

[interior|fashion]  
more than | furniture

**mediadaten 2025**



**Hospitality** > Das Zuhause auf Zeit > Ob Hotel, Restaurant oder Ferienwohnung – das Wohlbefinden der Gäste steht stets im Mittelpunkt. Dabei spielt ein individuelles und auf die Zielgruppe zugeschnittenes Interior Design eine maßgebende Rolle. Die neuesten Projekte und Produkte aus diesem Segment präsentieren wir Ihnen in den **InteriorFashion-Ausgaben 2|2025 und 4|2025**.

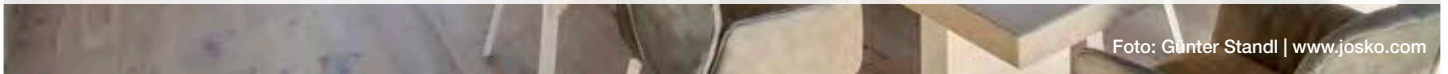


Foto: Günter Standl | [www.josko.com](http://www.josko.com)

InteriorFashion – der einzigartige Special-Interest-Titel zum Themenkreis hochwertige Innenarchitektur im Privat- und Objektbereich. Branchen-News, Fachartikel, Händler-Stories, Firmen- und Designer-Porträts sowie Messereportagen spiegeln ein umfassendes Bild des aktuellen Branchengeschehens wider – und das sowohl national als auch international.

Im Mittelpunkt steht dabei die gesamte Innenarchitektur von der Möblierung über Wand- und Bodengestaltung, Beleuchtung, Licht- und Haustechnik, Outdoor- und Bad-Ausstattung bis hin zu Bezugsmaterialien, Wohntextilien und Accessoires.

Hintergründig und anspruchsvoll werden die Themen aufbereitet. Damit ist InteriorFashion ein unverzichtbarer Begleiter für Innenarchitekten, Architekten, Raum- und Objektausstatter, Designer, den gehobenen Einrichtungsfachhandel sowie für Hersteller hochwertiger Inneneinrichtung.



**InteriorFashion Living Extra | Outdoor Extra** > Dem privaten Wohnen sowie dem Thema Outdoor widmen wir jeweils eine eigene Ausgabe. Dort präsentieren wir Ihnen die neuesten Wohn- bzw. Outdoortrends. Das InteriorFashion Living Extra liegt der InteriorFashion-Ausgabe **1|2025** bei. Das Sonderheft Outdoor Extra finden Sie in der InteriorFashion-Ausgabe **2|2025**.

Innenarchitekten, Architekten, Raum- und Objektausstatter, Designer, gehobener Möbelfachhandel sowie Hersteller hochwertiger Inneneinrichtung in Deutschland, Österreich und Schweiz.

**Erscheinungsweise:** 6 Mal im Jahr  
(Februar, April, Juni, August, Oktober, Dezember)

**Druckauflage** 7.500  
Tatsächlich verbreitete Auflage: 7.000

**Empfängergruppe:**

Innenarchitekten, Architekten, Objektausstatter, Designer 64%

Raumausstatter 7%

gehobener Möbel- und Bürofachhandel 19%

Industrie 10%

Weiterhin wird InteriorFashion mit einer Zusatzaufgabe auf Messen im In- und Ausland ausgelegt.



**Das Büro der Zukunft** > Arbeitswelt im Wandel – Die Digitalisierung und eine neue Generation von Arbeitnehmern haben die Arbeitswelt verändert. Wir beschäftigen uns bereits in der Ausgabe **3|2025** mit dem Thema und setzen in der **InteriorFashion-Ausgabe 5|2025** einen Schwerpunkt.

## Redaktion

### **Bianca Schmidt**

Dipl.-Betriebswirtin (FH)  
Tel.: +49 911 753980-14  
schmidt@interiorfashion.de

### **Michaela Hilburger**

B.A. Multimedia und Kommunikation  
Tel.: +49 911 753980-16  
hilburger@interiorfashion.de

## Anzeigen

### **Stefanie Helmer**

Tel.: +49 911 753980-17  
helmer@interiorfashion.de

### **Gerrith B. Horndasch M.A.**

Verlagsvertretung / Anzeigen + Redaktion  
Kastanienweg 9  
78713 Schramberg  
Tel.: +49 7422 20069-59  
horndasch@interiorfashion.de

### **Media&Service International srl**

Verlagsvertretung Italien  
Via Giotto, 32  
20145 Milano  
Italien  
Tel: +39 02 48006193  
info@it-mediaservice.com  
www.it-mediaservice.com

**Zeitschriftenformat** 250 mm breit x 350 mm hoch, Beschnittzugabe jeweils 3 mm

## Anzeigenpreise

Format	Breite x Höhe	sw	4c
2/1 Seiten im Anschnitt	500 mm x 350 mm	10.240.– Euro	11.530.– Euro
1/1 Seite im Anschnitt	250 mm x 350 mm	4.600.– Euro	5.890.– Euro
½ Seite hoch im Anschnitt	115 mm x 350 mm	2.100.– Euro	3.390.– Euro
½ Seite quer im Anschnitt	250 mm x 165 mm	2.100.– Euro	3.390.– Euro
¼ Seite hoch im Anschnitt	62 mm x 350 mm	1.180.– Euro	2.470.– Euro
¼ Seite quer im Anschnitt	250 mm x 82 mm	1.180.– Euro	2.470.– Euro

## Preise für Vorzugsplatzierungen

2. und 3. Umschlagseite	6.470.– Euro
4. Umschlagseite	6.840.– Euro

## Farbzuschläge

je Normalfarbe (Euro-Skala)	430.– Euro
vierfarbig insgesamt	1.290.– Euro
Sonderfarbe	630.– Euro

(nicht aus der Euro-Skala erzielte Farben)

## Advertorials

2/1 Seiten	6.420.– Euro
1/1 Seite	3.530.– Euro
1/2 Seite	1.930.– Euro

## Titelseitenpaket

Das Titelseitenpaket umfasst folgende Leistungen:  
Titelbild in Absprache mit der Redaktion inkl. 2/1 Seiten  
Advertorial, Nennung des Titelseitenpartners im Inhaltsverzeichnis des Magazins sowie auf der Internetseite [www.interiorfashion.de](http://www.interiorfashion.de)

Preis auf Anfrage

Wir weisen darauf hin, dass Titelseitenpaket und Advertorials nicht AE-abzugsfähig sind.



## Rabatte

Bei Abnahme innerhalb eines Abschlussjahres  
(Beginn mit dem Erscheinen der ersten Anzeige)

2-maliges Erscheinen	5%
3-maliges Erscheinen	10%
4-maliges Erscheinen	15%
5-maliges Erscheinen	20%
6-maliges Erscheinen	25%

## Beilagen (Gesamtauflage)

max. 245 mm breit x 340 mm hoch

Preis bis 25 g	2.500.– Euro
Preis bis 30 g	3.000.– Euro
Preis bis 35 g	3.500.– Euro
Preis bis 40 g	4.000.– Euro
Preis bis 45 g	4.500.– Euro

Beilagen ab 50 g auf Anfrage.

Auf Beilagen können keine Rabatte gewährt werden.

## Einhefter (Gesamtauflage)

max. 250 mm breit x 350 mm hoch  
plus 3 mm Beschnitt

1 Blatt	4.200.– Euro
2 Blatt	7.100.– Euro
Jedes weitere Blatt rabattfähig nach Malstaffel	990.– Euro

Sonderwerbformen  
wie aufgeklebte Post-  
karten, Warenmuster  
oder Lesezeichen: Preis  
auf Anfrage bzw. nach  
Vorlage eines Musters.



## Druckspezifikatione

Druck: Bogenoffset. Der Druck erfolgt auf  
120g Offsetpapier, PK 4 (Umschlag 300g).

Bindeverfahren: Klebebindung

Farben: Druckfarben (CMYK) nach ISO Coated  
V2 300%. Sonderfarben nach Absprache möglich.

Datenformate: Bitte liefern Sie Ihre Anzeige als hoch-  
auflösende PDF-Datei im CMYK-Modus mit minde-  
stens 300 dpi Auflösung und eingebundenen Schriften

Ausdruck/Proof: Zur Kontrolle wird mindestens ein  
Proof nach Fogra 47 für die Druckerei zur Farb-  
abstimmung benötigt. Liegt kein Proof vor, wird die  
Datei auf technische Druckbarkeit geprüft und an die  
Druckerei gegeben. In diesem Falle übernehmen wir  
keine Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit  
der Belichtung.

# Themenplan 2025

[interior|fashion]

Ausgabe	<b>IF 1 2025</b>	<b>IF 2 2025</b>	<b>IF 3 2025</b>
ET	KW 9 (24. – 28. Februar)	KW 18 (28. April – 2. Mai)	KW 27 (30. Juni – 4. Juli)
AS	13. Januar 2025	10. März 2025	12. Mai 2025
DU	30. Januar 2025	31. März 2025	28. Mai 2025
Themen	<b>Nachhaltigkeit in der Innenarchitektur</b> – über nachhaltige Materialien, Produkte und Prozesse sowie die Firmen dahinter  <b>Living Extra</b> – Das Sonderheft zum privaten Wohnraum, Küche, Spa, Home Office, Smart Home – Das neue Zuhause  <b>Tapeten-Special</b>  <b>Vorbericht ISH</b>	<b>Öffentliche Bauten</b> – Lösungen und Produkte für Schulen, Kindergärten, Museen und Behörden  Hospitality – News, Trends, Produkte Healthcare – News, Trends, Produkte <b>Vorbericht Interzum</b>  Nachbericht BAU München  Nachbericht ISH  <b>Outdoor Extra</b> – Das Sonderheft zum Thema Outdoormöbel und Zubehör für Wohnlichkeit im Freien	<b>Smart Materials</b> – Neuheiten aus der Welt der Materialien, Nachbericht zur Interzum  <b>Textile Trends</b> – wohnlich im Zuhause, funktional für Objekte, Nachbericht zum Münchner Stoff Frühling  Office – News, Trends, Produkte  Raumakustik – Wirksame Lösungen im Objekt  Shop, Ausstellungen, Messestand – News, Trends, Produkte inkl. Nachbericht zur Euroshop  Mailand im Fokus – Rückblick auf iSaloni und Milan Design Week
Messen	BAU München 13. – 17. Januar 2025 Heimtextil, Frankfurt 14. – 17. Januar 2025 Dèco Off, Paris 15. – 18. Januar 2025 Maison & Object, Paris 16. – 20. Januar 2025 Südbund Wohntage, Backnang 22. – 23. Januar 2025 Stockholm Design Week 3. – 9. Februar 2025 Stockholm Furniture Fair 4. – 8. Februar 2025 Ambiente, Frankfurt 7. – 11. Februar 2025 Euroshop, Düsseldorf 22. – 26. Februar 2025	Münchner Stoff Frühling 13. – 16. März 2025 Internorga, Hamburg 14. – 18. März 2025 ISH, Frankfurt 17. – 21. März 2025 Wohnen & Interieur, Wien 12. – 16. März 2025 Milan design week 7. – 13. April 2025 iSaloni, Mailand 8. – 13. April 2025 World of Fireplaces, Leipzig 28. – 30. April 2025	Proposte, Cernobbio 6. – 8. Mai 2025 Berlin Design Week 10. – 18. Mai 2025 Munich Creative Business Week 10. – 18. Mai 2025 Clerkenwell Design Week, London 20. – 22. Mai 2025 Interzum, Köln 20. – 23. Mai 2025 3daysofdesign, Kopenhagen 4 – 6. Juni 2025 Spoga, Köln 24. – 26. Juni 2025

# Themenplan 2025

[interior|fashion]

Ausgabe **IF 4|2025**  
ET KW 35 (25. – 29. August)  
AS 7. Juli 2025  
DU 29. Juli 2025

Themen **Hospitality** – Willkommen im Zuhause auf Zeit

**Healthcare** – Heilung durch Gestaltung

Öffentliche Bauten – News, Trends, Produkte

InteriorFashion Living (Privater Wohnraum, Küche, Spa, Home Office, Smart Home, Outdoor) – News, Trends, Produkte

**IF 5|2025**  
KW 44 (27. – 31. Oktober)  
8. September 2025  
30. September 2025

**Office + Objekt – Kulturwandel in der Arbeitswelt**

Akustik – News, Trends, Produkte

Smart Office – intelligent vernetzt

Licht – News, Trends, Produkte

**IF 6|2025**  
KW 51 (15. – 19. Dezember)  
3. November 2025  
17. November 2025

**Shop, Ausstellung, Messestand** – Storytelling und Emotion im Fokus

**Die Einrichtungstrends 2026** – Vorhang auf für die imm cologne, Heimtextil und Domotex sowie Oberflächentrends von der Sicam

**Die Basis des Raumes** – Textile und harte Bodenbeläge für den Privat- und Objektbereich

Messen

Küchenmeile 20. – 26. September 2025  
Möbelmeile 23. – 27. September 2025  
area30, Löhne 20. – 25. September 2025  
Südbund Wohntage, Backnang 24. – 25. September 2025  
Cersaie, Bologna 22. – 26. September 2025

Möbelmesse Brüssel

November 2025

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. 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. Änderungen und Rücktritt von erteilten Aufträgen müssen dem Verlag mindestens 4 Wochen vor Erscheinen schriftlich mitgeteilt werden und sind auch dann nur mit Zustimmung des Verlages möglich.
3. Die Anzeigenpreise ergeben sich aus der bei Vertragsabschluss gültigen Anzeigenpreisliste des Verlages. Ändert sich der Preis 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 Vermittlern ist es untersagt, die vom Verlag dieschmidt – Fachverlag für gedruckte und digitale Medien e.K. gewährten Mittlerprovisionen ganz oder teilweise an ihre Auftraggeber weiterzugeben.
4. Wird ein Auftrag 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. Die Erstaufnahme entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höhere Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge aus wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt nach pflichtgemäßem Ermessen des Verlages gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und dessen Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen, Beihefter, Beikleber etc. ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Die Ersatzanzeige darf nur das reklamierte Motiv aufweisen und muss in der nächst möglichen Ausgabe abgenommen werden. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und 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 seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von 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 – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
14. Bei Zahlungsverzug berechnet der Verlag unter Vorbehalt weitergehender Rechte Verzugszinsen in Höhe von 5 Prozent über dem jeweiligen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Auftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20 Prozent beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.
18. Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Zifferanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Chiffredienstes zu Prüfzwecken zu öffnen.
19. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
20. Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er vom Auftraggeber irreführt oder getäuscht wird. Durch Erteilung eines Auftrages verpflichtet sich der Inset, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs.
21. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er nicht rechtzeitig sistiert wurde, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen nicht rechtzeitig sistierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keine Ansprüche gegen den Verlag zu. Der Auftraggeber hält den Verlag auch von allen Ansprüchen aus Verstößen gegen das Urheberrecht frei.
22. Abbestellungen müssen schriftlich erfolgen. Bei Abbestellung einer Anzeige kann der Verlag die entstandenen Satzkosten berechnen.
23. Platzierungsbestätigungen gelten nur unter Vorbehalt und können aus technischen Gründen geändert werden. In solchen Fällen kann der Verlag nicht haftbar gemacht werden.
24. Fälle höherer Gewalt wie auch Arbeitskämpfmaßnahmen entbinden den Verlag von den Verpflichtungen auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz.
25. Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen in Verlagsbeilagen, Sonderveröffentlichungen und Kollektiven Sonderpreise festzulegen.
26. Sind etwaige Mängel an gelieferten Drucksachen, wie Beihefter, Beikleber etc. nicht sofort, sondern erst bei der Verarbeitung erkennbar, so hat der Werbungstreibende dadurch entstehende Mehrkosten oder Verluste bei der Herstellung zu tragen.
27. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach dem Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes gelegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

# dieschmidt

Fachverlag für gedruckte und digitale Medien e.K.

Königswarterstraße 70  
90762 Fürth  
Telefon +49 911 753980-14  
Fax +49 911 753980-13  
[info@interiorfashion.de](mailto:info@interiorfashion.de)  
[www.interiorfashion.de](http://www.interiorfashion.de)