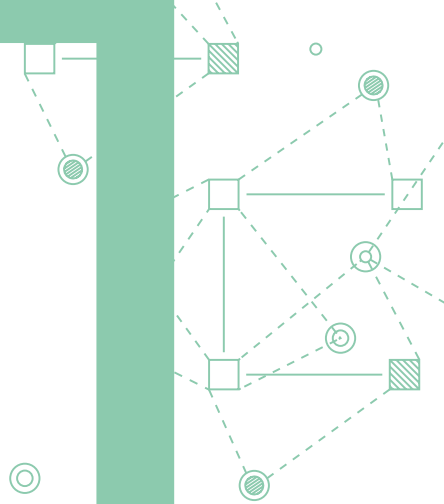


➤ Mediadaten/ Media Data 2018



form



form 275, Jan/Feb 2018

➤ Sport

form 276, Mar/Apr 2018

➤ Failure

form 277, May/June 2018

➤ Mexico

form 278, Jul/Aug 2018

➤ Weather

form 279, Sep/Oct 2018

➤ Embodiment

form 280, Nov/Dec 2018

➤ Borders

Inhalt Content

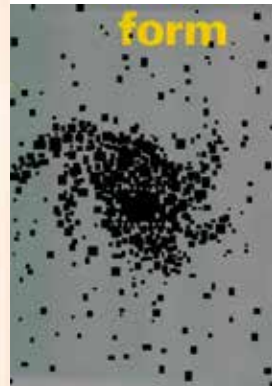
Verlag, Magazin / Publishing House, Magazine	4
form Design Magazine	6
↳ Verbreitung Print und Online / Distribution Print and Online	6
↳ Auflage und Verbreitung / Circulation and Distribution	8
↳ Magazinstruktur/Magazine Structure	10
↳ Schwerpunktthemen 2018 / Focus Themes 2018	13
↳ Anzeigenformate und Preise / Advertisement Formats and Prices	16
↳ Technische Informationen / Technical Information	17
↳ Stellenmarkt/Job Market	18
↳ Rabatte/Discounts	19
form feature Special Issue	20
↳ Anzeigenformate und Preise / Advertisement Formats and Prices	22
↳ Technische Informationen / Technical Information	23
form.de Website	24
↳ Struktur und Rubriken / Structure and Sections	24
↳ Anzeigenformate und Preise / Advertisement Formats and Prices	27
↳ Technische Informationen / Technical Information	27
↳ Stellenmarkt/Job Market	28
Newsletter	30
↳ Anzeigenformate und Preise / Advertisement Formats and Prices	31
↳ Technische Informationen / Technical Information	31
Kooperationen/Collaborations	32
Geschäftsbedingungen (AGBs) / Terms and Conditions	34



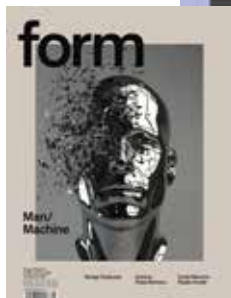
form 28



form 39



form 150



form 266



form 265



form 274

Seit ihrer Gründung 1957 durch Jupp Ernst, Willem Sandberg, Curt Schweicher und Wilhelm Wagenfeld ist form die maßgebliche internationale Fachzeitschrift für Professionelle, Lehrende und Studierende aller Gestaltungsdisziplinen sowie designinteressierte Leser. Während des über 60-jährigen Bestehens sind mehr als 275 Ausgaben publiziert worden. Das Magazin erscheint alle zwei Monate in deutscher und englischer Sprache (Volltext) und erreicht ein Publikum in über 60 Ländern.

form betrachtet aktuelle Entwicklungen, Kontexte und Perspektiven. form berichtet, analysiert, bezieht Stellung und initiiert Diskurse. Dabei werden Theorie und Praxis gleichermaßen einbezogen. Ein disziplinübergreifender Ansatz bringt Themen und Aspekte aus Industrie-, Produkt- und Kommunikationsdesign sowie Materialwissenschaft, Architektur und Innenarchitektur zusammen.

Weitere Quellen der Inspiration und Orientierung in der Designbranche bieten die Onlineplattform form.de, das digitale form Archiv, der regelmäßig erscheinende Newsletter, die Kommunikation über Social Media sowie Messen und Veranstaltungen.

Das Portfolio des Verlags umfasst neben dem form Design Magazin ausgewählte Fachpublikationen und Designeditionen.

- Since being founded by Jupp Ernst, Willem Sandberg, Curt Schweicher, and Wilhelm Wagenfeld in 1957, form has been the leading international specialist magazine for professionals, teachers, and students of all design disciplines as well as for other readers interested in the subject. During its 60-year history, over 275 issues have been published. The magazine is published bimonthly in German and English (full text) and has a readership in over 60 countries.

form reflects upon current developments, contexts, and perspectives. form reports, analyses, makes statements, and initiates discussions, including theory and practice in equal measure. A cross-disciplinary approach combines topics and issues emanating from industrial, product, and communications design as well as from materials science, architecture, and interior design.

The online platform, form.de, the digital form Archive, the regular newsletter, communications using social media, and also fairs and events offer further sources of inspiration and orientation in the design industry.

In addition to the form design magazine, the publishing portfolio comprises selected professional publications and design editions.

Verbreitung Print und Online Distribution Print and Online

20.000

Leser aus den Bereichen
Produkt-, Industrie- und
Kommunikationsdesign
Readers from product, in-
dustrial, and graphic design

80 %

Entscheidungsträger
Decision makers

85 %

Studium an Hochschule,
Fachhochschule, Universität
Study at college, university
of applied science,
university

40.000

Seitenabrufe
Page Impressions

16.000

Besuche auf form.de
Visits on form.de

Werben Sie in form und erreichen Sie über 20.000 Designer und Entscheider im deutsch- und englischsprachigen Raum. 80 Prozent der form-Leser sind Entscheidungsträger, verfügen über ein überdurchschnittliches Bildungsniveau und eine entsprechende Kaufkraft. 85 Prozent der form-Leser haben ein Studium an einer Hochschule, Fachhochschule oder einer Universität abgeschlossen. Unsere internationale Onlineplattform form.de kam in 2017 monatlich auf 16.000 Besuche und 40.000 Seitenabrufe.

- **Advertise in form and reach more than 20,000 designers and decision makers in Germany and abroad. 80 per cent of our readers have a managing position and an above-average level of education and therefore have an equivalent purchasing power. 85 per cent of our readers attended college, university of applied science or university. In 2017 our international online platform had about 16,000 visits and 40,000 page impressions a month.**

Auflage, Jahresdurchschnitt pro Ausgabe Circulation, Annual Average per Issue

(Verlagseigene Berechnungen / Publisher's Own Calculations)

Druckauflage/Print Run	9,500
Tatsächlich verbreitete Auflage / Actual Distribution	7,186
Davon Ausland / Distributed Abroad	2,236
Verkaufte Auflage / Issues Sold	5,689
Davon Ausland / Sold Abroad	1,718
Abonnierte Exemplare / Subscribed Copies	4,962
Einzelverkauf/Retail	496
Sonstiger Verkauf / Other Sales	231
Freistücke/Free Copies	1,497

Abonnementpreise Subscription Prices

Deutschland regulär / Germany Regular	93.60 €
Deutschland Studierende / Germany Students	66.00 €
International regulär / International Regular	116.40 €
International Studierende / International Students	86.40 €

Einzelheft, Deutschland / Single Issue, Germany	16.90 €
Erscheinungsweise zweimonatlich / Bimonthly Publication	

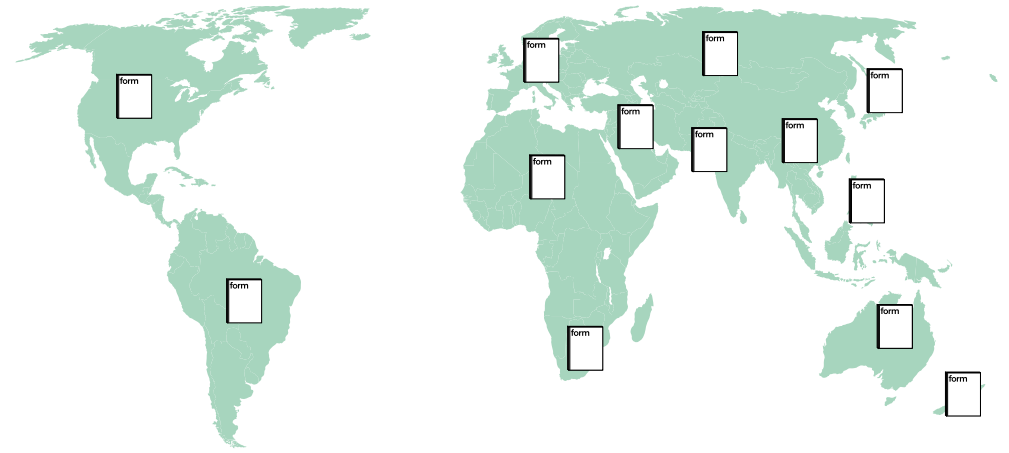
ISSN 0015-7678, ISBN: 978-3-943962-XX-X



form 15



form 34



Geografische Verbreitung Geographical Distribution

(Verlagseigene Berechnungen / Publisher's Own Calculations)

Deutschland/Germany	74 %
Ausland/Abroad	26 %

60 Länder 60 Countries

Africa	Egypt, Ethiopia, Libya, Nigeria, South Africa
Amerika	Argentina, Brazil, Chile, Canada, Colombia, Peru, Puerto Rico, USA, Uruguay
Asia	Armenia, China, Hong Kong, India, Indonesia, Iran, Israel, Japan, Malaysia, Pakistan, Philippines, Qatar, Singapore, South Korea, Taiwan, Thailand, Turkey, Vietnam
Europe	Austria, Belgium, Bulgaria, Croatia, Czech Republic, Denmark, Finland, France, Germany, Greece, Ireland, Island, Italy, Hungary Latvia, Lithuania, Luxembourg, Norway, Poland, Portugal, Romania, Russia, Sweden, Switzerland, Slovenia, Spain, The Netherlands, UK
Oceania	Australia, New Zealand

Magazinstruktur Magazine Structure

Das Magazin ist in die Bereiche Filter, Focus und Files unterteilt. Der Filter beschäftigt sich mit aktuellen Entwicklungen und Trends, stellt innovative Produkte und Konzepte vor, bietet Einblick in Forschungsprojekte und widmet sich ausführlich einer Veranstaltung. Eine umfangreiche design-relevante Agenda zu internationalen Ausstellungen, Messen, Konferenzen, Events und Wettbewerben komplettiert diesen Magazinteil.

Der Focus konzentriert sich auf das jeweilige Schwerpunktthema der Ausgabe. Dieses wird aus unterschiedlichen Blickwinkeln betrachtet, es werden relevante Praxisbeispiele vorgestellt und theoretische Analysen vorgenommen.

Files umfasst Projekt- und Studiovorstellungen, Ausstellungskritiken, die Auseinandersetzung mit historischen Themen, theoretische Diskurse, Rezensionen aktueller Publikationen, Apps und Webseiten sowie einen Einblick in jüngste Innovationen der Materialforschung.

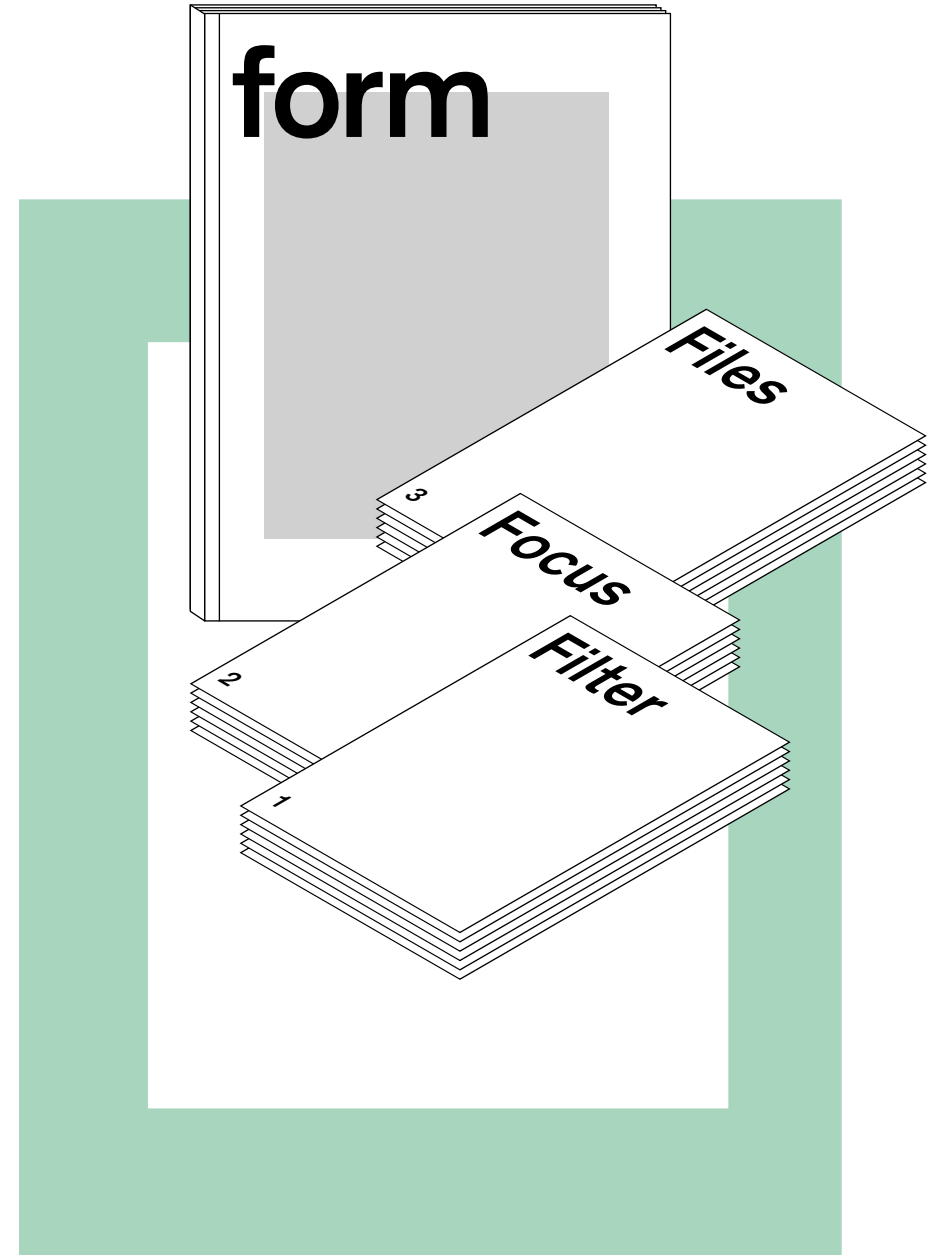
Der Focus ist werbefrei. Anzeigen können in den Teilen Filter und Files geschaltet werden.

- **The magazine is divided into the sections Filter, Focus, and Files. The Filter concentrates on current developments and trends, introduces innovative products and concepts, offers insights into research projects, and explores an event in detail. This section of the magazine is completed by an extensive Agenda covering international exhibitions, fairs, conferences, events, and competitions relevant to design.**

The Focus concentrates on the specific topic examined in the particular issue. This is looked at from various angles. Relevant examples from practice are discussed and theoretical analyses are carried out.

The Files comprises presentations of projects and studios as well as critical analyses of exhibitions. It looks at historical topics, engages in theoretical discourses, offers reviews of recent publications, apps, and websites and gives an insight into the latest innovations in materials research.

The Focus does not carry any advertising. Advertisements can be placed in the Filter or Files sections.



Erscheinungstermine 2018 Dates of Publication 2018

form 275, Jan/Feb 2018

Sport

14.12.17 (DP)
28.11.17 (CD)
30.10.17 (ED, CLD)

form 277, May/June 2018

Mexico

12.04.18 (DP)
27.03.18 (CD)
26.02.18 (ED, CLD)

form 279, Sep/Oct 2018

Embodiment

16.08.18 (DP)
31.07.18 (CD)
02.07.18 (ED, CLD)

form 276, Mar/Apr 2018

Failure

15.02.18 (DP)
30.01.18 (CD)
01.01.18 (ED, CLD)

form 278, Jul/Aug 2018

Weather

14.06.18 (DP)
29.05.18 (CD)
30.04.18 (ED, CLD)

form 280, Nov/Dec 2018

Borders

11.10.18 (DP)
25.09.18 (CD)
27.08.18 (ED, CLD)

Erscheinungstermin/Date of Publication (DP)
Druckunterlagenschluss/Copy Date (CD)
Anzeigenschluss/Closing Date (CLD)
Redaktionsschluss/Editorial Deadline (ED)

Schwerpunktthemen 2018 Focus Themes 2018

form 275, Jan/Feb 2018

Sport

Sport spielt in der Kultur der Menschheit schon seit Jahrtausenden eine wichtige Rolle. Wettkampf, Leistung, Gesundheit, Teamgeist und Fairness werden damit assoziiert und nicht selten kam ihm in der Geschichte eine Vermittlerrolle zwischen den Menschen unterschiedlicher Nationen zu. Heute ist Sport integraler Bestandteil einer milliardenschweren Industrie geworden, die sich von der Grafik über das Produkt bis hin zur Architektur durch weite Teile der Gestaltungsdisziplin zieht. Diese Ausgabe geht jenem Design nach, das über den Sport Eingang in unseren Alltag gefunden hat und unsere Umwelt maßgeblich prägt.

- Sport has played an important role in the culture of humankind for thousands of years. Competition, performance, health, team spirit, and fairness are all associated with it, and it has often also acted as a mediator between different countries. Today, sport has become an integral part of a billion-dollar industry, which stretches across large sections of the design discipline: from graphic design through products to architecture. This issue is inspired by design that has become part of everyday life through sport and has also had a major impact on our living environment.

form 276, Mar/Apr 2018

Failure

Erfolgsgeschichten werden oft und gerne erzählt – das gilt auch für das Design. Bahnbrechende Produktinnovationen, Verkaufsschlager und Klassiker finden ihren Platz im allgemeinen Bewusstsein, ebenso ihre Schöpfer. Doch was ist mit den vielen Fehlversuchen, den aussortierten Prototypen, den verworfenen Ideen und den ewigen Ladenhütern? In dieser Ausgabe widmen wir uns dem für die (nicht nur gestalterische) Evolution unentbehrlichen und doch viel zu wenig beachteten Phänomen des Scheiterns und seinen kreativen Potenzialen.

- Success stories are often gladly shared – and this is also true for design. Cutting-edge innovative products, sales hits, and classics all find their way into the general consciousness, as do their creators. But what about the many failures, discarded prototypes, rejected ideas, and eternal shelf-warmers? In this issue, we dedicate ourselves to the phenomenon of failure and its creative potential, so indispensable for (not only the creative) evolution and yet often ignored.

form 277, May/June 2018

Mexico

Dass Mexiko sowohl eine wichtige Industrienation als auch Heimat einer aufstrebenden Gestaltungsszene ist, lässt sich 2018 beispielhaft an zwei Veranstaltungen ablesen: Der zentralamerikanische Staat ist Partner der Hannover Messe, zudem ist Mexiko-Stadt zur World Design Capital 2018 ernannt worden. In form 277 machen wir uns auf die Suche nach Strömungen, Protagonisten, Hintergründen und Innovationen des mexikanischen Designs und nähern uns dabei ebenso der Rolle des Landes als fortschrittliche Wirtschaftsmacht wie auch als Hüter alter Traditionen und als einer von Krisen gebeutelten Konfliktzone.

- **Mexico is an important industrialised nation as well as the home of an emerging design scene. Two events in 2018 are a testament to this: the Central American state is the partner country of the Hannover Messe in 2018, and, Mexico City, has been appointed World Design Capital 2018. In form 277 we focus on the trends, personalities, backgrounds, and innovations of Mexican design as well as looking at the role of the country as an advanced economic power, guardian of old traditions, and a conflict zone shaken by crises.**

form 278, Jul/Aug 2018

Weather

Temperatur, Niederschlag, Sonnenschein, Wind und Wolken bestimmen unseren Alltag und als Klima langfristig Lebensbedingungen auf der ganzen Welt. Versuche, das Wetter zu kontrollieren, gab und gibt es viele, doch beweist die Natur immer wieder, dass Technologie sie (noch) nicht zähmen kann. form 278 begibt sich auf die Spuren der vielfältigen Berührungspunkte zwischen Wetter und Design, ob in Aufzeichnung und Visualisierung, in der Mode, bei Lösungen im Fall von Naturkatastrophen oder im Umgang mit dem Klimawandel.

- **Temperature, rain, sunshine, wind, and clouds determine our everyday life and climate determines longer-term living conditions all over the world. There have been and are many attempts to control weather, but nature always proves that technology cannot (as yet) tame it. form 278 traces the various points of contact between weather and design, for example, in documenting and creating visualisations, through fashion, and also in finding solutions in response to natural catastrophes or dealing with climate change.**

form 279, Sep/Oct 2018

Embodiment

Embodiment beschreibt das Zusammenspiel und die gegenseitige Beeinflussung von psychischer und körperlicher Wahrnehmung, die gemeinsam zur vollwertigen Handlungsfähigkeit eines Wesens beitragen. Aus dieser Theorie lassen sich Schlüsse ziehen, die auch für die Gestaltung relevante Ansätze liefern, etwa bei der Forschung im Bereich der künstlichen Intelligenz, des User-centred Design, des Human Enhancement oder der Prothetik. In dieser Ausgabe beschäftigen wir uns auf theoretischer Ebene mit dem Embodiment, stellen Praxisbeispiele vor und wagen einen Blick auf mögliche Zukunftsszenarien.

- **Embodiment describes the interplay and mutual influencing between mental and physical perceptions, which together contribute to a being's ability to function. Using this theory, we can draw conclusions that also provide relevant approaches for design, for example in research in the field of artificial intelligence, user-centred design, human enhancement or prosthetics. In this issue, we look at embodiment at a theoretical level, present practical examples, and take a look at possible future scenarios.**

form 280, Nov/Dec 2018

Borders

Moderne Technologie hat die Welt, wie es Marshall McLuhan bereits in den 1960er-Jahren formulierte, zu einem globalen Dorf gemacht, in dem geografische Distanz eine untergeordnete Rolle spielt. Dennoch ist dieses Dorf nach wie vor von physischen ebenso wie von ideologischen Grenzen durchzogen, die sich teilweise eher verhärten statt aufzuweichen. In form 280 fragen wir uns, welche Rolle Design spielen kann, um Grenzen unterschiedlicher Art zu visualisieren, sie zu überwinden oder gar aufzulösen und verschiedene Communities einander näherzubringen – und mit welchen eigenen Grenzen die Disziplin dabei fertig werden muss.

- **Already in the 1960s, Marshall McLuhan spoke of modern technology turning the world into a global village where geographical distance plays a subordinate role. This village nonetheless continues to be permeated by physical as well as ideological boundaries, which sometimes harden rather than soften. In form 280 we ask ourselves what role design can play to visualise different kinds of boundaries, overcome them or even dissolve them to bring different communities closer together – while considering the limits design itself has to deal with.**

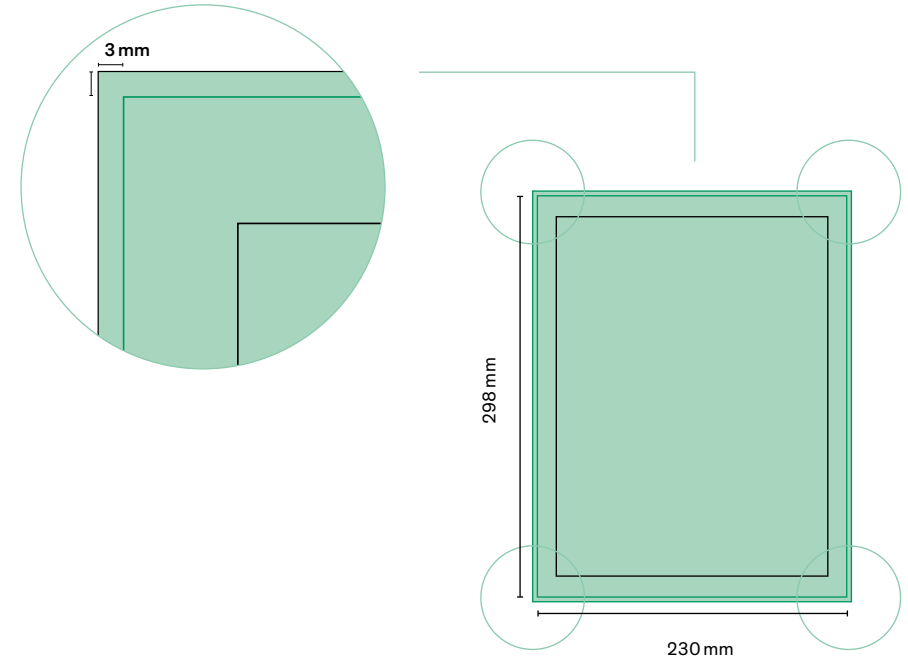
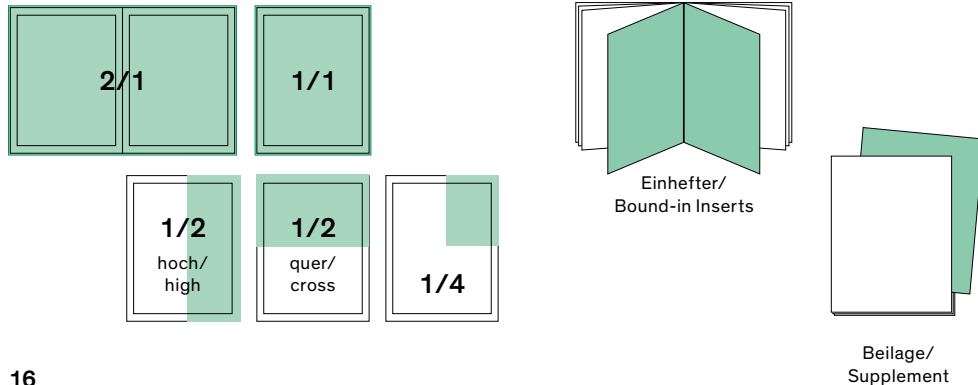
Anzeigenformate und Preise

Advertisement Formats and Prices

Bezeichnung/ Description	Format	Preis regulär / Regular Price
Opening Spread, U2 und Seite 3 / Inside Front Cover and Page 3	460 × 298 mm	9,960 €
U2/Inside Front Cover	230 × 298 mm	6,225 €
U3/Inside Back Cover	230 × 298 mm	5,975 €
U4/Outside Back Cover	230 × 298 mm	6,225 €
2/1 Seite/Page	460 × 298 mm	9,480 €
1/1 Seite/Page	230 × 298 mm	4,980 €
1/2 Seite hoch / Page High	109.5 × 298 mm	2,735 €
1/2 Seite quer / Page Cross	230 × 147.5 mm	2,735 €
1/4 Seite/Page	109.5 × 147.5 mm	1,695 €

Bezeichnung/ Description	Format	Preis regulär / Regular Price
Einhefter/Bound-in Inserts (1/1 or 2/1)	230 × 298 mm	290 € or 399 €
Beilagen bis / Loose Inserts up to 25 g	max. DIN A4	290 €
Beilagen/Loose Inserts 25 – 50 g	max. DIN A4	348 €
Beilagen/Loose Inserts 50 – 100 g		406 €
Beilagen/Loose Inserts 100 – 200 g		464 €
Beilagen über / Loose Inserts over 200 g		493 €

Die Preise gelten pro 1.000 Stück zzgl. Porto. / Prices apply per 1,000 pieces plus postage.



Technische Informationen

Technical Information

(Anzeigen und Stellenmarkt / Adverts and Job Market)

Datenlieferung/Data Supply	PDF/X3
(Aufbereitung nach drucktechnischen Vorgaben/ Preparation According to Printing Specs)	
Zeitschriftenformat/Magazine Format	230 × 298 mm
Beschnittzugabe bei randabfallenden Anzeigen / Trim for Full Bleed Adverts	3 mm umlaufend/On All Sides ohne Schnittmarken / Without Crop Marks

Druckverfahren/Printing Method	Offset
Bindung/Binding	PUR-Klebebindung/Glue Binding
Papier/Paper	Bilderdruckpapier/Illustration Printing Paper 115 g/m ²
Umschlag/Cover	Bilderdruckpapier/Illustration Printing Paper 300 g/m ²
PDF-Standard	PDF/X3
Farbprofil/Colour Profile	ISO Coated v2

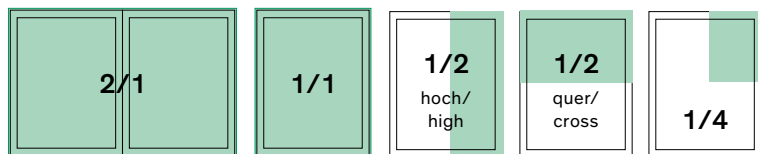
Stellenmarkt Job Market

Mit einer form-Stellenanzeige erreichen Sie nicht nur 20.000 Leser aus den Bereichen Produkt-, Industrie- und Kommunikationsdesign, sondern auch rund 16.000 Besucher (monatlich) unserer Onlineplattform form.de

Bei Buchung einer Printanzeige erscheint Ihr Stellenangebot zusätzlich kostenlos auf form.de. Selbstverständlich können Sie Ihre Anzeige auch nur im Onlinebereich schalten (→ S. 26).

- A form job advertisement not only reaches 20,000 readers from product, industrial, and graphic design, but also the 16,000 visitors (monthly) of our online platform from.de

Booking a printed job advertisement also holds the option for a free-of-charge publication on form.de. However, it is also possible just to book an online publication as well (→ p. 26).



Bezeichnung/ Description	Format	SW-Druck/ BW Print	4C-Druck/ 4C Print
1/1 Seite/Page	230 × 298 mm	2,360 €	3,650 €
1/2 Seite hoch / Page High	109.5 × 298 mm	1,230 €	1,870 €
1/2 Seite quer / Page Cross	230 × 147.5 mm	1,230 €	1,870 €
1/4 Seite/Page	109.5 × 147.5 mm	635 €	950 €

Rabatte Discounts

Alle Rabatte gelten für die Abnahme innerhalb eines Kalenderjahres. Hierbei wird die jeweils höchste Staffel angewendet.

- All discounts count for acceptance within a calendar year.

The highest discount will be applied in each case.

Malstaffel/
Frequency Discount

Für 2 Anzeigen / For 2 Adverts	5%
Ab 3 Anzeigen / From 3 Adverts	10%

Mengenstaffel/
Volume Discount

Für 3 Seiten / For 3 Pages	10%
Ab 4 Seiten / From 4 Pages	15%
Ab 6 Seiten / From 6 Pages	20%

Zuschläge Supplements

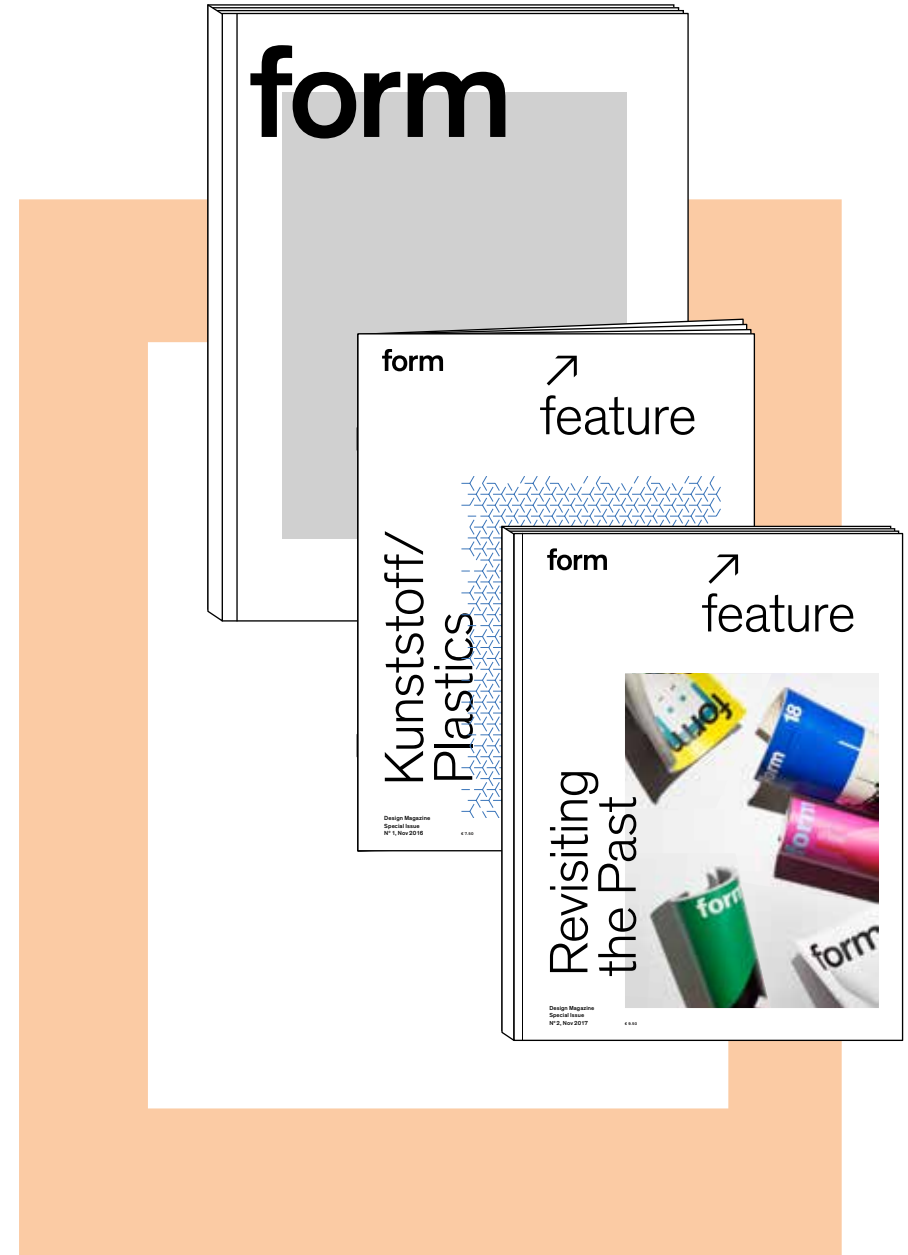
Sonderfarbe/Special Colour	1,340 €
Mehrere Sonderfarben auf Anfrage / Several Special Colours on Request	

Alle Preise zzgl. MwSt. / All prices plus VAT.

Sonderheft Special Issue

Das Format form feature bietet als eigenständige und doch mit dem Magazin verbundene Publikation den Raum zur intensiven Beschäftigung mit ausgewählten Schwerpunkten. Dabei bilden für die Designbranche relevante Veranstaltungen, Projekte oder Entwicklungen die Basis. In engem Austausch mit den jeweiligen Initiatoren werden themenspezifische Inhalte recherchiert, erarbeitet und redaktionell aufbereitet. Das eigens für form feature entwickelte Editorial Design bietet hierbei je nach Bedarf verschiedene Präsentationsmöglichkeiten, etwa als Ausstellungskatalog, Case Study, Produktvorstellung, Interview oder Bildstrecke. Durch den Vertrieb als Beileger zum form Magazin werden alle Abonnenten erreicht. Zudem ist jede Ausgabe in unserem Online-shop auf form.de/shop auch einzeln erhältlich.

- The format of form feature as an independent publication yet associated with the magazine offers the space to examine in detail subjects with selected key areas. Events, projects, and developments relevant for the design industry provide the basis. In close co-operation with the respective initiators, we research, develop, and prepare specific subject areas with editorial content. The editorial design developed specifically for form feature offers various presentation options, according to need, such as an exhibition catalogue, case study, product presentation, interview or series of images. All subscribers are reached by distributing it as a supplement to the form magazine. In addition, each issue is available in our form.de/shop

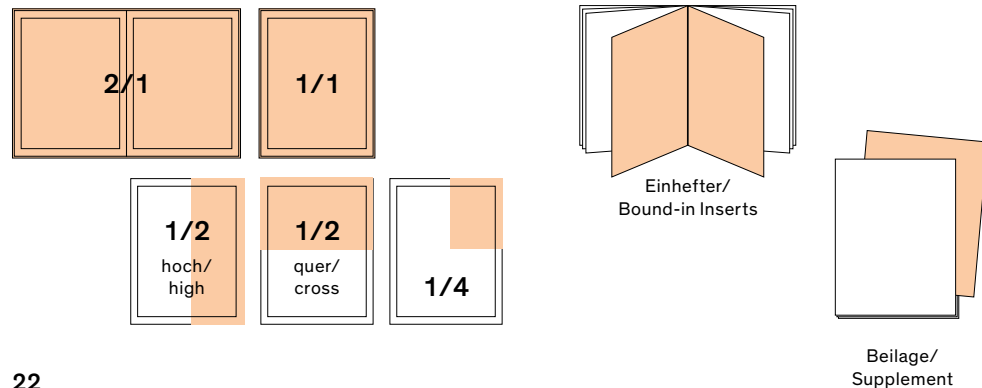


Anzeigenformate und Preise Advertisement Formats and Prices

Bezeichnung/ Description	Format	Preis regulär / Regular Price
U2/Inside Front Cover	200 × 260 mm	6,225 €
U3/Inside Back Cover	200 × 260 mm	5,975 €
U4/Outside Back Cover	200 × 260 mm	6,225 €
1/1 Seite/Page	200 × 260 mm	4,980 €
1/2 Seite hoch / Page High	98.5 × 260 mm	2,735 €
1/2 Seite quer / Page Cross	200 × 128.5 mm	2,735 €
1/4 Seite/Page	98.5 × 128.5 mm	1,695 €

Bezeichnung/ Description	Format	Preis regulär / Regular Price
Einhefter/Bound-in Inserts (1/1 or 2/1)	200 × 260 mm	290 € or 399 €
Beilagen bis / Loose Inserts up to 25 g	max. 200 × 260 mm	290 €
Beilagen/Loose Inserts 25 – 50 g	max. 200 × 260 mm	348 €
Beilagen/Loose Inserts 50 – 100 g		406 €
Beilagen/Loose Inserts 100 – 200 g		464 €
Beilagen über / Loose Inserts Over 200 g		493 €

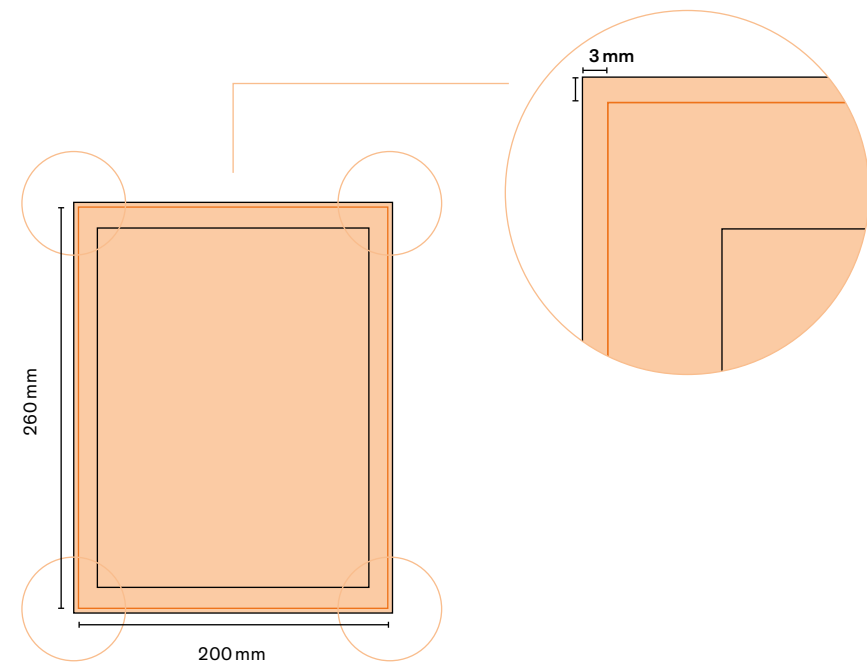
Die Preise gelten pro 1.000 Stück zzgl. Porto. / Prices apply per 1,000 pieces plus postage.



Technische Informationen Technical Information

(Anzeigen/Adverts)

Datenlieferung/Data Supply	PDF/X3
(Aufbereitung nach drucktechnischen Vorgaben / Preparation According to Printing Specs)	
Zeitschriftenformat/Magazine Format	200 × 260 mm
Beschnittzugabe bei randabfallenden Anzeigen / Trim for Full Bleed Adverts	3 mm umlaufend / On All Sides ohne Schnittmarken / Without Crop Marks
Druckverfahren/Printing Method	Offset
Papier/Paper	Bilderdruckpapier/Illustration Printing Paper 115 g/m ²
Umschlag/Cover	Bilderdruckpapier/Illustration Printing Paper 300 g/m ²
PDF-Standard	PDF/X3
Farbprofil/Colour Profile	ISO Coated v2



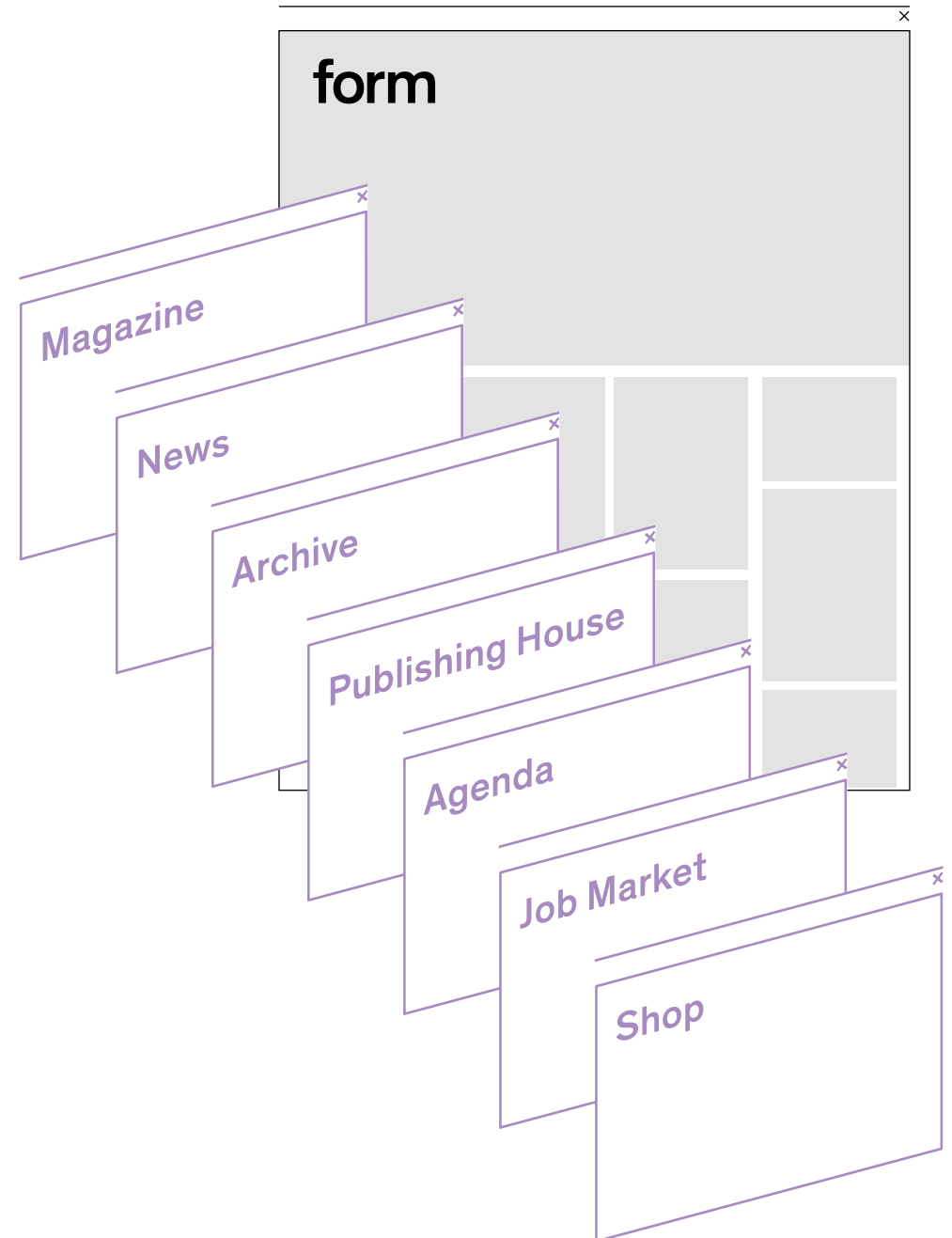
Struktur und Rubriken Structure and Sections

Das Onlineportal form.de ergänzt die Printpublikation um zusätzliche Inhalte und erreicht damit sowohl die Leserschaft als auch ein weiteres Publikum an Designschaffenden und -interessierten auf der ganzen Welt.

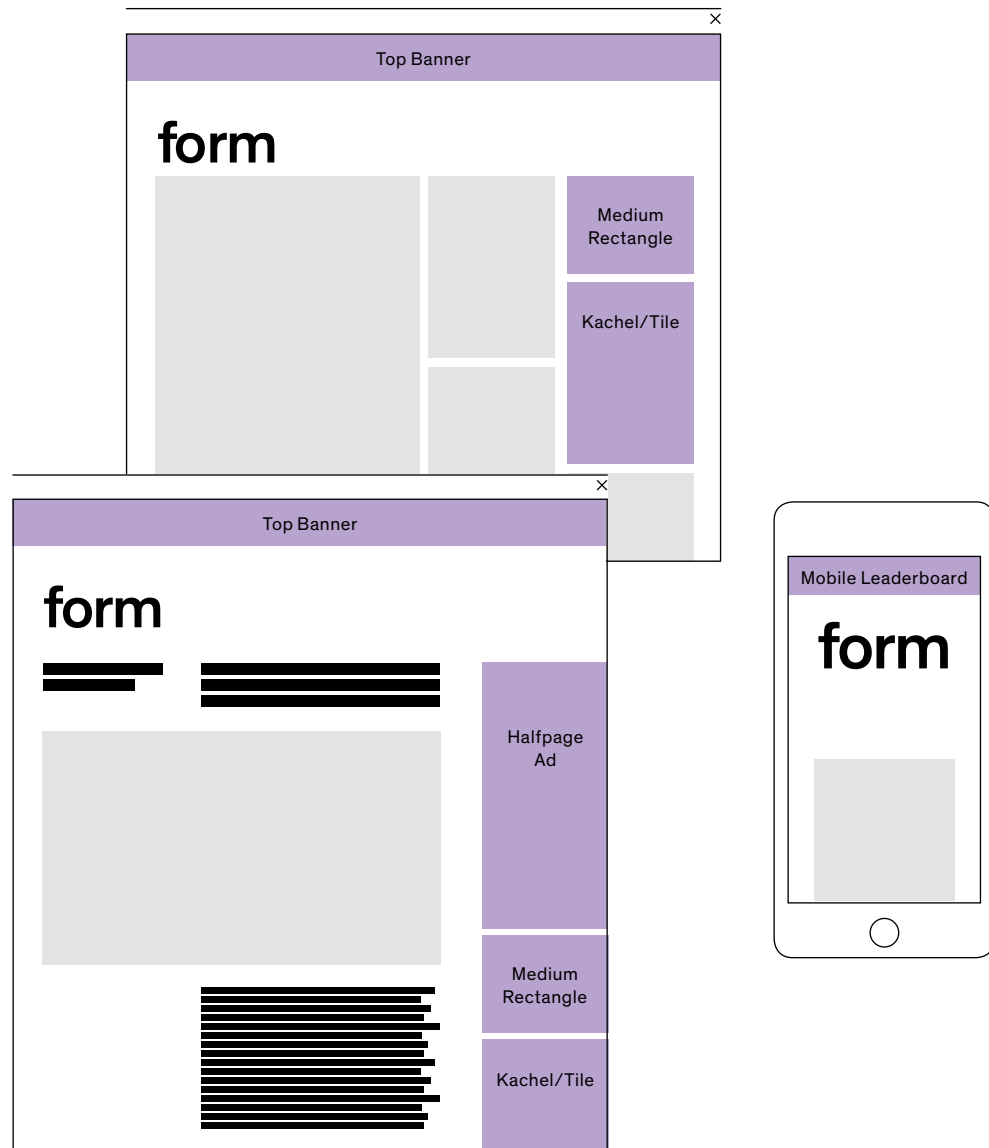
Aktuelle Meldungen, Veranstaltungshinweise, Rezensionen und die ausführliche Agenda halten den Besucher der Webseite über die internationale Designszene auf dem Laufenden. Eine Auswahl an Artikeln aus jeder form-Ausgabe wird in der Rubrik Magazin zur Verfügung gestellt und durch Bild- und Videomaterial ergänzt. Dossiers vertiefen, erweitern und komplettieren die Themen des Magazins digital. Im Archiv sind alle Ausgaben der form, die zwischen 1957 und 2011 erschienen sind, zugänglich. form.de ist damit ein unverzichtbares Recherchetool für Gestalter aller Disziplinen. Über den form-Onlineshop können die Printpublikationen und Editionen bestellt werden. Ein weiterer Bestandteil von form.de ist der Job Market, der auf internationale Stellenangebote in der Designbranche aufmerksam macht.

- The online portal, form.de, supplements the print publication with additional content and reaches both the readership and a further audience of people interested and creatively engaged in design around the world.

Up-to-date reports, tips about events, reviews, and our detailed Agenda keep visitors to the website in the know about the latest happenings on the international design scene. A selection of articles from each issue of form is made available under the Magazine section, which are supplemented by image and video material. Dossiers deepen, expand, and complete the magazine's topics online. All the issues of form published between 1957 and 2011 can be accessed in the archive, making form.de an indispensable research tool for designers from all disciplines. Print publications and editions can be ordered from form's online shop. Another aspect of form.de is the Job Market, which draws attention to international job vacancies in the design industry.



2017 kam form.de auf monatlich 16.000 Besucher und 40.000 Seitenabrufe.
In 2017 16,000 people visited form.de every month, with 40,000 page impressions.



Anzeigenformate und Preise Advertisement Formats and Prices

Bezeichnung/ Description	Format	Platzierung/ Positioning
Top Banner	320 × 50 px (Mobile) 620 × 100 px (Tablet Portrait) 940 × 100 px (Tablet Landscape) 1260 × 100 px (Big Screen)	Am Kopf jeder Seite / On Top of All Pages
Mobile Leaderboard	320 × 50 px	Am Kopf jeder Seite (Mobilgeräte) / On Top of All Pages (Mobile Devices)
Medium Rectangle	300 × 250 px	Startseite und Unterseiten / Front Page and Sub Pages
form Kachel/ form Tile	300 × 420 px	Startseite und Unterseiten / Front Page and Sub Pages
Halfpage Ad	300 × 600 px	Unterseiten/Sub Pages

99 € TKP* für alle Formate / CPM* for All Formats

* Tausend-Kontakt-Preis (Geldbetrag, der eingesetzt werden muss, um 1.000 Personen einer Zielgruppe zu erreichen.) / Cost per Mille (Amount of money that has to be used to reach 1,000 people of a target group.)

Technische Informationen Technical Information

Datenlieferung/Data Supply	GIF, JPG, SWF
Datengröße/Data Size	max. 100 KB

(Datenart und -menge von Videoanzeigen auf Anfrage / data kind and volume of video advertisements on request)

Stellenmarkt Job Market

Mit einer online form-Stellenanzeige erreichen Sie nicht nur 16.000 Besucher unserer Onlineplattform form.de, sondern haben zudem die Möglichkeit, eine Printanzeige in unserem Magazin (→ S. 16) zu buchen, um auch unsere 20.000 Leser zu erreichen.

- **With an online job advertisement on form.de you not only reach the 16,000 visitors of our form.de online platform, but you additionally get the chance to book a printed job advertisement (→ p. 16) reaching our 20,000 magazine readers .**

Technische Informationen Technical Information

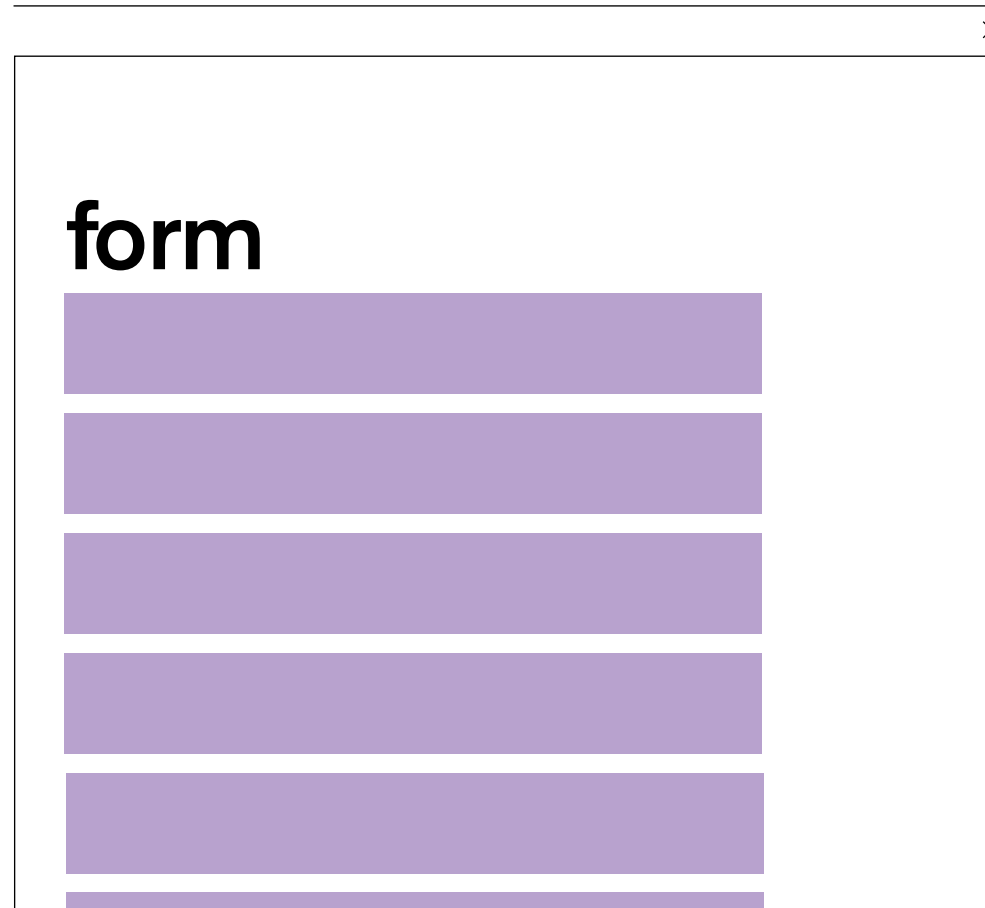
(Job Market)

Datenlieferung/Data Supply

PDF-Datei per E-Mail / PDF File via Email

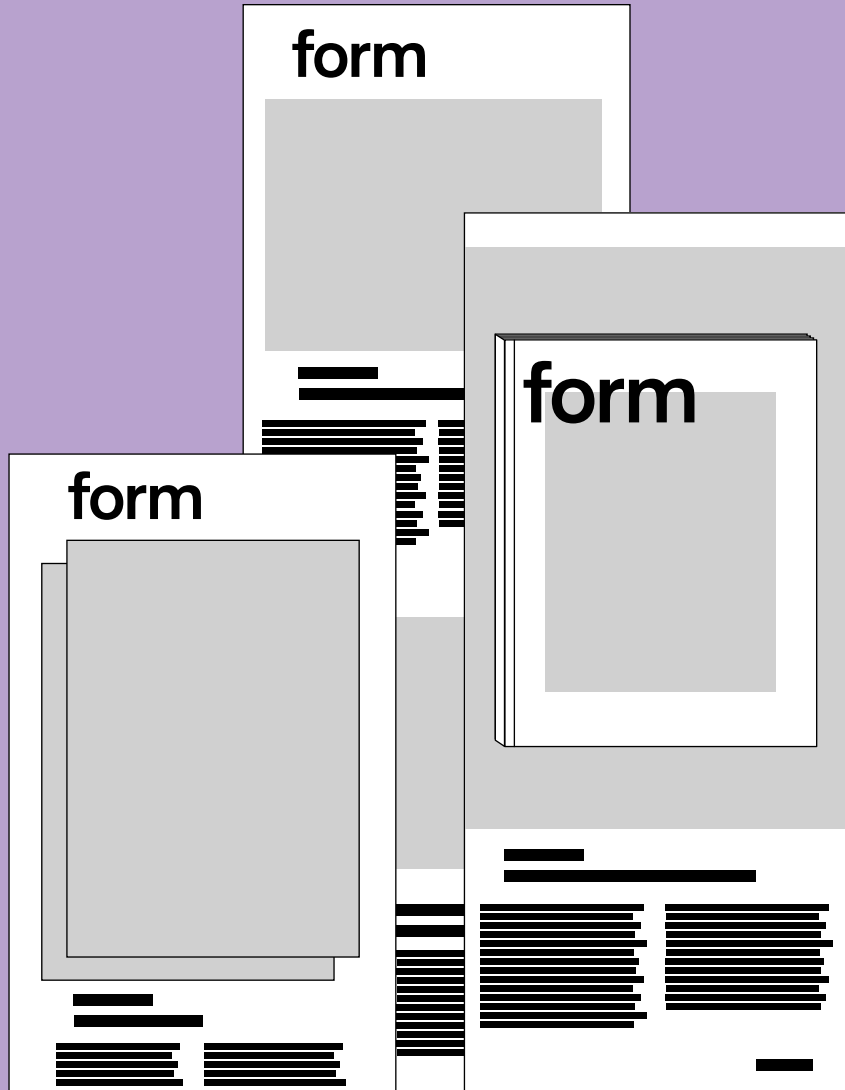
Gratis für Abonnenten / For Free for Subscribers

490 € pro Monat für Nicht-Abonnenten / Monthly Without Valid Magazine Subscription



Der form.de-Newsletter erscheint mindestens sechsmal im Jahr und wird an 16.000 Abonnenten versandt.

The form newsletter is published at least six times a year and is sent to more than 16,000 subscribers.



Text- und Bildanzeige Newsletter Newsletter Text and Image Advertisement

Die Anzeigen im Newsletter erscheinen im Textformat (Deutsch und Englisch) mit Bildern.
Die URL-Verlinkung zu einer gewünschten Webseite ist möglich.

- The newsletter advertisement is carried out in text format (German and English) and images. URL linking to a desired website is possible.

Bezeichnung/ Description	Format	Preis regulär / Regular Price
Text-Anzeige/Text Advert	1,400 Zeichen inkl. Leerzeichen / Characters Incl. Blanks	600 €* 600 €* 600 €* 600 €*
Bild-Anzeige/Image Advert	480 x 100 bis/to 300 px	750 €* 750 €* 750 €* 750 €*
Text- und Bildanzeige / Text and Image Advert	Beide Formate / Both Formats	900 €* 900 €* 900 €* 900 €*

* Für einen Newsletter / For One Newsletter (Mengenrabatt auf Anfrage / Volume Discount on Request)

Stand-alone Newsletter

Umfang zwischen 5.000 und 8.000 Zeichen inkl. Leerzeichen / Text Extent Between 5,000 and 8,000 Characters Incl. Blanks

Deutsch und Englisch / German and English (Textlieferung in einer oder beiden Sprachen durch den Kunden / Text Provided in One or Both Languages by Customer)

Inkl. Bildmaterial / Incl. Images (4 – 5 Bilder, Anlieferung durch den Kunden / 4 – 5 Images, Provided by Customer)

Logoplatzierung nicht möglich / No Placement of Logos

4.800 €
4.800 €
4.800 €
4.800 €

Technische Informationen Technical Information

(Für beide Newsletterarten / For Both Types of Newsletters)

Datenlieferung/Data Supply Text	Word-Datei per E-Mail / Word Format via Email
Datenlieferung/Data Supply Bilder/Images	GIF, JPG (max. 100 KB)

Kooperationen Collaborations

form erreicht mit dem Magazin, zusätzlichen Publikationen sowie Veranstaltungen und Initiativen ein breites und internationales Fachpublikum aus allen Designdisziplinen. Eine Partnerschaft gibt Ihnen die Möglichkeit, dieser Zielgruppe Ihre Produkte, Dienstleistungen und Kompetenzen zu präsentieren. Sowohl im Herstellungsprozess (Material, Veredelung etc.) als auch im Eventbereich freuen wir uns auf anregende Kooperationen.

- **With its magazine, additional publications, events, and initiatives, form reaches a broad and international specialist audience across all design disciplines. Having a partnership will give you the opportunity to present your products, services, and skills to this target group. We look forward to a stimulating collaboration both in the production process (material, refining, etc.) or concerning events.**

Kontakt Contact

Verlag form GmbH & Co. KG
Wildunger Straße 8
60487 Frankfurt/Main
Germany

T +49 69 153 269 430
F +49 69 153 269 431

form@form.de
form.de

Anzeigen/Advertising
anzeigen@form.de
T +49 69 153 269 444

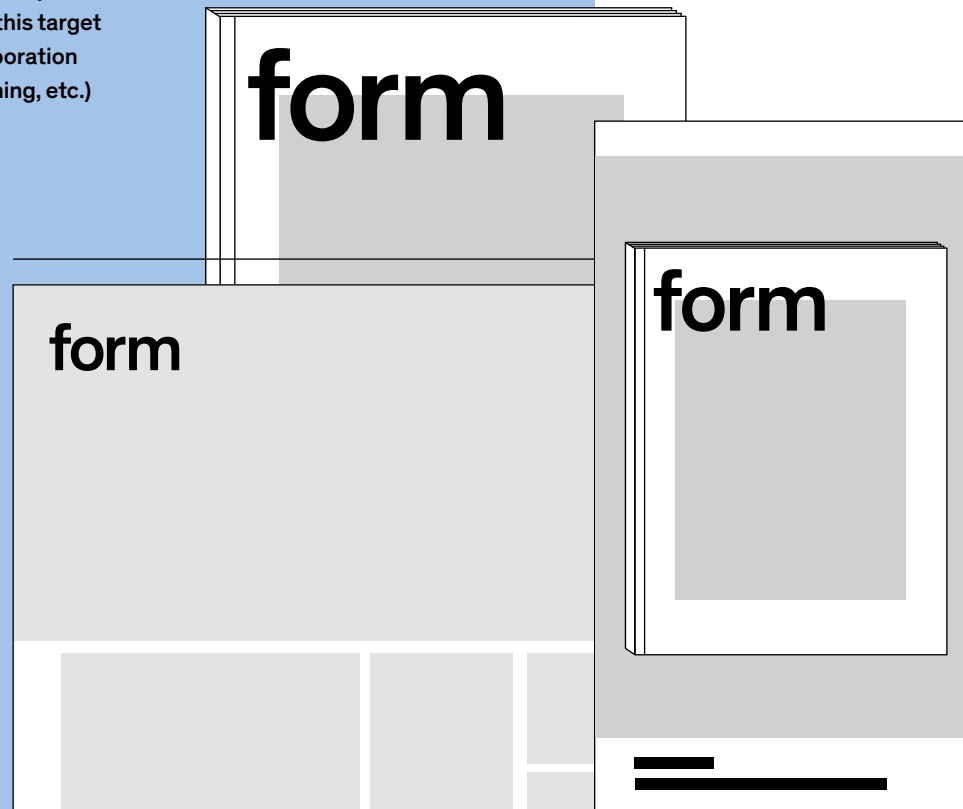
Marketing, Vertrieb/Sales
Melanie Aufderhaar
melanie.aufderhaar@form.de

Janette Wrzyciel
janette.wrzyciel@form.de

Herausgeber/Publisher
Peter Wesner
peter.wesner@form.de

Chefredakteur/Editor-in-Chief
Stephan Ott
stephan.ott@form.de

Redaktion/Editorial Department
redaktion@form.de



Geschäftsbedingungen (AGBs) / Terms and Conditions

Allgemeine Geschäftsbedingungen der Verlag form GmbH & Co. KG für Anzeigen und Beilagen.

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen ist das Angebot auf Abschluss eines Vertrags über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung. „Beilagenauftrag“ ist das Angebot auf Abschluss eines Vertrags über die Veröffentlichung einer gedruckten Beilage zu einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung mit dieser Druckschrift. Die Wirksamkeit des Beilagenauftrags setzt voraus, dass dem Verlag das Muster der Beilage vorgelegt wird. Anzeigen- und Beilagenaufträge werden nachstehend zusammenfassend auch als „Werbeaufträge“ bezeichnet. Der auf einen Anzeigen- beziehungsweise Beilagenauftrag hin abgeschlossene Vertrag wird als „Anzeigen- beziehungsweise Beilagenvertrag“ und derartige Verträge zusammenfassend als „Werbeverträge“ bezeichnet.

2. Vertragsschluss: Werbeaufträge können persönlich, telefonisch, schriftlich (auch per Telefax), per E-Mail oder über die Internetseite des Verlags aufgegeben werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsfehler. Der jeweilige Vertrag kommt erst durch die Auftragsbestätigung des Verlags zustande, die vorbehaltlich anderer individueller Vereinbarungen zwischen Verlag und Auftraggeber schriftlich (auch per Telefax) oder per E-Mail erfolgt.

3. Abruf: Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

4. Anzeigenpreise ergeben sich aus der bei Vertragsabschluss gültigen Anzeigenpreisliste des Verlags. Ändert sich der Anzeigentarif nach Vertragsabschluss, ist der Verlag berechtigt, den Preis nach dem zum Zeitpunkt der Veröffentlichung gültigen Preisliste zu berechnen; dies gilt nicht im Geschäftsverkehr mit Nichtkaufleuten, sofern zwischen dem Vertragsabschluss und dem Zeitpunkt der Veröffentlichung nicht mehr als vier Monate vergangen sind. Werbeagenturen und Werbemittlern ist es untersagt, die vom Verlag gewährten Mittlergebühren ganz oder teilweise an ihre Auftraggeber weiterzugeben.

5. Kündigung von Aufträgen, höhere Gewalt: Wird ein Vertrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der

tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Kann die Zeitschrift infolge höherer Gewalt (zum Beispiel Krieg, Mobilmachung, Arbeitskampf oder sonstige nicht vorhersehbare Ereignisse) überhaupt nicht, nicht in vollem Umfang oder nicht rechtzeitig erscheinen, ergeben sich daraus keine Ansprüche des Auftraggebers.

6. Anzeigenschluss und Erscheinungstermine: Die in der Preisliste ausgewiesenen Anzeigenschlüsse und Erscheinungstermine sind für den Verlag verbindlich. Dem Verlag steht es frei, Anzeigenschlusstermine und Erscheinungstermine kurzfristig, dem Produktionsablauf entsprechend, um bis zu zwei Wochen anzupassen.

7. Platzierung von Anzeigen: Anzeigen werden in bestimmten Nummern, Ausgaben oder an bestimmten Stellen der Publikation veröffentlicht, wenn dies ausdrücklich vereinbart und in der Auftragsbestätigung (vergleiche Ziffer 2) ausgewiesen wird. Rubrikanzeigen werden nur in der jeweiligen Rubrik abgedruckt. Sofern keine eindeutige Platzierung vereinbart ist, kann der Verlag die Platzierung frei bestimmen. Sollte eine Anzeige innerhalb einer bestellten Ausgabe nicht platziert werden können, kann der Verlag die Anzeige zum gleichen Preis in einer anderen Ausgabe derselben Druckschrift mit gleichem oder größerem Verbreitungsgebiet veröffentlichen, sofern nicht der Inhalt der Anzeige zwingend entgegensteht.

8. Ablehnung von Anzeigen- oder Beilagenaufträgen: Der Verlag behält sich vor Anzeigenaufträge (auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses) und Beilagenaufträge nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen wegen ihrer technischen Form oder ihrer Herkunft abzulehnen; dasselbe gilt, wenn der Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder die Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen.

9. Lieferung: Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentexts und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen, die bis spätestens einen Tag vor Anzeigenschluss erfolgen muss, ist der Auftraggeber verantwortlich. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

10. Gewährleistung: Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel müssen Kaufleute spätestens ein Jahr nach Veröffentlichung der Anzeige reklamieren. Bei rechtzeitig reklamiertem fehlerhaften Abdruck einer Anzeige, trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckunterlagen, kann der Auftraggeber den Abdruck

einer einwandfreien Ersatzanzeige (Nacherfüllung) verlangen. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte Frist verstreichen, verweigert er die Nacherfüllung, ist die Nacherfüllung dem Auftraggeber nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsminderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten als Auftraggeber verjähren zwölf Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige oder Beilage.

11. Haftung: Weitergehende Haftungen für den Verlag sind ausgeschlossen. Schadensersatzansprüche aus § 280 I BGB wegen positiver Forderungsverletzung, aus § 311 Abs. 2, 3, 241 Abs. 2, 280 Abs. 1 BGB und unerlaubter Handlung sind ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und der Höhe auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seiner Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlags für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von einfachen Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

12. Anzeigenrechnungen: Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung regelmäßig spätestens 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige oder Beilage übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

13. Anzeigenaufträge aus dem Ausland: Ist der Auftraggeber in einem Land ansässig, in dem der Verlag keine Auslandsvertretung unterhält, ist Vorauszahlung erforderlich, die bevorzugt über Kreditkarte (Euro- oder Mastercard, American Express oder Visacard) erfolgt. Ein ausländischer Auftraggeber muss seine Umsatzsteuer-Identifikationsnummer (USt-ID-Nr.) oder seinen Unternehmensnachweis oder seine Befreiung von der deutschen Umsatzsteuer zusammen mit dem Webeauftrag vorlegen. Ist der Werbevertrag nicht umsatzsteuerpflichtig, erfolgt die Rechnungsstellung ohne Umsatzsteuerberechnung. Der Verlag ist zur

Nachberechnung der Umsatzsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Vergütung für den Werbevertrag als steuerbaren Umsatz ansieht.

14. Zahlungsverzug: Vorbehaltlich weitergehender Rechte und höherer gesetzlicher Verzugszinsen berechnet der Verlag bei Zahlungsverzug Verzugszinsen in Höhe von sieben Prozentpunkten über dem Basiszinssatz (§ 247 BGB). 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 Betrags und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Redaktionell gestaltete (Textteil-)Anzeigen: Die Aufmachung und Kennzeichnung redaktionell gestalteter Anzeigen ist rechtzeitig vor Erscheinen mit dem Verlag abzustimmen. Der Verlag ist berechtigt, Anzeigen deutlich mit dem Wort „Anzeige“ zu versehen, die nicht als solche erkennbar sind. Das Letztentscheidungsrecht obliegt hier dem Verlag. (Textteil-)Anzeigen müssen sich schon durch die Grundschrift vom redaktionellen Teil unterscheiden.

16. Haftung für den Inhalt der Anzeige: Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige beziehungsweise Beilage verantwortlich. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter wegen Urheberrechts-, Persönlichkeitsrechts-, Markenrechts- oder anderer Schutzrechtsverletzungen vollständig frei, einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverteidigung. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Anzeigenauftrag die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird der Verlag zum Abdruck einer Gegendarstellung oder Ähnlichem verpflichtet, hat der Auftraggeber die entstehenden Kosten nach der gültigen Anzeigenpreisliste zu tragen.

17. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Verlag berücksichtigt Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der von ihm gesetzten Frist mitgeteilt werden, andernfalls gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der korrigierten Probeabzüge.

18. Anzeigenbeleg: Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrags werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlags über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

19. Satzkosten: Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen und Zeichnungen sowie für

Geschäftsbedingungen (AGBs) / Terms and Conditions

vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

20. Chiffreanzeigen: Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Chiffreanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein.

21. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrags.

22. Platzierungsbestätigungen gelten nur unter Vorbehalt und können aus technischen Gründen geändert werden. In solchen Fällen kann der Verlag nicht haftbar gemacht werden. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlags.

23. Schlussbestimmungen: Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlags. Soweit Ansprüche des Verlags nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nichtkaufleuten, zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlags vereinbart.

●
General Standard Terms and Conditions of Verlag form GmbH & Co. KG for advertisements and supplements.

1. "Advertisement order" within the meaning of the following general standard terms and conditions shall be the offer for the conclusion of an agreement on publication of one or more advertisements in a publication for the purpose of distribution. "Order for a supplement" shall be the offer for conclusion of an agreement on the publication of a printed supplement to the publication for the purpose of distribution with this publication. The effectiveness of the order for a supplement presupposes that the sample of the supplement is submitted to the publishing company. Advertising orders and orders for supplements to-

gether shall also be designated hereinafter as "advertisement orders". The agreement concluded on the basis of an advertisement order or an order for a supplement shall be designated as the "advertisement or supplement agreement" and such agreements together as "advertisement agreements".

2. Conclusion of contract: orders for advertisements may be placed in person, by telephone, in writing (also via telefax), via email or by using the website of the publishing company. The publishing company shall not be liable for transmission errors. The respective agreement shall be realised only with confirmation of the order by the publishing company, which takes place in writing (also via telefax) or via email, subject to other individual agreements between the publishing company and the client.

3. Call for publication: in the case of doubt advertisements are to be called for publication within one year following the conclusion of contract. If the right to call individual advertisements is granted within the scope of an agreement, then the order is to be completed within one year as of appearance of the first advertisement, if the first advertisement is called and published within the period specified in sentence 1.

4. Advertising rates shall be derived from the publishing company's advertising rate list valid upon the conclusion of contract. If the advertising rate changes following the conclusion of contract, then the publishing company shall be entitled to calculate the price in accordance with the price list valid at the time of publication; however, this shall not apply for business transactions with customers, who are not merchants if no more than four months have transpired between the conclusion of contract and the time of publication. Advertising agencies and advertising agents shall be prohibited from passing on the agency fees granted by the publishing company to their clients either in part or as a whole.

5. Cancellation of orders, force majeure: if an agreement is not fulfilled due to circumstances for which the publishing company may not be held responsible, then without prejudice to any other legal obligations, the client shall be obliged to refund the difference between the discount granted and the discount corresponding to the actual purchase to the publishing company. No claims shall accrue to the client if the magazine is unable to appear at all, in its entirety or not on time due to force majeure (for example, war, mobilisation, labour disputes or other unforeseeable events).

6. Collection deadline and dates of publication: the collection deadlines and dates of publication shown in the price list shall be non-binding for the publishing company. The publishing company shall be free to adjust the collection deadlines and dates of publication by up to two weeks at short notice in accordance with the production run.

7. Placement of advertisements: advertisements shall be published in certain numbers, issues or at certain places in the publication if this is expressly agreed and shown in the order confirmation (compare clause 2). Column advertisements shall only be printed in the respective column. The publishing company shall be free to determine placement if no clear placement has been agreed on. If an advertisement cannot be placed within an ordered issue, then the publishing company may publish the advertisement at the same price in another issue of the same publication with the same or larger circulation area if such is not necessarily opposed as a result of the contents of the advertisement.

8. Rejection of advertisement orders or orders for supplements: the publishing company shall reserve the right to reject advertisement orders – as well as individual placements within the scope of an agreement – and orders for supplements due to their technical form or their origin in accordance with uniform, objectively justified principles; the same shall apply if the contents violate laws or official provisions or publication proves to be unreasonable for the publishing company. Supplements whose format or design give the impression to readers that a component of the newspaper or magazine is involved or which contain third party advertisements shall not be accepted.

9. Delivery: the client shall be responsible for the delivery of the advertising copy as well as faultless print materials or supplements on time one day prior to the collection deadline at the latest. The publishing company shall ensure the customary printing quality for the selected title within the scope of the possibilities presented by the print materials.

10. Warranty: in the case of obvious defects complaints must be reported by the client within two weeks following receipt of the invoice at the latest. Merchants shall be required to report unapparent defects one year after publication of the advertisement at the latest. In the case of complaints reported on time with regard to incorrect printing of an advertisement, despite punctual delivery of flawless printing material, the client may require that a replacement advertisement (subsequent performance) be printed without error. However, the claim to subsequent performance shall be excluded in the event that such is associated with disproportionate costs for the publishing company. The client shall have the right to withdraw from the agreement or to require abatement to the extent to which the purpose of the advertisement has been impaired if the publishing company allows a prescribed deadline to elapse, refuses subsequent performance or the subsequent performance proves to be unreasonable for the client or is unsuccessful. The warranty claims of merchants as clients shall fall under the statute of limitations twelve months after publication of the corresponding advertisement or supplement.

11. Liability: any other liabilities on the part of the publishing company shall be excluded. Claims for damages arising out of section 280 I of the German Civil Code (BGB) due to positive violation of a contractual duty, section 311 paragraphs 2 and 3 and section 241 paragraph 2, as well as section 280 paragraph 1 of the German Civil Code (BGB) and unlawful acts shall be excluded; claims for damages due to impossibility of performance and delay shall be limited to replacement of the foreseeable damage and the amount of the fee payable for the advertisement or supplement concerned. However, this shall not apply to intent and gross negligence on the part of the publishing company, its legal representative and vicarious agents. Liability on the part of the publishing company for damage due to the absence of warranted qualities shall remain unaffected. Furthermore, when it comes to commercial business operations the publishing company shall also not be liable for gross negligence on the part of simple vicarious agents; in all other cases liability for gross negligence vis-à-vis merchants shall be limited to the extent of the predictable damage up to the amount of the advertisement fee concerned. Complaints must be reported within four weeks of receipt of the invoice and voucher copy.

12. Advertisement invoices: in the event that the client does not pay in advance, then the invoice is normally sent 14 days after publication of the advertisement or supplement at the latest. The invoice is to be paid within the period indicated in the price list as of receipt of invoice insofar as no other term of payment has been agreed in the individual case. Any discounts for early payment shall be granted in accordance with the price list.

13. Advertising orders from abroad: advance payment – preferably by credit card (Euro- or Mastercard, American Express or Visa) – shall be required if the client resides in a country in which the publishing company does not maintain an agency abroad. A foreign client must submit a value added tax identification number (VAT-ID No.) or verification of being an entrepreneur or exemption from German value added tax together with the advertising order. If the advertising agreement is not subject to value added tax, then invoices shall be calculated without value added tax. The publishing company shall be entitled to subsequently charge value added tax if the fiscal authority regards the remuneration for the advertising agreement as a taxable sale.

14. Delay of payment: subject to any further rights and higher statutory interest on arrears the publishing company charges interest in the amount of seven percentage points above the basic interest rate (section 247 of the German Civil Code (BGB)) in the case of delay of payment. In the case of delay of payment the publishing company may defer further

execution of the current order until payment and require payment in advance for the remaining advertisements. If there is reasonable doubt with regard to the client's ability to pay, then the publisher shall be entitled – even during the term of an advertising agreement – to make publication of further advertisements dependent upon advance payment of the required amount and reconciliation of open invoice amounts, regardless of previously agreed terms of payment.

15. Editorially designed (text section) advertisements: the layout and flagging of editorially designed advertisements are to be coordinated with the publishing company in due time and prior to their appearance. The publishing company shall be entitled to clearly identify advertisements that are not recognisable as such with the word "advertisement". The publishing company shall have the ultimate right to make a decision. The body type must already distinguish (text passage) advertisements from the editorial section.

16. Liability for advertisement contents: the client shall be responsible for the contents and legal admissibility of the advertisement or supplement. The client shall completely indemnify the publishing company against any and all claims asserted by third parties due to violations of copyright, personal rights, trademark law or other industrial property rights, including appropriate costs for legal defence. The publishing company shall not be obliged to examine whether an advertising order impairs the rights of third parties. If the publishing company is obliged to print a reply or the like, then the client shall be responsible for the costs incurred in accordance with the valid advertising rate list.

17. Proofs shall only be provided if expressly requested. The publishing company shall take the correction of errors communicated to the publishing company within the period prescribed into consideration; otherwise permission to print shall be considered as having been granted. The client shall be responsible for the accuracy of the corrected proofs.

18. Hardcopy of advertisement: on request the publishing company provides a hard copy along with the invoice. Clipped advertisements, whole pages or complete issues are provided, depending on the type and scope of the advertising order. If a document cannot be procured any longer, then a legally binding certificate from the publishing company on publication and circulation of the advertisement shall take its place.

19. Typesetting costs: the client shall be responsible for the costs of preparing ordered printing documents and drawings as well as substantial changes to originally agreed performance desired or occasioned by the client.

20. Box number advertisements: in the case of box number advertisements the publishing company applies the due care and diligence of a prudent busi-

nessman when it comes to safekeeping and passing on offers in a timely manner. Registered letters and express letters to box number advertisements are passed on only via the normal mail service. Incoming mail for box number advertisements are kept for four weeks. Letters that are not collected within this period are destroyed. The publishing company returns valuable documents without obligation.

21. Print material shall only be returned to the client if specially requested. The duty of retention ends three months following expiration of the respective order.

22. Placement confirmations shall be valid subject to reservation and may be changed for technical reasons. The publishing company may not be held liable in such cases. The place of performance shall be the publishing company's principle place of business.

23. Final provisions: the place of jurisdiction for any legal action shall be the publishing company's principle place of business in the case of business transactions with merchants, legal entities under public law or special funds under public law. If the publishing company's claims are not asserted in collection proceedings, then the place of jurisdiction shall be determined by the domicile of non-commercial clients. If the domicile or usual place of residence of the client, also in the case of customers, who are not merchants, is unknown at the time that action is brought, or if the client has moved his domicile or usual place of residence out of the scope and area of application of the law following conclusion of contract, then the publishing company's principle place of business shall be agreed as the place of jurisdiction.

Kontakt Contact

Verlag form GmbH & Co. KG
Wildunger Straße 8
60487 Frankfurt/Main
Germany

T +49 69 153 269 430
F +49 69 153 269 431

form@form.de
form.de

Anzeigen/Advertising
anzeigen@form.de
T +49 69 153 269 444

Marketing, Vertrieb/Sales
Melanie Aufderhaar
melanie.aufderhaar@form.de

Janette Wrzyciel
janette.wrzyciel@form.de

Herausgeber/Publisher
Peter Wesner
peter.wesner@form.de

Chefredakteur/Editor-in-Chief
Stephan Ott
stephan.ott@form.de

Redaktion/Editorial Department
redaktion@form.de

