltete Anzeigenaufträge und nur auf ausdrücklichen Wunsch des Auftraggebers vorgelegt. Eine Vorlage erfolgt jedoch nicht, wenn der Auftraggeber druckfertige Daten ohne Änderungswünsche zur Verfügung stellt oder seinen Anzeigenwortlaut aus der vorhergehenden Auflage unverändert beibehält. Erteilt der Auftraggeber seine schriftliche Freigabe nicht innerhalb der ihm gesetzten Frist, so gilt die Genehmigung zum Druck der Daten als erteilt.

### 3. Rücktritt, Höhere Gewalt

(1) Stornierungen von Anzeigenaufträgen werden nur bis 10 Tage vor

dem offiziellen Anzeigenschluss der jeweils gültigen Mediadaten kostenfrei entgegengenommen. Danach ist die MFS berechtigt, bis zum offiziellen Anzeigenschluss, ohne weiteren Nachweis des Schadens, eine Bearbeitungsgebühr von 25 % des Auftragswertes zu berechnen; für Stornierungen nach dem offiziellen Anzeigenschluss werden 50 % des Auftragswertes dem Auftraggeber in Rechnung gestellt.

Dem Auftraggeber wird der Nachweis gestattet, ein Schaden sei überhaupt nicht entstanden oder wesentlich niedriger als die Pauschale.

(2) Die MFS behält sich ein Rücktrittsrecht vor, falls ein Anzeigenauftrag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach pflichtgemäßem Ermessen der MFS gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstößt, die Veröffentlichung für die MFS, deren Partnerverlage oder die Messe Frankfurt unzumutbar oder der Auftraggeber mit einer fälligen Zahlung für vorhergehende oder laufende Aufträge in Verzug ist.

(3) Beilagenaufträge sind für die MFS 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.

(4) Die Ablehnung eines Anzeigenauftrages wird nach Prüfung der eingegangenen Unterlagen dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

(5) Die MFS kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Anzeigenauftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist die MFS 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 offener stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

(6) Sollte die MFS an der Erfüllung ihrer Verpflichtungen durch den Eintritt unvorhergesehener Ereignisse, die die MFS oder ihre Zulieferer betreffen, gehindert werden und die die MFS auch mit der nach den Umständen zumutbaren Sorgfalt nicht abwenden konnte, z.B. Arbeitskämpfe, Ausfall von Energie, behördliche Maßnahmen, so verlängert sich ihre Leistungsfrist um die Dauer der Behinderung zuzüglich einer angemessenen Anlaufzeit. Nach 6 Monaten ist der Auftraggeber berechtigt, vom Vertrag zurückzutreten.

#### 4. Preise, Zahlungsbedingungen

- (1) Die jeweiligen Preise ergeben sich aus den von der MFS oder dem jeweiligen Partnerverlag übermittelten Mediadaten. Kosten für herzustellende Druckunterlagen sind im Anzeigenpreis nicht enthalten und werden dem Auftraggeber gesondert in Rechnung gestellt.
- (2) Die Preise enthalten keine Mehrwertsteuer.
- (3) Die Rechnung ist sofort nach Rechnungslegung ohne Abzug zahlbar. Die MFS behält sich ein Recht auf Vorkasse ausdrücklich vor. Zahlungen sind unter Angabe der Rechnungs- und Kundennummer ausschließlich auf eines der auf der Rechnung genannten Konten der MFS einzuzahlen. Nachlässe auf vorzeitige Zahlungen werden nicht gewährt. Beanstandungen von Rechnungen müssen innerhalb einer Ausschlussfrist von 14 Tagen nach ihrem Empfang schriftlich geltend gemacht werden.
- (4) Die MFS liefert mit Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Auftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung der MFS über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
- (5) Der Auftraggeber kann nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Ansprüchen gegenüber der MFS aufrechnen. Dies gilt auch im kaufmännischen Verkehr. Das Zurückbehaltungsrecht nach § 273 BGB steht dem Auftraggeber nur insoweit zu, als der Gegenanspruch aus demselben Vertragsverhältnis stammt. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten finden die §§ 273, 320 BGB, 369 HGB keine Anwendung.

#### 5. Gewährleistung

- (1) Offensichtliche Mängel sind der MFS innerhalb von 30 Tagen, bei Vollkaufleuten unverzüglich, nach Erscheinen schriftlich anzuzeigen. Später eingehende Mängelrügen werden von der MFS nicht berücksichtigt; der Anzeigenauftrag gilt dann als genehmigt.
- (2) Für den Fall, dass die in Auftrag gegebene Anzeige ganz oder teilweise unleserlich, unrichtig oder unvollständig abgedruckt ist, steht dem Auftraggeber kein Recht auf Nacherfüllung, insbesondere nicht auf Neudruck, Einfügung oder Versendung von Berichtigungsnachträgen zu. Bei kostenpflichtigen Veröffentlichungen hat der Auftraggeber einen Anspruch auf Minderung des Rechnungsbetrages.

#### 6. Haftung

- (1) Die MFS haftet nicht für einfach fahrlässig verursachte Schäden, es sei denn, es werden wesentliche Vertragspflichten verletzt, deren Erfüllung zur Erreichung des Vertragszwecks notwendig ist. (Verletzung von Kardinalpflichten).
- (2) Bei einfach fahrlässiger Verletzung von Kardinalpflichten haftet die MFS nur für vertragstypische und bei Vertragsschluss vernünftigerweise vorhersehbare Schäden. Sie haftet in diesem Fall nicht für mittelbare Folgeschäden.
- (3) Die Haftung der MFS ist auf einen voraussehbaren Schadensumfang beschränkt und der Höhe nach auf das für den betreffenden Anzeigenauftrag zu zahlende Entgelt begrenzt.
- (4) Die vorstehenden Haftungsbeschränkungen gelten nicht, wenn Ansprüche aus einer Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit geltend gemacht werden, wenn sich die Haftung zwingend aus dem Produkthaftungsgesetz ergibt, wenn es sich um eine Garantieerklärung oder um einen Fall arglistigen Verschweigens eines Mangels handelt sowie im Fall von Vorsatz und grober Fahrlässigkeit.
- (5) Eine Verschiebung des Erscheinungstermins der jeweiligen Publikation berechtigt den Auftraggeber nicht zu Schadensersatzansprüchen.

#### 7. Verjährung

Ansprüche des Auftraggebers wegen Mängeln oder Schadensersatz verjähren innerhalb eines Jahres ab gesetzlichem Verjährungsbeginn. Dies gilt nicht für die Verjährung von Ansprüchen gem. Ziffer 6 Abs. 4.

#### 8. Werbemittel

Nur auf klassische Zeichenschaltungen wird Werbemittlern eine Mittlervergütung gewährt.

#### 9. Erfüllungsort, Gerichtsstand, Deutsches Recht

- (1) Die Vertragsparteien vereinbaren, sofern es sich um Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechtes oder öffentlichrechtliche Sondervermögen handelt, ausdrücklich Frankfurt am Main als Erfüllungsort und Gerichtsstand für alle Ansprüche bzw. Rechtsstreitigkeiten aus diesem Vertrag. Gleiches gilt, wenn eine Vertragspartei keinen allgemeinen Gerichtsstand im Inland hat.

- (2) Ersatzweise gilt der besondere Gerichtsstand des Erfüllungsortes im Sinne des § 29 Zivilprozessordnung als vereinbart, der sich aus der Natur des Schuldverhältnisses ergibt.
- (3) Der Gerichtsstand Frankfurt am Main gilt auch für das streitige Mahnverfahren. Sobald das Mahnverfahren in das streitige Verfahren übergeht und von Amts wegen eine Abgabe an das sachlich zuständige Gericht des allgemeinen Gerichtsstandes des Schuldners erfolgt, ist Antrag auf Weiterverweisung an das sachlich zuständige Gericht in Frankfurt am Main zu stellen.
- (4) Darüber hinaus ist jeder Vertragspartner berechtigt, den anderen an dessen Wohn- oder Geschäftssitz zu verklagen.
- (5) Sollten einzelne Bestimmungen dieser Bedingungen unwirksam sein, so wird dadurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Die Vertragsparteien verpflichten sich, anstelle der unwirksamen Bestimmungen andere wirksame Bestimmungen zu vereinbaren, die dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen Bestimmungen am ehesten entsprechen.
- (6) Für die Auslegung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen und aller übrigen Bedingungen sind der deutsche Text und das deutsche Recht maßgebend.

#### 10. Datenschutz

Die MFS erhebt personenbezogene Daten sowie verarbeitet und nutzt die vom Auftraggeber im Rahmen der Auftragserteilung angegebene Informationen nur soweit dies zur Auftragserteilung notwendig ist.

## publishingservices

Messe Frankfurt  
Medien und Service GmbH  
Publishing Services  
Ludwig-Erhard-Anlage 1  
60327 Frankfurt am Main

# 9 General Terms and Conditions

## for Advertisements and Enclosures in Magazines and Newspapers (Status August 2010)



### General

An „advertising order“ in the sense of the General Terms & Conditions is a contract for the publishing of one or more advertisements, company profiles, product news or enclosures of an advertiser on printed material for the purpose of distribution.

By issuing an order for an advertisement, the Client recognises the General Terms & Conditions of Business of Messe Frankfurt Medien und Service GmbH (MFS). These Terms & Conditions shall apply exclusively. Terms and conditions issued by the Client which conflict with or differ from these Terms & Conditions shall not be recognised, unless MFS has explicitly agreed thereto in writing.

### 1. Acceptance of order

(1) In the case of publications which appear exclusively as trade-fair publications for specific events, the Client must be registered as an exhibitor at the event in question. An advertising order by sector-equivalent non-exhibitors will only be accepted following prior agreement by the event organiser. An advertising order for non-exhibitors outside the sector will require special permission by MFS.

(2) The acceptance of an advertising order for particular editions, issues or for special placements within the publication cannot be guaranteed, unless the advertising order has been explicitly placed by arrangement for publishing in particular editions, issues or for special placements within the publication. Placement orders can only be considered providing this is possible for reasons of technical production.

(3) Advertising orders will be confirmed by MFS.

Should text or amendments to text be submitted by telephone, there shall be no claim under guarantee or claims to damages.

(4) The Client shall bear responsibility for the accuracy, completeness and legal admissibility of all statements made and all data supplied to MFS. Data belonging to Third Parties may only be used with their agreement, and the Client will be deemed to have obtained such agreement when issuing the advertising order to MFS. Should any rights of third parties, particularly copyrights, trademarks or competition rights, be infringed by executing his advertising order, the Client shall bear sole liability. This shall also apply to rights to internet domains and to the contents and design of homepages and websites. In this context the Client shall release MFS from all claims by third parties arising from such infringement of the law.

(5) In the case of publications which appear exclusively as trade-fair publications for specific events, only goods for show at the event concerned may be submitted for advertising orders.

(6) Information on prices is not allowed in advertising orders.

### 2. Documents

(1) All documents to be supplied by the Client for handling the advertising order (e.g. advertisement data, texts, logos, printer's copy or other data) must be received at MFS by the closing date for submissions stated in the respective rate card. Should the Client fail to supply the necessary documents by the due date, MFS shall no longer have a duty to fulfil the contract, providing it has set a reasonable extra period of grace, and providing said period of grace has expired without result.

MFS, after controlling the data material, will immediately request replacement delivery if the printing image carrier was noticeably damaged or appears to be unsuitable. MFS guarantees the usual printing quality for the medium under contract within the scope of existing possibilities and depending on the quality of the printing image carriers. Without any proofs, MFS cannot guarantee the correct result of the colours.

(2) Following fulfilment of the advertising order, documents supplied to MFS will only be returned should the Client explicitly so request, and at the Client's expense.

(3) The Client must inform MFS in good time and in writing of any changes to the original advertising order, in order to ensure that technical support is still possible. The Client must pay the additional expense incurred by MFS through such changes.

Proof sheets will only be supplied for advertising orders designed by MFS and only if the Client explicitly so requests. They will not be submitted if the Client has supplied print-ready data without any request for changes, or if he retains the wording in his advertisement unchanged from the previous edition. Should the client fail to issue his written approval within the term set to him, permission to print shall be deemed to have been given.

### 3. Rescission, force majeure

(1) Written cancellations of advertising orders which reach us at least 10 days before the advertising deadline of the official rate card are free of charge. Cancellations later than 10 days before the official advertising deadline will be charged with 25 % of the confirmed amount. All

cancellations which are made after the official advertising deadline will be charged with 50 % of the confirmed amount. The client shall be allowed to demonstrate that no loss has been incurred or, if incurred, that it is significantly less than the blanket sum.

(2) MFS hereby retains a right of rescission if, in MFS's due and proper judgement, an advertising order infringes statutory or official regulations or public decency in its content, origin or technical form, or if MFS, the co-operation publishing houses or the organiser cannot be reasonably expected to publish it, or if the Client is in arrears of payment due for previous or current orders.

(3) Orders for enclosures shall only be binding after a sample of the enclosure has been submitted and authorised. Enclosures which through their format or presentation give the impression of being a part of the magazine or newspaper, or which contain advertisements by third parties, will not be accepted.

(4) Should an advertising order be rejected, the Client shall be informed thereof immediately after controlling the supplied data.

(5) In case of late payment MFS is entitled to postpone further executions of the contract until payment has been made. She is further entitled to request pre-payment for the remaining advertisements.

In case of reasonable doubt of the solvency of the Client, MFS is entitled to make the publishing of additional advertisements a contingent on payment of unpaid invoices and on prepayment for further advertisements regardless of the initially agreed payment deadline within the duration of the contract.

(6) Should MFS be obstructed from fulfilling its obligations due to unforeseen events affecting MFS or its suppliers which MFS has been unable to prevent even with the care to be expected in the circumstances, e.g. industrial disputes, power breakdown or measures taken by government bodies, its period of performance shall be extended by the duration of such obstruction plus a reasonable run-up period. After six months the Client shall be entitled to withdraw from the contract.

### 4. Prices, terms and conditions of payment

(1) The relevant prices can be found in the official rate card of each magazine or newspaper supplied by MFS or the co-operation publishing house. Costs for production of print copy are not included in the advertisement price and the Client will be invoiced for them separately.

(2) Prices do not include VAT.

(3) The invoice is payable immediately upon issue, strictly net. MFS explicitly retains the right of advance payment. Payments must be made solely to one of the bank accounts of MFS specified on the invoice, stating customer and reference number. No discounts will be given for early payment. Invoices must be protested in writing within an exclusion period of 14 days following their receipt.

(4) On request MFS will attach a sample copy to the invoice. Depending on type and scope of the advertising order, clipped advertisements, whole pages or total issues will be delivered. If a sample copy is no longer available, MFS will replace it by legally binding declaration confirming the publishing and distribution of the advertisement.

(5) The Client may only make offset vis-à-vis MFS with undisputed or legally confirmed claims. This shall also apply in business with a registered trader. The Client shall enjoy the right of retention set out in Section 273 of the Civil Code only insofar as the counterclaim originates from the same contract. Sections 273 and 320 of the Civil Code and Section 369 of the Commercial Code shall not apply in business with registered trader.

#### 5. Guarantee

(1) Visible defects must be reported to MFS in writing within 30 days, in the case of fully registered traders immediately, after publication. MFS will not consider any complaints made later; the advertising order shall then be deemed to have been authorised.

(2) Should the publication ordered in the magazines or newspapers fail to appear, either wholly or in part, or should its content have been altered, the Client shall have no right of subsequent fulfilment, and in particular no right to a reprint, or to the insertion or dispatch of errata. In the case of publications in the magazines or newspapers for which a charge has been made, the Client shall have claim to a reduction in invoice.

#### 6. Liability

(1) MFS shall not be liable for damage caused by simple negligence, unless essential contractual duties are infringed, fulfilment of which is necessary if the purpose of the contract is to be effected (infringement of cardinal duties).

(2) In cases of infringement of cardinal duties due to simple negligence, MFS shall be liable only for contractually typical damage of a kind reasonably foreseeable when the contract was concluded. In this case it shall not be liable for indirect consequential damage.

(3) The liability of MFS shall be restricted to a foreseeable extent of damage and shall be limited in amount to the fee payable for the advertising order in question.

(4) The above limitations of liability shall not apply if claims are made for injury to life, limb or health, if liability is compulsory under the Liability of Products Act, if they involve a guarantee or a case of deceitful concealment of a defect, or in cases of malice or gross negligence.

(5) Postponement of the publication date of the magazines or newspapers in question shall not entitle the Client to claim damages.

#### 7. Limitation of time

All claims by the Client for defects or damages shall expire within one year from the statutory commencement of limitation in time. This shall not apply to the statutory limitation in time of claims under Section 6, Paragraph 4.

#### 8. Advertising agents

Advertising agents shall only be granted a fee for the insertion of classical advertisements.

#### 9. Place of fulfilment, place of jurisdiction, German law

(1) The Contracting Parties hereby expressly agree, insofar as those concerned are traders, legal entities under public law or separate public estates, that Frankfurt am Main shall be the place of fulfilment and place of jurisdiction for all claims or disputes arising from this contract. The same shall apply if a Contracting Party has no general place of jurisdiction in Germany.

(2) Alternatively, the particular place of jurisdiction of the place of fulfilment shall be deemed agreed under the terms of Section 29 of the Civil Proceedings Code, as implied by the nature of the obligation.

(3) Frankfurt am Main shall also apply as place of jurisdiction to contested summary proceedings for debt payment. As soon as summary proceedings pass to contested proceedings and transfer is made officially to the

court competent as to facts for the debtor's general place of jurisdiction, an application must be made for further referral to the court competent for factual decision in Frankfurt am Main.

(4) Each Contracting Partner shall moreover be entitled to sue the other at the other's residence or registered place of business.

(5) Should any individual provisions of these Terms & Conditions be invalid, the validity of the remaining provisions shall not be affected thereby. The Contracting Parties hereby covenant to agree other valid provisions in place of the invalid provisions, which shall correspond as closely as possible with the said invalid provisions.

(6) When interpreting these General Terms & Conditions of Business and all other terms and conditions, the German text thereof, and German law, shall be decisive.

#### 10. Data protection

MFS only collects processes and uses personal data supplied by the client when placing the order inasmuch as this is necessary to fulfil the order.

## publishingservices

Messe Frankfurt  
Medien und Service GmbH  
Publishing Services  
Ludwig-Erhard-Anlage 1  
60327 Frankfurt am Main  
Germany

# 10 Ansprechpartner Contacts



## Herausgeber/Publisher

Messe Frankfurt  
Medien und Service GmbH  
Ludwig-Erhard-Anlage 1  
60327 Frankfurt am Main, Germany  
Telefon/Phone: +49 (0) 69/75 75 - 55 15  
Telefax/Fax: +49 (0) 69/75 75 - 68 02  
E-Mail: topfair@messefrankfurt.com

## Mitherausgeber/Co-Publisher

Fritsch Publishing  
Reinhold Fritsch  
St.-Paul-Straße 9  
80336 München, Germany  
Telefon/Phone: +49 (0) 89/53 85 98-04  
Telefax/Fax: +49 (0) 89/53 85 98-03  
E-Mail: topfair@fritsch-publishing.de

## Anzeigenleitung, -koordination Advertisingmanager, -coordination

Fritsch Publishing, Reinhold Fritsch  
Telefon/Phone: +49 (0) 89/53 85 98-04  
Telefax/Fax: +49 (0) 89/53 85 98-03  
E-Mail: topfair@fritsch-publishing.de

## Anzeigen/Advertising

### Deutschland, Österreich, Schweiz Germany, Austria, Switzerland

Heimtextil, Paperworld **A – Z:**  
BESTSELLER GmbH, Daniel Bölitz  
Karl-Hammerschmidt-Straße 32  
85609 München, Germany  
Telefon/Phone: +49 (0) 89/9 01 19-508  
Telefax/Fax: +49 (0) 89/9 01 19-308  
E-Mail: topfair@bestseller.de

## Ambiente, Christmasworld, Tendence, **A – M:**

BESTSELLER GmbH, Daniel Bölitz  
Karl-Hammerschmidt-Straße 32  
85609 München, Germany  
Telefon/Phone: +49 (0) 89/9 01 19-508  
Telefax/Fax: +49 (0) 89/9 01 19-308  
E-Mail: topfair@bestseller.de

## Ambiente, Christmasworld, Tendence, **N – Z:**

sK MEDIASERVICE, Susanne Kassun  
Bremer Straße 80  
21073 Hamburg  
Telefon/Phone: +49 (0) 40/76 75 14 48  
Telefax/Fax: +49 (0) 40/76 75 14 48  
E-Mail: skassun@topfair-magazine.com

## China, Hong Kong, Taiwan

WORLD CONCEPT LIMITED  
Rosanna Tsang, P. O. Box 80657  
Cheung Sha Wan Post Office, Hong Kong  
Telefon/Phone: +852/27 29 10 19  
Telefax/Fax: +852/27 28 46 00  
E-Mail: wclasia@netvigator.com

## Frankreich, Italien, Portugal, Spanien

### France, Italy, Portugal, Spain

FARRO Pubblicità e marketing  
Dr. Gabriele Griffini, Dr.ssa Laura Battistoni  
Via della Mattonaia n. 13, 50121 Firenze, Italy  
Telefon/Phone: +39 0 55/24 58 16  
Telefax/Fax: +39 0 55/24 96 11  
E-Mail: farro.media@yahoo.it

## Japan

Sa:Su Network GmbH, Satomi Suzuki  
Ledererstraße 10, 80331 München, Germany  
Telefon/Phone: +49 (0) 89/25 54 43 66  
Telefax/Fax: +49 (0) 89/25 54 43 69  
E-Mail: topfair@sasu-network.com

## Kambodscha/Cambodia, Korea, Laos, Singapur/Singapore, Vietnam

Fritsch Publishing, Reinhold Fritsch  
Telefon/Phone: +49 (0) 89/53 85 98-04  
Telefax/Fax: +49 (0) 89/53 85 98-03  
E-Mail: topfair@fritsch-publishing.de

## Mexico, Südamerika/South America

Ricardo Yañez  
Carlos Antunez 2026, Of. 3c  
Providencia-Santiago, Chile  
Telefon/Phone: +56 (0) 2/716 72 20  
Mail: r.yanez.a@hotmail.cl

## Übriges Ausland/Other countries

BESTSELLER GmbH, Daniel Bölitz  
Karl-Hammerschmidt-Straße 32  
85609 München, Germany  
Telefon/Phone: +49 (0) 89/9 01 19-508  
Telefax/Fax: +49 (0) 89/9 01 19-308  
E-Mail: topfair@bestseller.de