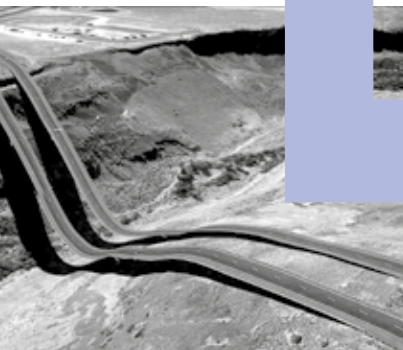


# ➤ Mediadaten/ Media Data 2017



# form



Date of Publication (DP)  
Copy Date (CD)  
Closing Date (CLD)  
Editorial Deadline (ED)

N° 269, Jan/Feb 2017

## Spielen/Play

15.12.16 (DP) • 29.11.16 (CD)  
15.11.16 (CLD) • 31.10.16 (ED)

N° 270, Mar/Apr 2017

## Land of Design South Korea

16.02.17 (DP) • 31.01.17 (CD)  
17.01.17 (CLD) • 30.12.16 (ED)

N° 271, May/June 2017

## Gefahr/Danger

13.04.17 (DP) • 28.03.17 (CD)  
14.03.17 (CLD) • 28.02.17 (ED)

N° 272, Jul/Aug 2017

## Muster/Pattern

15.06.17 (DP) • 30.05.17 (CD)  
16.05.17 (CLD) • 28.04.17 (ED)

N° 273, Sep/Oct 2017

## Protest

10.08.17 (DP) • 25.07.17 (CD)  
11.07.17 (CLD) • 30.06.17 (ED)

N° 274, Nov/Dec 2017

## Identität/Identity

12.10.17 (DP) • 26.09.17 (CD)  
12.09.17 (CLD) • 31.08.17 (ED)

## INHALT/CONTENT

Verlag, Magazin / Publishing House, Magazine 04  
Verbreitung / Distribution Print and Online 08

form Design Magazine 12  
↳ Magazinstruktur/Magazine Structure 12  
↳ Schwerpunktthemen 2017 / Focus Themes 2017 16  
↳ Auflage und Verbreitung / Circulation and Distribution 19  
↳ Anzeigenformate und Preise / Advertisement Formats and Prices 20  
↳ Stellenmarkt/Job Market 22  
↳ Rabatte/Discounts 23  
↳ Technische Informationen / Technical Information 24

form feature Special Issue 26  
↳ Anzeigenformate und Preise / Advertisement Formats and Prices 28  
↳ Technische Informationen / Technical Information 30

form.de Website 32  
↳ Struktur und Rubriken / Structure and Sections 32  
↳ Anzeigenformate und Preise / Advertisement Formats and Prices 36  
↳ Technische Informationen / Technical Information 37  
↳ Stellenmarkt/Job Market 38

Sponsoring 39

Newsletter  
↳ Formate und Preise / Formats and Prices 41  
↳ Technische Informationen / Technical Information 41

Geschäftsbedingungen (AGBs) / Terms and Conditions 42

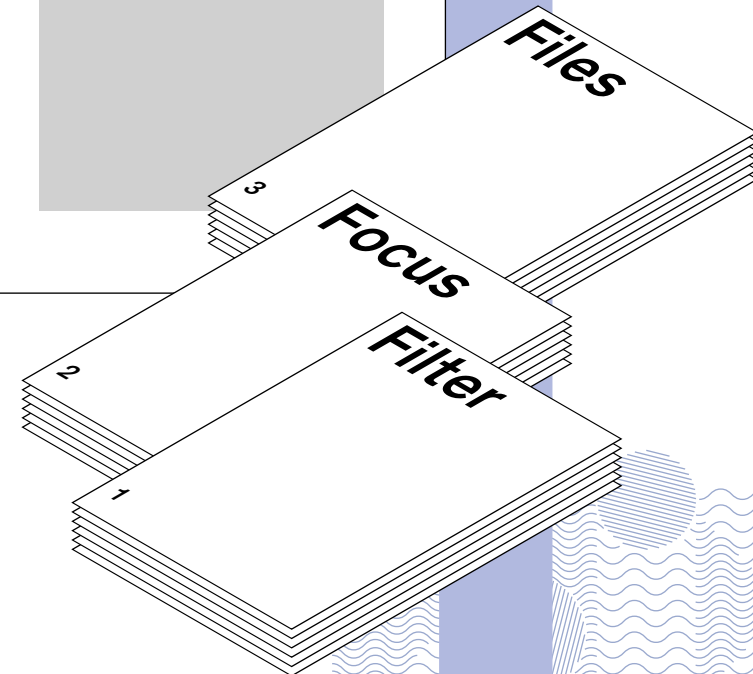
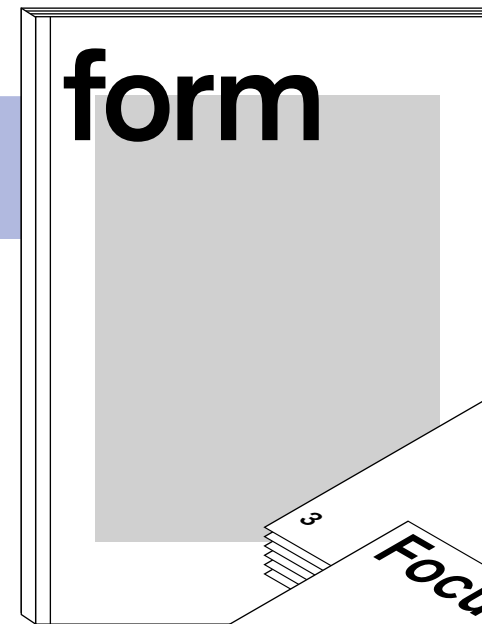
## form Design Magazine

Seit ihrer Gründung 1957 ist form die maßgebliche internationale Fachzeitschrift für Designer und gestaltungsinteressierte Leser. Bis heute sind über 260 Ausgaben des Magazins erschienen. Nach dem inhaltlichen und gestalterischen Relaunch im Jahr 2013 beschäftigt sich das Magazin in drei klar strukturierten Rubriken mit aktuellen Trends in verschiedenen Designdisziplinen und bietet außerdem einen Überblick über relevante Veranstaltungen und Events. form erscheint zweimonatlich im Volltext in deutscher und englischer Sprache.

Die Webseite form.de ergänzt das Magazin mit aktuellen Meldungen und Terminen. Das umfangreiche Heftarchiv, der Onlinestellenmarkt sowie der Onlineshop runden das Profil ab. Aufgrund der crossmedialen Ansprache der Leserschaft durch Magazin, Webseite und Social Media werden die Zielgruppen im In- und Ausland generationenübergreifend erreicht.

- **Since its foundation in 1957, form has been the leading specialised magazine for designers and readers interested in design. Over 250 issues of the magazine have been published to date. Following a content and design relaunch in 2013, the magazine contains three clearly structured sections dealing with current trends in the various areas of design, while also offering an overview on major activities and events. form is published bimonthly in German and English in full text.**

Running alongside the magazine, the website form.de provides new posts and information about current events on a daily basis. All of this is complemented by a comprehensive archive and an online shop. Thanks to its cross-media approach, drawing in readers through the magazine, website, and social media, form manages to reach target groups of all ages in Germany and abroad.





form erscheint seit nunmehr 60 Jahren. Gegründet 1957 von Jupp Ernst, Willem Sandberg, Curt Schweicher und Wilhelm Wagenfeld als „Internationale Revue“, hat sie sich über die Jahre als eines der weltweit führenden Magazine in den Bereichen Produkt-, Industrie- und Kommunikationsdesign etabliert.

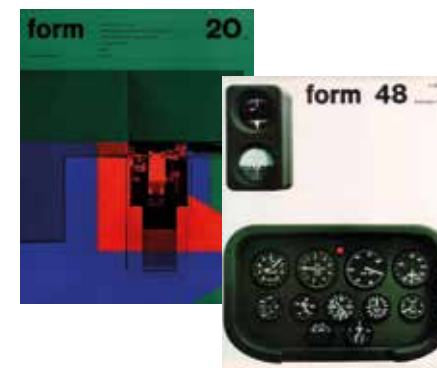
form spricht Kreative und Liebhaber aller Gestaltungsdisziplinen an. Zur Leserschaft gehören somit nicht nur Designer, Architekten, Lehrende und Studierende, sondern auch Designinteressierte aller Fachbereiche und Altersgruppen. Mit News, Schwerpunktthemen und Analysen bietet form Orientierung und stößt den Designdiskurs an.

Das Magazin sieht sich als Forum für fachspezifische Inhalte über alle Medien und Formate hinweg. Neben Print- und Onlinepublikationen sind auch Messen, Seminare, Workshops und Vorlesungen Teil des Portfolios.

- form has been published for 60 years. Founded in 1957 by Jupp Ernst, Willem Sandberg, Curt Schweicher, and Wilhelm Wagenfeld as the “Internationale Revue”, over the years it has established itself as one of the world’s leading magazines in the fields of product, industrial, and communication design.

form appeals to creatives and fans of all design disciplines. Its readership is made up not only of designers, architects, teachers and students, but also design fans of all ages and disciplines. Through its coverage of news, key topics, and analysis, form provides guidance and initiates the design discourse.

The magazine sees itself as a forum for subject-specific content across all media and formats. In addition to its print and online publications, its portfolio includes fairs, seminars, workshops, and lectures.



## Eine Anzeige in form erreicht An Ad in form Reaches

20.000

Leser aus den Bereichen  
Produkt-, Industrie-,  
Kommunikationsdesign  
Readers from Product,  
Industrial, Graphic Design

80 %

Entscheidungsträger  
Decision Makers

85 %

Studium an Hochschule,  
Fachhochschule, Universität,  
Akademie  
Study at College, University  
of Applied Science,  
University, Academy

40.000

Seitenabfrufe  
Page Impressions

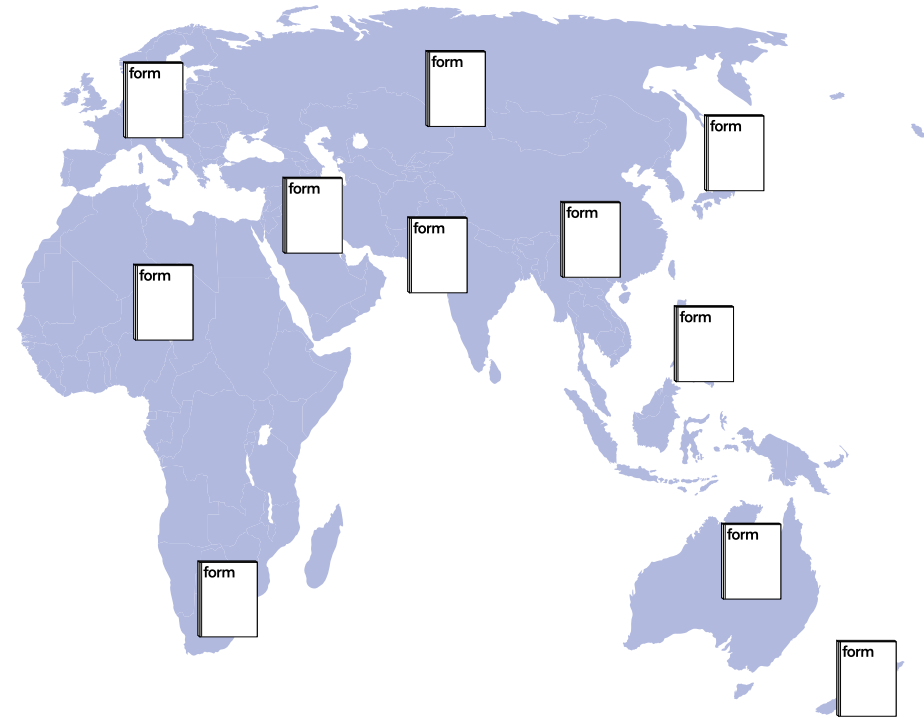
16.000

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 Akademie abgeschlossen. Unsere internationale Onlineplattform form.de kam in 2016 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, university or an academy. In 2016 our international online platform had about 16,000 visits and 40,000 page impressions a month.**

# 60 Länder 60 Countries



---

<b>AFRICA</b>	Egypt, Ethiopia, Libya, Nigeria, South Africa
<b>AMERICA</b>	Argentina, Brazil, Chile, Canada, Colombia, Peru, Puerto Rico, USA, Uruguay
<b>ASIA</b>	Armenia, China, Hong Kong, India, Indonesia, Iran, Israel, Japan, Malaysia, Pakistan, Philippines, Qatar, Singapore, South Korea, Taiwan, Thailand, Turkey, Vietnam

---

---

<b>EUROPE</b>	Belgium, Bulgaria, Croatia, Denmark, Germany, Finland, France, Greece, Ireland, Island, Italy, Latvia, Lithuania, Luxembourg, The Netherlands, Norway, Austria, Poland, Portugal, Romania, Russia, Sweden, Switzerland, Slovenia, Spain, Czech Republic, UK, Hungary
<b>OCEANIA</b>	Australia, New Zealand

---

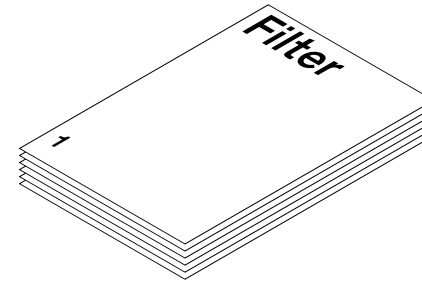
Das Magazin ist in die Bereiche Filter, Focus und Files unterteilt.  
**The magazine is divided into the sections Filter, Focus, and Files.**

Der Bereich Filter beschäftigt sich mit aktuellen Strömungen, neuen Trends und berichtet außerdem über Forschungsprojekte im Design und relevante Messen. Eine umfangreiche Agenda komplettiert diesen Teil des Magazins. Der Focus konzentriert sich ausschließlich auf das jeweilige Schwerpunktthema einer Ausgabe. Im letzten Teil, dem Files-Teil, werden neue Publikationen, Materialien, laufende Ausstellungen und interessante Designstudios vorgestellt.

- **Filter deals with current trends, creates clusters of content of emerging trends and also reports on research projects and relevant fairs. An extensive agenda with events rounds off this part of the magazine. The Focus section concentrates exclusively on the key topic that forms the theme of an issue. Regardless of the key topic of an issue, the Files section discusses new publications, materials, and ongoing exhibitions.**

Werbeanzeigen können in den Teilen Filter und Files geschaltet werden.

- **Advertisements can be placed in the Filter and Files sections.**



## Cluster

Die Cluster beinhalten kurze Meldungen, Trends und Neuigkeiten aus allen Bereichen des Designs.

- **Cluster include short reports, trends, and innovations from all areas of design.**

## Research

Die Kategorie Research bietet Einblicke in Forschungsprojekte aus verschiedenen Bereichen.

- **The Research category offers insights into the latest research projects from different fields.**

## Fairs

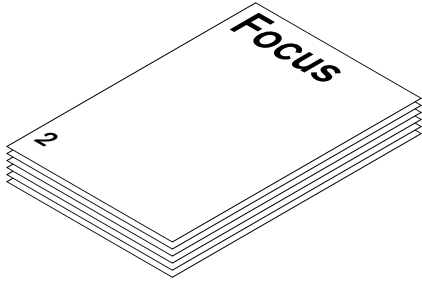
Die Rubrik Fairs gibt eine Messevorschau mit designrelevanten Hinweisen, Veranstaltungstipps und einer Auswahl an Produktneuheiten.

- **The Fairs section provides a preview of upcoming design-related fairs, event tips and a selection of new products.**

## Agenda

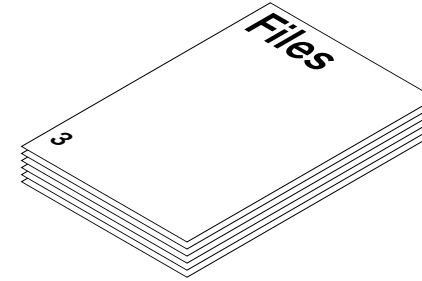
Die Agenda schafft einen Überblick über Termine, zeitnahe Ausstellungen, Messen, Konferenzen und Wettbewerbe.

- **Agenda contains an overview of forthcoming exhibitions, fairs, conferences, and competitions.**



Jede form-Ausgabe widmet sich im zentralen Heftdrittel einem Schwerpunktthema, das aus verschiedenen Perspektiven und in inhaltlicher Tiefe beleuchtet wird. Dabei beschränkt sich die Themenauswahl nicht nur auf klassische Designfragen, sondern wagt auch einen Blick in andere Disziplinen sowie auf globale Zusammenhänge und betrachtet jährlich die Gestaltungsszene eines Landes.

- **The central third of each issue of form is dedicated to a key theme that is examined in depth from various perspectives. The choice of themes is not restricted to classic design issues but rather ventures to consider other disciplines and even global contexts, and every year looks at the design scene in another country.**



## Feature

Ausstellungskritiken, Studiopräsentationen, bedeutende Entwicklungen etc. bieten einen aktuellen Blick auf das internationale Designgeschehen.

- **Exhibition reviews, studio presentations, and coverage of significant developments offer a current view of the international design happening.**

## Discourse

Der Discourse befasst sich mit der theoretischen Erörterung eines Themas, meist ohne die Unterstützung von Grafiken oder Bildern, mit starkem Analysecharakter.

- **The Discourse deals with the theoretical discussion of a topic, usually without the help of graphics or images with a strong analytical character.**

## Media

Media bietet einen Überblick über neue Print- und Onlinepublikationen.

- **Media offers an overview on new print and online publications.**

## Archive

Historische Themen werden aus einem neuen Blickwinkel betrachtet oder neue Aspekte zu einem geschichtlich bedeutenden Thema dargelegt.

- **Historical topics are reviewed from a new perspective, or new aspects of a historically significant issue are explored.**

## Carte Blanche

Die Carte Blanche bietet in jeder Ausgabe Raum zur freien Gestaltung – für Einzelpersonen oder Teams aus allen Gestaltungsbereichen.

- **In each issue, Carte Blanche offers space for free design – either for individuals or teams from all fields of design.**

## Material

In dieser Kategorie stehen innovative Werkstoffe und Verarbeitungstechnologien im Mittelpunkt.

- **This subsection focuses on innovative materials and processing techniques.**



## Schwerpunktt Themen 2017 Focus Themes 2017

N° 269, Jan/Feb 2017

### Spielen/Play

Das Spiel umfasst alle Facetten zwischen (scheinbar) zielloser Beschäftigung und dem ernsthaften Wettbewerb. Bei Kindern ist es essentiell für die Entwicklung kognitiver und motorischer Fähigkeiten sowie sozialer Kompetenz. Doch das Interesse am Spielen nimmt mit dem Alter nicht ab. Digitale und analoge Spiele, das Spielen von Theater und Musik oder das Treiben von Sport prägen unseren Alltag. Pädagogik und Gesundheitswesen machen sich die „Gamification“ zu Nutze und auch die Designdisziplin hat dem Spiel eine Reihe von Gestaltungsmethoden entliehen.

- Games comprise all aspects between (apparent) aimless occupation and serious competition. In the case of children, playing games is essential for developing cognitive and motor abilities as well as social skills. And the interest in playing does not decrease with age. Digital and analogue games, drama and playing music and involvement in sports all influence our everyday lives. Pedagogics and healthcare tap into “gamification” and even the discipline of design has borrowed a series of design methods from games.

N° 270, Mar/Apr 2017

### Land of Design South Korea

Südkorea hat sich in den vergangenen 20 Jahren zu einer der weltweit 15 größten Volkswirtschaften entwickelt und liegt damit weit vor den anderen drei Tigerstaaten Taiwan, Singapur und Hongkong. Trotz der landwirtschaftlichen Prägung und handwerklichen Historie des Landes setzten südkoreanische Unternehmen mittlerweile auf technologische Weltstandards, insbesondere in den Bereichen Kommunikation und Automobilität. In unserem Fokus untersuchen wir die Rolle des Designs in Industrie, Dienstleistung und Kultur.

- In the past 20 years, South Korea has become one of the world's 15 largest economies and is, as a result, well ahead of the three other tiger economies of Taiwan, Singapore, and Hong Kong. In spite of the agricultural character and manual history of the country's economy, South Korean companies are now on a par with global technological standards, especially in the areas of communication and automobiles. In our Focus section, we examine the role of design in the areas of industry, services, and culture.

N° 271, May/Jun 2017

### Gefahr/Danger

Laut der Systemtheorie des Soziologen Niklas Luhmann definiert sich Gefahr – im Gegensatz zum selbstgewählten Risiko – als nicht beeinflussbarer externer Faktor, der eine schädliche Auswirkung auf unsere Zukunft hat. Von der Unannehmlichkeit bis zur Katastrophe steckt das ganze Leben voller kleiner und großer Bedrohungen, die analog zu unserer Umwelt einem ständigen Wandel unterliegen. Design kann einen wichtigen Beitrag dazu leisten, auf Gefahrenquellen hinzuweisen, sie womöglich zu minimieren und für den Fall eines Unglücks Lösungen anzubieten.

- According to the system theory propounded by sociologist Niklas Luhmann, danger is defined – in contrast to self-selected risk – as an external factor, which cannot be influenced and has a detrimental effect on our future. From unpleasantness to catastrophe, life is full of smaller or larger threats which, like our environment, are subject to constant change. Design can make an important contribution here, indicating sources of danger, if possible, to minimise these and offering solutions in the case of an accident.

N° 272, Jul/Aug 2017

### Muster/Pattern

Grafische Muster definieren sich durch ihre gleichförmige Struktur, ob geometrisch oder organisch, rein dekorativ oder verknüpft mit Traditionen und Bedeutungen. In Musterbüchern zusammengetragen, dienen sie, wie auch Farb- und Materialproben, dem Designer als Inspiration. Als gestalterisches Element begegnet uns das Muster auf Oberflächen oder auch dreidimensional im Raum. Muster begegnen uns als repetitive Abfolge in allen Lebensbereichen. Für die Arbeit des Designers sind Gestaltungsmuster, Denk- und Verhaltensweisen bei wiederkehrenden Problemstellungen ebenso wichtig wie das Begreifen der Welt als System.

- Graphic patterns are defined by their uniform structures, be these geometric or organic, purely decorative or associated with traditions and meanings. Compiled in pattern books, they serve as inspiration to designers, like colour and material samples. As a design element, the pattern confronts us on surfaces or three-dimensionally in a space. We encounter patterns as a repetitive sequences in all areas of life. For the work of designers, design patterns are just as important in ways of thinking and behaviour patterns when confronted with recurring problems as in understanding the world as a system.

N° 273, Sep/Oct 2017

## Protest

Alle Formen des Widerstands, ob Protest, Demonstration, Streik oder Revolution, eint verbindende – verbale als auch materielle – Elemente des Ausdrucks wie Parolen, Plakate, Symbole oder physische Objekte. Sie alle sind Gegenstand von Gestaltung und besitzen verschiedene Funktionen. Wie sich die Gestaltung von Widerstand im Laufe der Zeit und in verschiedenen Medien geändert hat, inwiefern Design politische Qualitäten aufweist und welche Protestbewegungen es innerhalb der Designdisziplin selbst gab und gibt, beschäftigt uns in dieser Ausgabe.

- All forms of resistance, be they protests, demonstrations, strikes or revolutions, unite connecting – verbal and material – elements of expressions such as slogans, posters, symbols, and physical objects. They all are subject to design and have different functions. In this issue, we will be looking at how the design of resistance has changed over time and in different media, the extent to which design demonstrates political qualities, and which protest movements there are and have been within the design discipline itself.

N° 274, Nov/Dec 2017

## Identität/Identity

Identität zeichnet eine Person oder einen Gegenstand aus und definiert Alleinstellungsmerkmale. Das gilt ebenso für die Corporate Identity einer Marke wie für die psychologische Charakterisierung jedes Menschen –, wobei letztere sich wiederum verschiedener Marken oder Produkte bedienen, um ihre (gewünschte) Persönlichkeit zu demonstrieren. In dieser Ausgabe widmen wir uns der Entwicklung und dem Ausdruck von Identität. Wir untersuchen, wie sich die Identität von Designern und Marken auf Arbeitsweisen und Produkte auswirken und welchen Einfluss andererseits der Charakter eines Objekts oder Orts ausübt.

- Identity distinguishes a person or an object and defines unique features. This is true just as much for the corporate identity of a brand as for the psychological characterisation of each person, whereby various brands or products help the latter to demonstrate his or her (desired) personality. In this issue, we will be looking at the development and expression of identity. We will be examining the effects that the identity of designers and brands have on working methods and products, and the influence that the character of an object or place can wield.

## 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

## Geografische Verbreitung Geographical Distribution

(Verlagseigene Berechnungen / Publisher's Own Calculations)

Deutschland/Germany	74 %
Ausland/Abroad	26 %

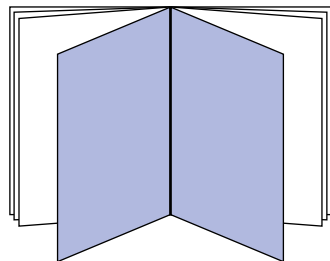
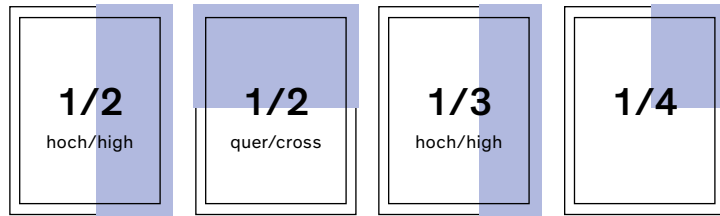
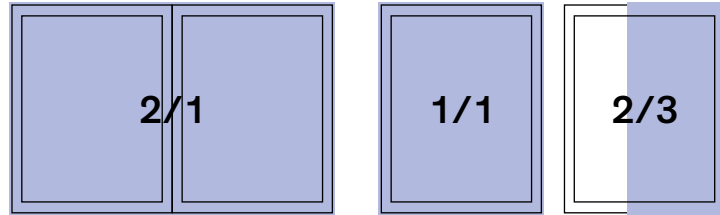
## Abonnementpreise Subscription Prices

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

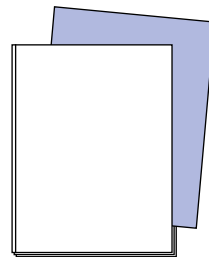
## Erscheinungsweise zweimonatlich Bimonthly Publication

Einzelheft, Deutschland / Single Issue, Germany	16.90 €
---	---------

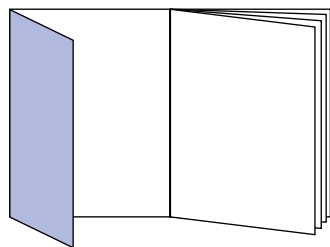
ISSN 0015-7678, ISBN: 978-3-943962-XX-X



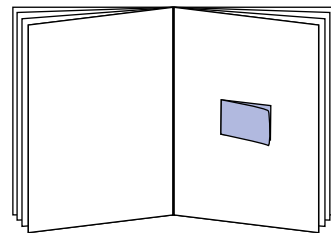
Einhefter/  
Bound-in Inserts



Beilage/  
Supplement



Gatefolder



Aufgeklebte Werbemittel /  
Glued-on Advertising Material

## 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 €
2/3 Seite/Page	142 × 298 mm	3,850 €
1/2 Seite hoch / Page High	109.5 × 298 mm	2,735 €
1/2 Seite quer / Page Cross	230 × 147.5 mm	2,735 €
1/3 Seite hoch / Page High	84 × 298 mm	1,995 €
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 €

Gatefolder	Auf Anfrage / On Request
Aufgeklebte Werbemittel / Glued-on Advertising Material	290 €
Advertorial	Auf Anfrage / On Request

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

## 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. 38).

- **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. 38).



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 Kalenderjahrs. 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

Frequency Discount

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

Mengenstaffel/  
Volume Discount

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

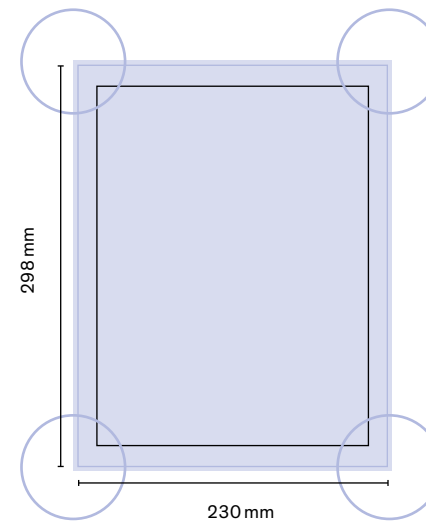
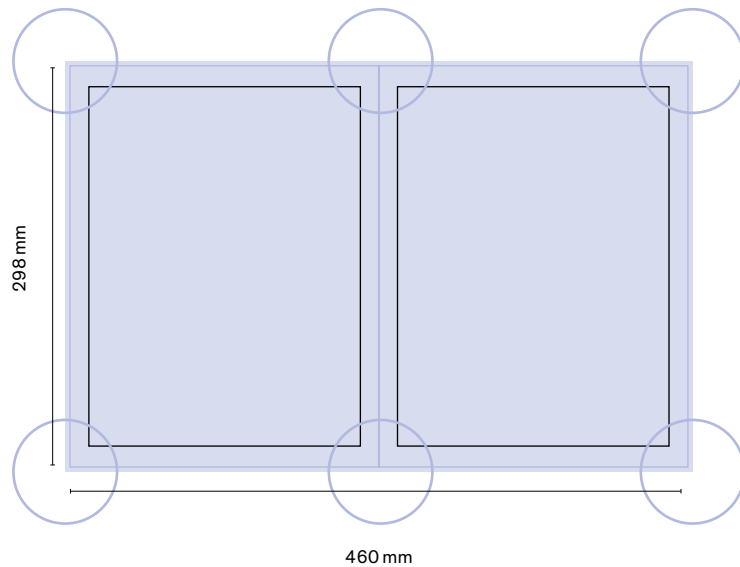
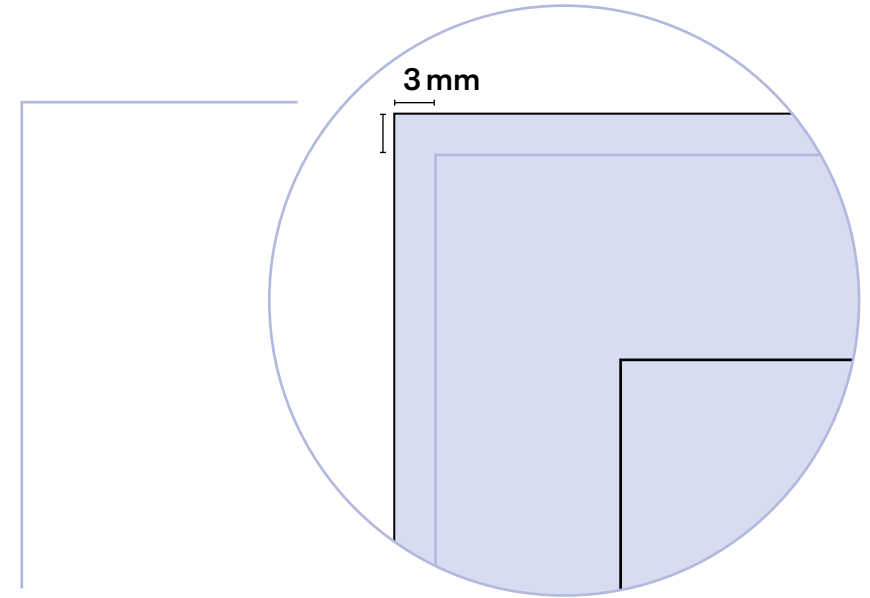
Sonderfarbe/Special Colour	1,340 €
Mehrere Sonderfarben auf Anfrage / Several Special Colours on Request	

Alle Preise zzgl. MwSt / all prices plus VAT

# Technische Informationen Technical Information

(Anzeigen und Stellenmarkt / Adverts and Job Market)

<b>Datenlieferung/Data Supply</b> (Aufbereitung nach drucktechnischen Vorgaben/ Preparation According to Printing Specs)	<b>PDF/X3</b>
<b>Zeitschriftenformat/Magazine Format</b>	<b>230 x 298 mm</b>
<b>Beschnittzugabe bei randabfallenden Anzeigen / Trim for Full Bleed Adverts</b>	<b>3 mm umlaufend/On All Sides</b>
<b>Druckverfahren/Printing Method</b>	<b>Offset</b>
<b>Bindung/Binding</b>	<b>PUR-Klebebindung / Glue Binding</b>
<b>Papier/Paper</b>	<b>Profibulk 115 g/m<sup>2</sup></b>
<b>Umschlag/Cover</b>	<b>Profisilk 300 g/m<sup>2</sup></b>
<b>PDF-Standard</b>	<b>PDF/X3</b>

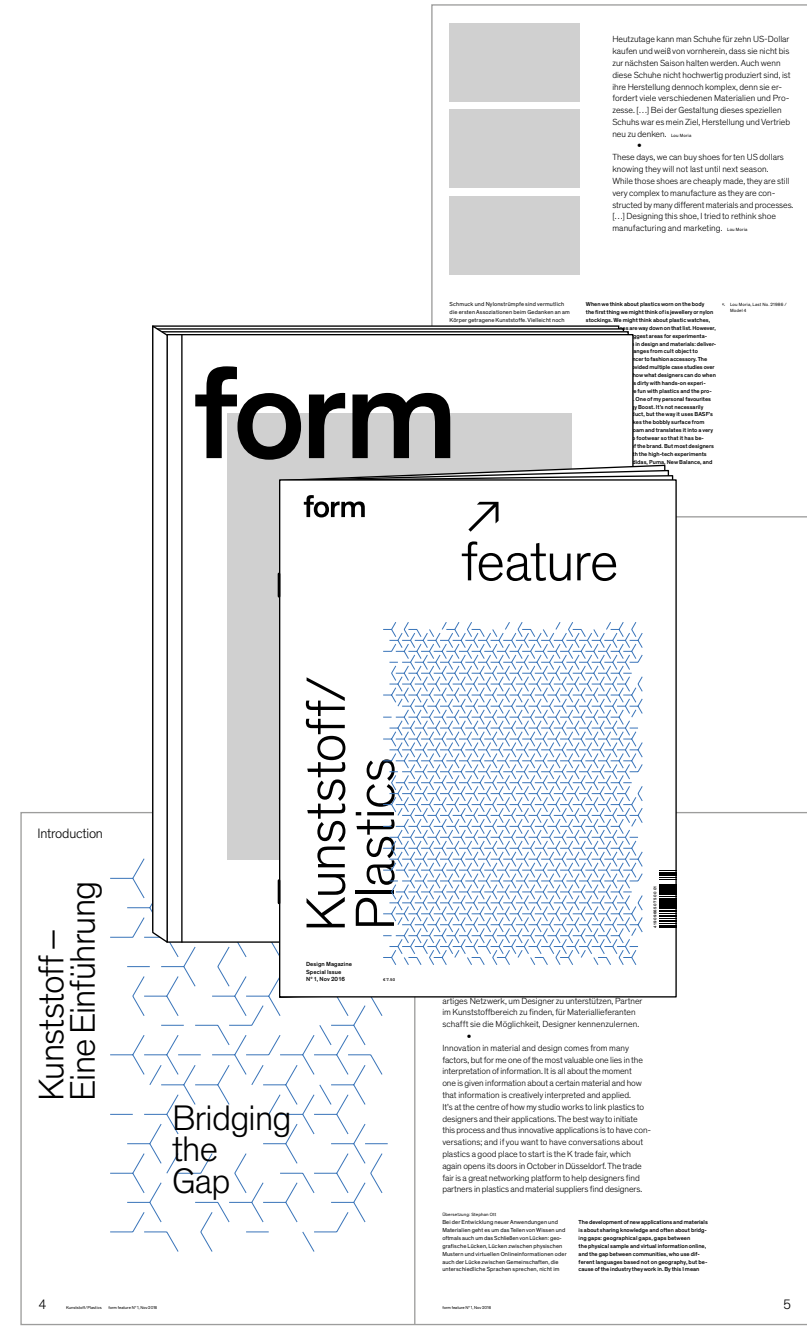


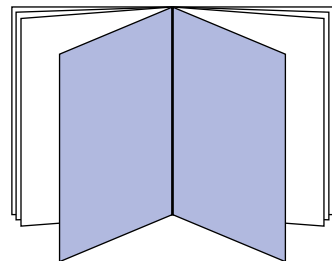
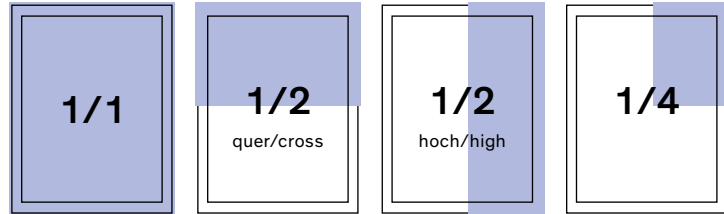
Bitte liefern Sie die Druckdaten als Einzelseiten mit 3 mm Beschnitt an allen Seiten (ohne Schnittmarken).  
Please deliver print data as single pages with 3 mm trim on all sides (without crop marks).

# Sonderheft Special Issue

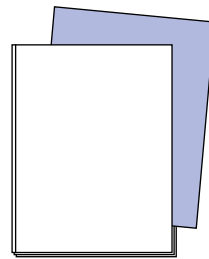
Das Format form feature bietet als eigenständige und doch mit dem Magazin verbundene Publikation den Raum zur intensiven Beschäftigung mit ausgewählten Schwerpunkten. Dabei bilden für die Designbranche relevante Veranstaltungen, Projekte oder Entwicklungen die Basis. In engem Austausch mit den jeweiligen 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 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 cooperation 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

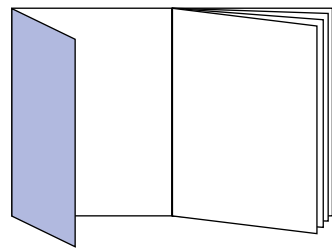




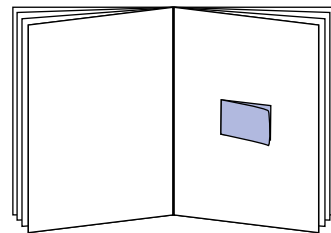
Einhefter/  
Bound-in Inserts



Beilage/  
Supplement



Gatefolder



Aufgeklebte Werbemittel /  
Glued-on Advertising Material

## Anzeigenformate und Preise Advertisement Formats and Prices

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

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

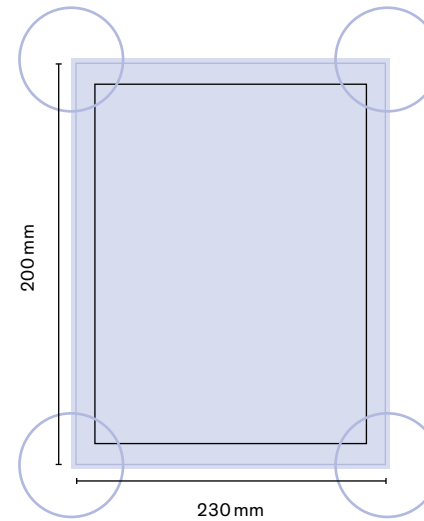
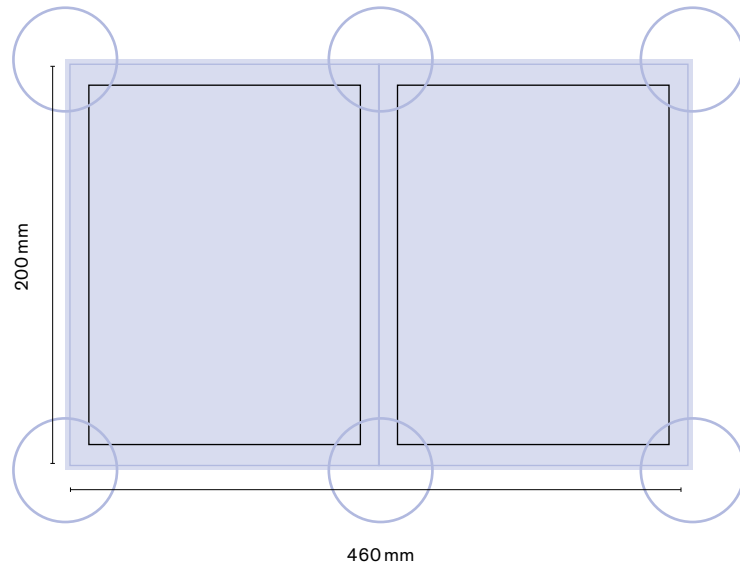
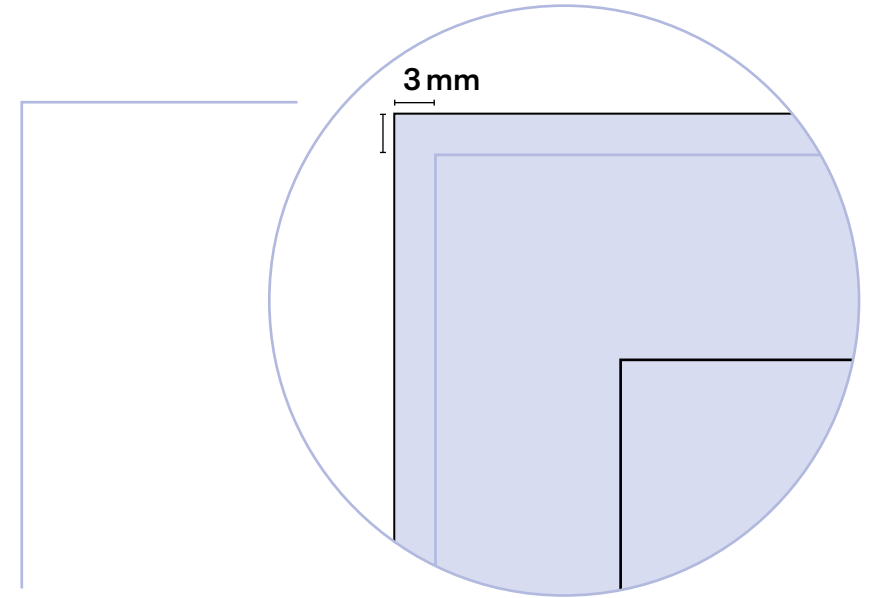
<b>Gatefolder</b>	<b>Auf Anfrage / On Request</b>
<b>Aufgeklebte Werbemittel / Glued-on Advertising Material</b>	<b>290 €</b>
<b>Advertorial</b>	<b>Auf Anfrage / On Request</b>

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

# Technische Informationen Technical Information

(Anzeigen/Adverts)

<b>Datenlieferung/Data Supply</b> (Aufbereitung nach drucktechnischen Vorgaben / Preparation According to Printing Specs)	<b>PDF/X3</b>
<b>Zeitschriftenformat/Magazine Format</b>	<b>200 x 260 mm</b>
<b>Beschnittzugabe bei randabfallenden Anzeigen / Trim for Full Bleed Adverts</b>	<b>3 mm umlaufend / On all Sides</b>
<b>Druckverfahren/Printing Method</b>	<b>Offset</b>
<b>Bindung/Binding</b>	<b>Rückstichdrahtheftung/Saddle Stitch</b>
<b>Papier/Paper</b>	<b>Perigord matt 115 g/m<sup>2</sup></b>
<b>Umschlag/Cover</b>	<b>MultiOffset 300 g/m<sup>2</sup></b>
<b>PDF-Standard</b>	<b>PDF/X3</b>



Bitte liefern Sie die Druckdaten als Einzelseiten mit 3 mm Beschnitt an allen Seiten (ohne Schnittmarken).  
Please deliver print data as single pages with 3 mm trim on all sides (without crop marks).



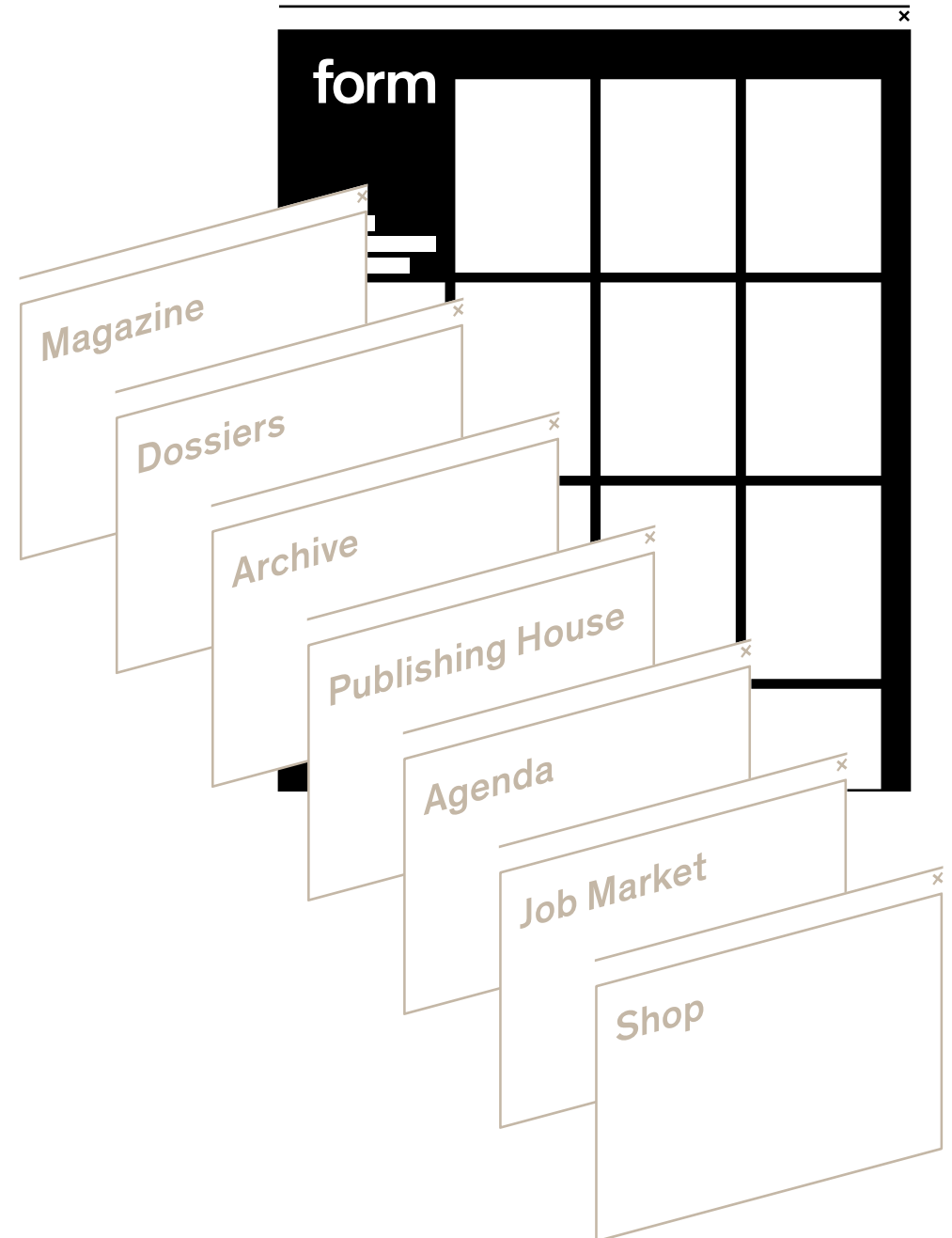
## Struktur und Rubriken Structure and Sections

Wie das Magazin selbst, verfolgt auch form.de ein klares redaktionelles Konzept. Eine stimmige Bildsprache und das vielfältige Informationsangebot machen die Webseite als Werbemedium für die internationale Designszene unverzichtbar. form.de erreicht zudem nicht nur das Fachpublikum, sondern auch interessierte Liebhaber unterschiedlicher designrelevanter Themen.

form.de bietet neben täglich neuen Meldungen auch immer einen Einblick in das aktuelle Heft. Die Besucher der Webseite haben außerdem Zugriff auf das umfangreiche Heftarchiv und eine Online-Agenda, können sich über Verlagsaktivitäten informieren oder form und andere Printpublikationen ganz einfach im Onlineshop bestellen. Ein weiterer Bestandteil von form.de ist der Stellenmarkt.

- Like the magazine itself, form.de is structured according to a clear editorial concept. A consistent visual language and a wide range of information make the website indispensable as an advertising medium for the international design scene. form.de reaches not only professionals, but also people with a general interest in various design-related topics.

In addition to daily news, form.de offers a glimpse into the current issue. Visitors to the website can also access the extensive archive of past issues and an event database, find information about the publisher's activities, and order form and other print publications easily from the online shop. An additional section of form.de is the Job Market.



## Rubriken Sections



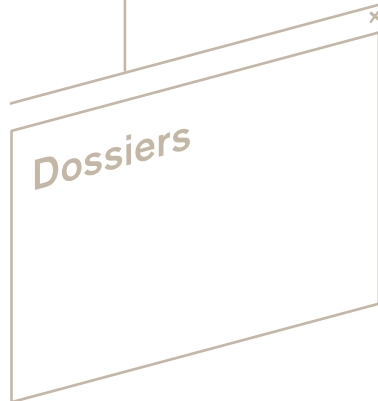
Unter der Rubrik Magazin finden Sie ausgewählte Inhalte aktueller sowie vergangener Ausgaben.

- **The magazine section presents selected content from current and past editions.**



Das Archiv bietet Einblick in viele vergangene form-Ausgaben.

- **The Archive gives insights into many past issues of form.**



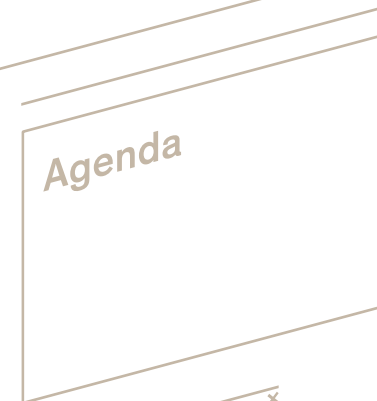
Ausgewählte Heftthemen werden in den Online-Dossiers weitergeführt und vertieft.

- **Selected topics of the magazine are continued and extended in the online Dossiers.**



Zudem finden sich Hintergrundinformationen zum Verlag auf der Webseite.

- **In addition background information on the publishing house can be found on the website.**



Die Agenda gibt einen Überblick über internationale Designveranstaltungen.

- **The Agenda gives an overview on international design events.**



Designrelevante Stellenanzeigen im In- und Ausland sind im Job Market gelistet.

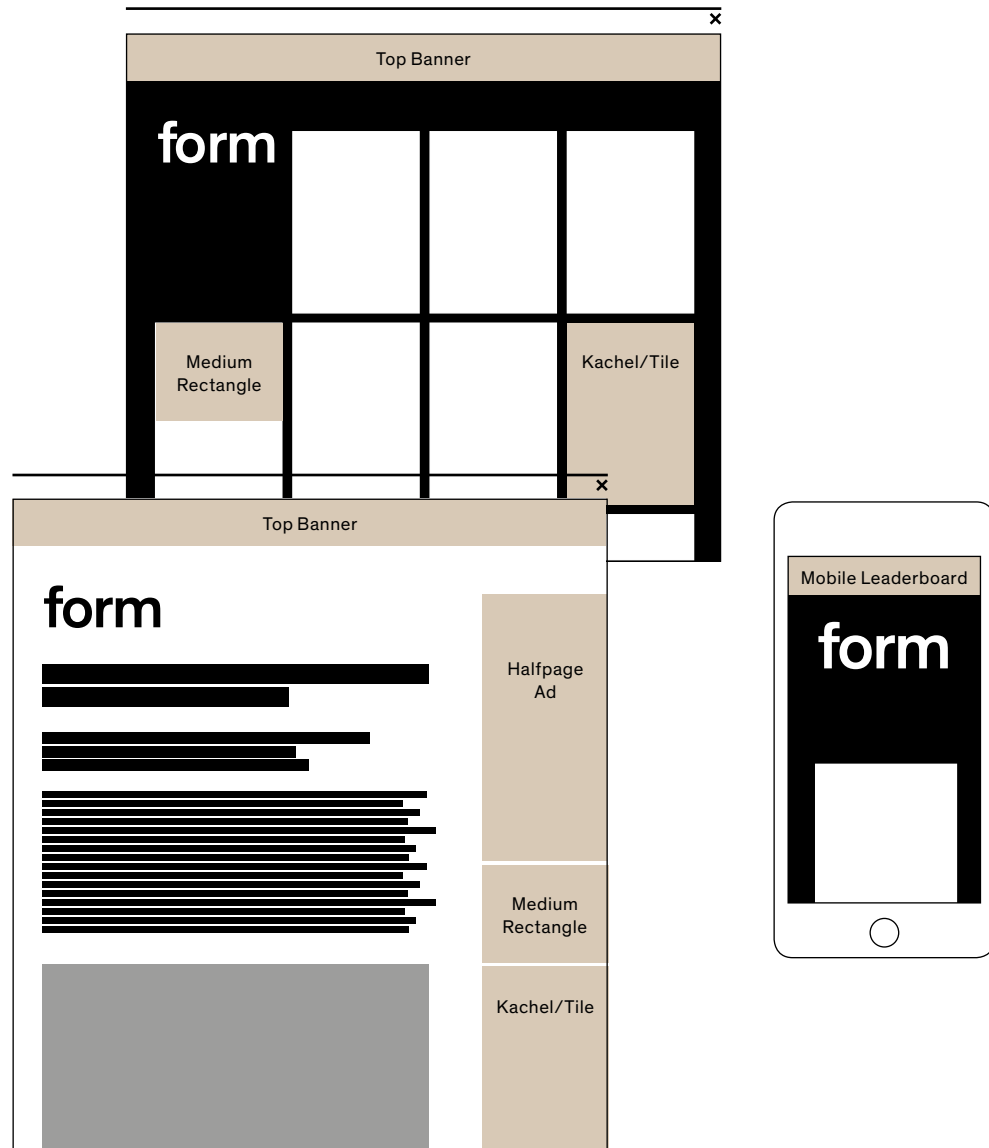
- **Design-related job postings in Germany and abroad are listed in the Job Market.**



Das Magazin, Publikationen und Editionen können im form-Shop bestellt werden.

- **The magazine, other publications, and editions can be ordered in the form shop.**

2016 kam form.de auf monatlich 16.000 Besucher und 40.000 Seitenabrufe.  
**In 2016 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

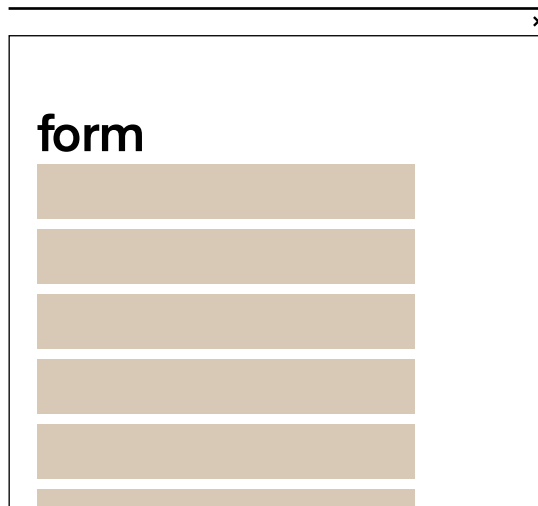
Datenlieferung/Data Supply	GIF, JPG, SWF
Datengröße/Data Size	max. 100 KB

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

## Stellenmarkt Job Market

Mit einer online form-Stellenanzeige erreichen Sie nicht nur 25.000 Besucher unserer Onlineplattform form.de, sondern haben zudem die Möglichkeit, eine Printanzeige in unserem Magazin (→ S. 22) zu buchen, um auch unsere 20.000 Leser zu erreichen.

- **With an online job advertisement on form.de you not only reach the 25,000 visitors of our form.de online platform, but you additionally get the chance to book a printed job advertisement (→ p. 22) reaching our 20,000 magazine readers .**



---

Datenlieferung/Data Supply

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

Zeichen/Characters

Max. 2,400

(Keine Logos, Bilder, Grafiken oder Links / No Logos, Images, Graphics or Links)

---

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

---

## Sponsoring

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.**

Der form.de-Newsletter erscheint mindestens sechsmal im Jahr und wird an 17.000 Abonnenten versandt.  
**The form newsletter is published at least six times a year and is sent to more than 17,000 subscribers.**



## Text- und Bildanzeige Newsletter Newsletter Text and Image Advertisement

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

- The newsletter advertisement (sponsor placement) 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
<b>Text-Anzeige/Text Advert</b>	<b>1,400 Zeichen inkl. Leerzeichen / Characters incl. Blanks</b>	<b>600 €*</b>
<b>Bild-Anzeige/Image Advert</b>	<b>450 x 100 bis/to 250 px</b>	<b>750 €*</b>
<b>Text- und Bildanzeige / Text and Image Advert</b>	<b>Beide Formate / Both Formats</b>	<b>900 €*</b>

\* 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 beiden Sprachen durch den Kunden / Text Provided in Both Languages by Customer)

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

Logoplatzierung nicht möglich / No Placement of Logos

4.800 €

## Technische Informationen Technical Information

(Für beide Newsletterarten / For Both Types)

<b>Datenlieferung/Data Supply</b>	<b>Word-Datei per E-Mail / Word Format via E-mail</b>
<b>Bilder/Images</b>	<b>GIF, JPG (max. 100 KB)</b>

## 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.

Verlag form GmbH & Co. KG  
Holzgraben 5  
60313 Frankfurt am Main  
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



