

# Abbreviated English rates #24b/2021, valid from Dec. 1, 2020: More museum contacts, more coverage!



**MUSEUM  
AKTUELL**  
ExpoTime!

**Fast access to online examples:**

<https://www.museumaktuell.de/home/leseprobe/>

<https://www.museumaktuell.de/home/eTime/ExpoTime-2021-01/index.html>

## Dear new customers, dear clients,

we appreciate your intention to consider our media for your advertising purposes.

Since autumn 2019, we have been able to achieve a significant increase in the distribution of MUSEUM AKTUELL. Due to changes in the sales structure, MUSEUM AKTUELL now reaches more than twice as many readers per issue than before - namely around 30,000. This is deliberately only minimally reflected in the advertising prices!

- With us it is possible: low costs with high quality content and high distribution within the target group of experts in and around museums and comparable institutions.
- MUSEUM AKTUELL primarily addresses museum experts in German-speaking countries, while the English-language EXPOTIME! with its much larger readership currently reaches 230,000-370,000 hits worldwide. Both magazines are distinctly B2B magazines, EXPOTIME! is a modern, video-integrating online magazine in flipbook format with a very high level of content.
- You get the best prices with a subscription, as a startup company and as part of a media partnership. For 2021 we are planning eight editions of MUSEUM AKTUELL, including an Austrian edition and four conservation editions, as well as six editions of EXPOTIME!.
- Both magazines meet the expectations of the recipients: in a modern layout they expect factual journalistic-scientific information, no PR, no design bloated pages without informational value, clear distinction between editorial and advertisements. PR magazines have no chance in the museum world - this was clearly confirmed by our reader survey: almost 90% of these products are disposed of in the real or virtual waste paper basket and are therefore hardly „distributed“ and read.
- We don't hide any additional costs. The stated tariff applies also to marked advertorials.
- Our magazines are written, planned and published by specialists who draw by name.
- Even if you use media in a completely different way yourself, our magazines offer to you trends reflecting competence media to open up the market for your goals.
- Since July 1, 2019, the printed magazine is forwarded only to subscribers to the print edition, all other readers receive one of two digital versions. MUSEUM AKTUELL is now readable online worldwide together with EXPOTIME!.

Through our consulting company MUSEUMS AGENTUR, we are also available to advise museums, service providers and manufacturers in the museum industry.

Dr. Christian Müller-Straten



MUSEUMS AGENTUR

## The readers of our two museum magazines

**MUSEUM AKTUELL** has been an organ of the free press for 25 years. **MUSEUM AKTUELL** is an independent trade journal in the museum, exhibition, botanical garden, zoo, science center sector, freely financed through subscriptions and advertisements. **MUSEUM AKTUELL** appears online in advance as an flipbook with active links, full-text search and zoom. Typical for **MUSEUM AKTUELL** are journalistic research, scientific articles, the presentation of new techniques and technologies and new product developments as well as their practical application through best practice reports. According to our distribution statistics, 85% of our readers are decision-makers and decision preparers in museum facilities as well as specialists in the museum and exhibition scene - the rest goes to suppliers, politicians, students, volunteers, teaching museologists, associations and large libraries. The German-language magazine is read mainly in Central Europe.

**ExpoTime!** exists since April 2012. It is also an organ of the free press and will be sent for a fee in Europe from summer 2019 and free of charge to the rest of the world. Readers of the English FlipBook are members of museums, galleries, art organizations, science centers, visitor attractions, libraries, botanical gardens, zoos and planetariums. You can contact museum directors, administrative managers, custodians and curators, museum educators, restorers and museum technicians as well as associations and unions, museum offices, exhibition organizers, suppliers, museum consultants, cultural politicians and interior designers. The magazine is mainly read in Europe, America and Asia. Typical for **EXPOTIME!** are interviews, reports on new museums and new exhibitions, personalities, conservation topics, new museum technologies, conferences and workshops, forgeries, art theft and prohibited art exports. The magazine contains active links and videos.

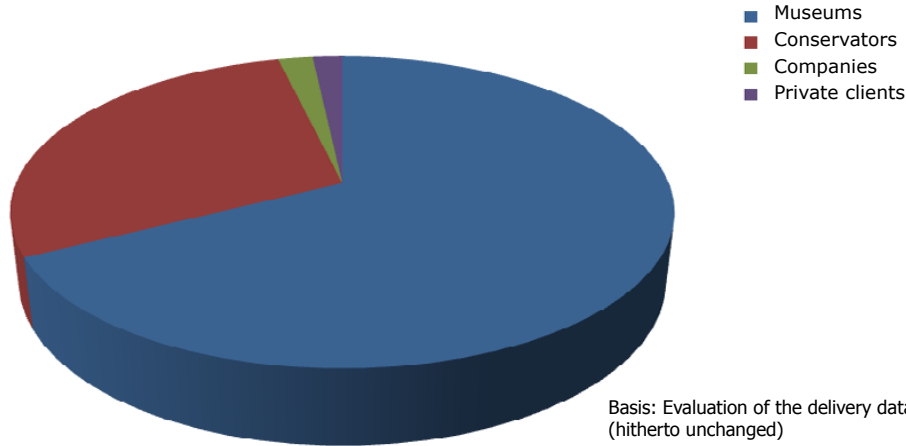
Both magazines help immensely in dealing with the daily flood of information. Today there is still the unsubstantiated belief that you can get a well-founded overview through alert snapping of some postings in all sorts of online networks, through all sorts of recommendations and rumors. Apart from the fact that here "message" is confused with "information" and each participant makes himself more and more transparent for unknown third parties: No one can separate the important from the unimportant and create an appropriate worldview from completely heterogeneous chunks of information, that protects against manipulation. This can only be achieved by media that are journalistic and scientific: PR media are just another element of the flood of information. As a reader, you are in good hands where sympathy with the museum world, professional selection, knowledge of third-party information strategies, review of content, trend analyzes, museological education, ethical responsibility and scientific accuracy are at home: at **MUSEUM AKTUELL** and **EXPOTIME!**



# MUSEUM AKTUELL: readers and circulation

With the three distribution channels of MUSEUM AKTUELL (print, online flipbook and PDF circulation) you can reach at least 27,000 readers per issue, mostly 30,000 readers. Due to its substance, some issues or articles achieve even greater reach and worldwide distribution.

## The 4 most important reader groups:



Basis: Evaluation of the delivery data of all issues of 2017 (hitherto unchanged)



## MUSEUM AKTUELL

### Museum institutions 57%

of which recipients of the museum management (+ circulation) 60%  
general circulation 22%  
personalized curators 11%  
personalized restorers in museums 7%

### Independent restorers 20%

### Companies 11%

### Private and students 3.1%

### Universities, technical colleges, academies... 2.0%

### Clubs, associations 2.4%

### State offices, castle administrations 2.0%

### Politicians, urban - rural - federal 1.3%

### Tourism 1.0%

### Fairs 0.2%

### Total 100.0%

## EXPOTIME! distribution example of the October 2020 issue, date of US Presidential election:

**EUROPE:** at least approx. 359,256 recipients

**OUTSIDE EUROPE:** at least approx. 136,113

**Total:** at least approx. 495,369 recipients

Each issue of ExpoTime! was accessed between 230,000 and 495,369 times worldwide in 2020. In this case, too, it is the medium-sized and larger institutions that are interested in the journal, but also many individuals from science and politics. You can see the main areas of distribution of EXPOTIME!, as of autumn 2018 on the next page. France, Israel, the USA and Africa have since caught up a lot.



# The worldwide circulation of EXPOTIME!

Light grey:

up to 1,000 human accesses

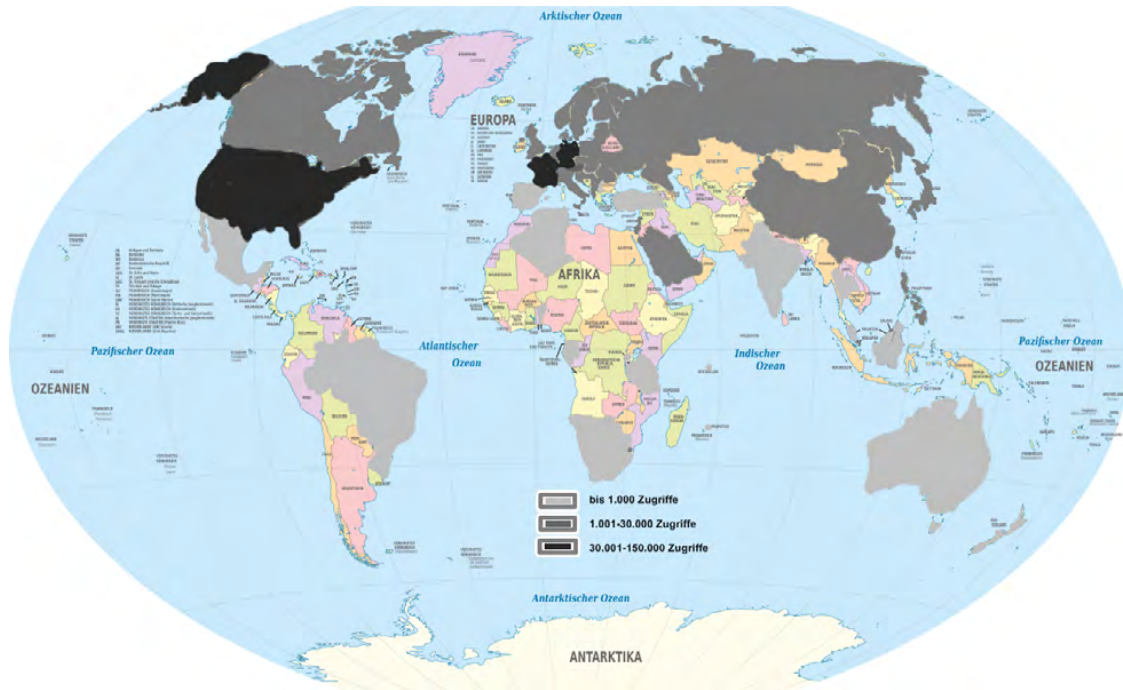
Medium grey:

1,000-30,000 human accesses

Black:

more than 30,000 human accesses

Robot accesses uncouncted. As of: Autumn 2020





## The EXPOTIME! sections

January, March, May, July, September, November:

The director's intro / The editors intro

Top interview

Top topics

New museums

Shortcuts

New exhibitions

Analysis

New museum technologies

Get together

Conservation matters

Personal matters

Illicit trade, forgeries



Each issue with 50-90 pages, interactive links, videos, fulltext search, etc.

# MUSEUM AKTUELL /EXPOTIME! 2021

AUSGABE/ISSUE	von/of	Thema/Topic	Deadline
<b>MUSEUM AKTUELL, Ausg. 270</b>	Jan 2021	<b>Museumssicherheit</b>	<b>15.12.2020</b>
<b>EXPOTIME! January 2021</b>	Dec 20/Jan 2021	<b>Spring exhibitions</b>	<b>15.12.2020</b>
<b>MUSEUM AKTUELL, Ausg. 271</b>	Feb 2021	<b>Konservieren - Restaurieren</b>	<b>1.2.2021</b>
<b>EXPOTIME! Feb / March 2021</b>	March 2021	<b>New museums</b>	<b>20.2.2021</b>
<b>MUSEUM AKTUELL, Ausg. 272</b>	März 2021	<b>Neue Museen</b>	<b>20.2.2021</b>
<b>MUSEUM AKTUELL, Ausg. 273</b>	Mai 2021	<b>Konservieren-Restaurieren</b>	<b>20.4.2021</b>
<b>EXPOTIME! April / May 2021</b>	April 2021	<b>Summer exhibitions</b>	<b>10.4.2021</b>
<b>MUSEUM AKTUELL, Ausg. 274</b>	Juni 2021	<b>Archäologische Museen in Österreich</b>	<b>20.5.2021</b>
<b>MUSEUM AKTUELL, Ausg. 275</b>	July 2021	<b>Konservieren - Restaurieren</b>	<b>20.6.2021</b>
<b>EXPOTIME! June / July 2021</b>	July 2021	<b>The senses</b>	<b>10.6.2021</b>
<b>MUSEUM AKTUELL, Ausg. 276</b>	Sept 2021	<b>EXPONATEC 2021 Fortschritte der Digitaltechnik</b>	<b>1.9.2021</b>
<b>EXPOTIME! Aug / Sept 2021</b>	Sept 2021	<b>Upcoming exhibitions</b>	<b>1.9.2021</b>
<b>MUSEUM AKTUELL, Ausg. 277</b>	Nov 2021	<b>Naturkundliche Museen</b>	<b>20.10.2021</b>
<b>EXPOTIME! Oct / Nov 2021</b>	Nov 2021	<b>New museums</b>	<b>20.10.2021</b>





## What does the museum reader expect?

Our readers react angrily to print and online magazines, which consist practically only of advertising and PR: 89% dispose of them more or less unread when the mail is opened, 13% even forbid further nuisance.

83% think the length of the MUSEUM AKTUELL texts is just right.

77% think the image size is just right.

69% find themselves in the magazine that they would like to contribute something to MUSEUM AKTUELL.

89% think the concept of MUSEUM AKTUELL is absolutely correct: i.e. to publish factual company information without the typical PR language.

99% find our author portrait pictures and author information at the end of the magazine useful.

87, 5 have already implemented suggestions from MUSEUM AKTUELL more often.

190 readers took part in the survey in 2012. Thank you all for your precious information.



## Current update 2020:

When the test distribution of MUSEUM AKTUELL issue 259 was sent to German non-subscribers, not a single recipient (museums and museum employees, archives, libraries, sponsoring associations, cultural departments, foundations ...) requested to be removed from the mailing list. When the issues 259 to 270 were forwarded, there were only four requests to be deleted from the mailing list. Reasons: addressee no longer active in the museum / deceased or museum closed)

# Not the price for single ads is decisive!

This is how to get the lowest prices:

1) First of all, check whether one of the particularly favorable group categories applies to you. We have group prices for different groups, e.g. for startup companies, MUSEUM AKTUELL subscribers or museums.

2) In addition, we have very high volume discounts based on the following volume discount scale: 3 placements 15%, 4-5 placements 17%, 6-7 placements 20%, 8-10 placements 25%, 11 placements and more: 30%.

3) In addition to the discount for the number of placements, we also know prepayment account of 10% of the gross price for payment within 5 working days of receipt of the invoice and acceptance of at least 3 placements. Payments are to be made annually for up to 5 placements and every six months for 6 or more placements. Can be combined with 1) and 2)

4) We always offer the lowest possible prices within media partnerships. So far, 14 media partnerships have been agreed.

5) Quick and easy overview: We have developed a new form of advertising tariff that clearly shows the discounted net price.



# Loose inserts in MUSEUM AKTUELL (note: printed + integrated online!)

We enclose your inserts in MUSEUM AKTUELL plus add your PDF pages into our two online versions of MUSEUM AKTUELL online media as standard. The integration of newsletters or inserts is an alternative to advertisements, but, above all, to the total costs of a mailing activities. And you only pay for human-generated access! Please send us a sample in advance as soon as possible after placing the order. We will be happy to provide you with approximate postage costs in advance on request.

MUSEUM AKTUELL print edition + online editions* weight of a single insert	usual rate reaching approx. 30,000 readers*	museum rate reaching approx. 30,000 readers* Simply produce an inexpensive print run of your leaflets and let us distribute them!	subscribers' rate reaching approx. 30,000 readers* Simply produce an inexpensive print run of your leaflets and let us distribute them!
up to 20 g	46 € per thousand plus DP/ Swiss Post charges	42,30 € per thousand plus DP/ Swiss Post charges	38 € per thousand plus DP/Swiss Post charges
21-30 g	50,- € per thousand plus DP/ Swiss Post charges	46,- € per thousand plus DP/ Swiss Post charges	42,30 € per thousand plus DP/ Swiss Post charges
31-40 g	53,80 € per thousand plus DP/ Swiss Post charges	50,- € per thousand plus DP/ Swiss Post charges	46,- € per thousand plus DP/ Swiss Post charges
41-50 g	57,70 € per thousand plus DP/ Swiss Post charges	53,80 € per thousand plus DP/ Swiss Post charges	50,- € per thousand plus DP/ Swiss Post charges

**Delivery address for printed leaflets (2021: 1.100 copies)** - Please label in big letters „MUSEUM AKTUELL, Ausgabe/issue ....  
Mühlbauer Druck, Herrn Florian Mühlbauer  
Benzstr. 1  
D-82178 Puchheim

\*An even higher online distribution will not be charged.



# Integrate your loose inserts in EXPOTIME!

Do you work with printed inserts? It is easy to spread the content online via EXPOTIME!. Simply send us your print PDF and we will integrate it into EXPOTIME!. A neutral background complements your print template for A4 format. This is an inexpensive alternative to advertisements, or social media, above all to self-mailing via postal services. And you only pay for human-recipients, not for robot! We are capping the costs for 350,000 recipients, additional recipients will not be charged.

Please send us a sample in advance as soon as possible after placing the order.

EXPOTIME! number of inserted pages	General rate per 30.000 recipients	Museum rate	Rate for MUSEUM AKTUELL subscribers
2	120,- €	112,- €/30.000 recipients	96,-€/30.000 recipients
4	190,- €	178,- €/30.000 recipients	152,- €/30.000 recipients
6 (more on request)	280,- €	263,- €/30.000 recipients	224,- €/30.000 recipients

Using the October 2020 example mentioned, this means:

A MUSEUM AKTUELL subscriber wishes to add a PDF of a printed leaflet of four pages to EXPOTIME! only outside Europe: as we forward this issue to 136,113 addresses in these countries, the invoice would make  $152,- \times 4,5 = 684,-$   
All prices net in EUR.



# Rate for startup companies

## MUSEUM AKTUELL print and online / EXPOTIME!

Formats (examples!) <b>MUSEUM AKTUELL</b>	each of 3 ads	each of 4-5 ads	each of 6-7 ads	each of 8-10 ads	1 ad	Dim. (H x W) in cm
1/8 p.	214,-	209,-	207,-	189,-	252,-	5 x 8,7
1/4 p.	397,-	382,-	368,-	345,-	460,-	12 x 8,7 / 5 x 18,3
1/2 p.	748,-	730,-	704,-	660,-	880,-	25 x 8,7 / 12 x 18,3
1/1 p.	1.190,-	1.162,-	1.120,-	1.050,-	1.400,-	25 x 18,3
1/1 title sponsoring	all prices net in €				1.300,-	25 x 18,3

Formats (examples!) <b>EXPOTIME!</b>	each of 3 ads	each of 4-5 ads	each of 6-7 ads	each of 8-10 ads	Startup-Einzelpreis	Dim. (H x W) in cm
1/8 p.	298,-	290,-	280,-	262,-	350,-	5 x 8,7
1/4 p.	527,-	514,-	496,-	465,-	620,-	12 x 8,7 / 5 x 18,3
1/2 p.	1.003,-	980,-	944,-	885,-	1.180,-	25 x 8,7 / 12 x 18,3
1/1 p.	1.870,-	1.826,-	1.760,-	1650,-	2.200,-	25 x 18,3
1/1 title sponsoring	all prices net in €				2.100,-	25 x 18,3



Start-up prices apply to company start-ups within the first three years. Dimensional deviations are not a problem. More details on online advertising (many variants!) below. The prices highlighted in green can be reduced by 10% of the gross amount if you can pay in advance!

# Company rates for MUSEUM AKTUELL subscribers MUSEUM AKTUELL print und online / EXPOTIME!

formats (examples) <b>MUSEUM AKTUELL</b>	each of 3 ads	each of 4-5 ads	each of 6-7 ads	each of 8-10 ads	1 ad subscribers	dim (H x W) in cm
1/8 p.	285,-	278,-	268,-	252,-	336,- €	5 x 8,7
1/4 p.	510,-	498,-	480,-	450,-	600,-	12 x 8,7 / 5 x 18,3
1/2 p.	850,-	830,-	800,-	750,-	1000,-	25 x 8,7 / 12 x 18,3
1/1 p. or cover pages U2/ U3/U4	1.530,-	1.494,-	1.440,-	1.350,-	1.800,-	25 x 18,3
1/1 title sponsoring	all prices net in €				1.600,-	25 x 18,3

formats (examples) <b>EXPOTIME!</b>	each of 3 ads	each of 4-5 ads	each of 6-7 ads	each of 8-10 ads	1 ad MA subscribers	dim. (H x W) in cm
1/8 p.	357,-	348,-	336,-	315,-	420,-	5 x 8,7
1/4 p.	680,-	664	640,-	600,-	800,-	12 x 8,7 / 5 x 18,3
1/2 p.	1.190,-	1.162,-	1.120,-	1.050,-	1.400,-	25 x 8,7 / 12 x 18,3
1/1 p. or cover pages U2/ U3/U4	2.210,-	2.158,-	2.080,-	1.950,-	2.600,-	25 x 18,3
1/1 title sponsoring	all prices net in €				2.400,-	25 x 18,3



16

At the time of the order, you must have a subscription to MUSEUM AKTUELL. Dimensional deviations are not a problem. The prices highlighted in green can be reduced by 10% of the gross amount if you pay in advance!



# Company rates (no subscriber, no startup)

## MUSEUM AKTUELL print und online / EXPOTIME!

formats (examples) <b>MUSEUM AKTUELL</b>	each of 3 ads	each of 4-5 ads	each of 6-7 ads	each of 8-10 ads	1 ad firms	dim. (H x W in cm)
1/8 p.	357,-	348,-	336,-	315,-	420,-	5 x 8,7
1/4 p.	680,-	664,-	640,-	600,-	800,-	12 x 8,7 / 5 x 18,3
1/2 p.	1.190,-	1.162,-	1.120,-	1.050,-	1.400,-	25 x 8,7 / 12 x 18,3
1/1 p. or cover pages U2/ U3/U4	2.125,-	2.075,-	2.000,-	1.875,-	2.500,-	25 x 18,3
1/1 title sponsoring	all prices net in €				2.360,-	25 x 18,3
formats (examples) <b>EXPOTIME!</b>	each of 3 ads	each of 4-5 ads	each of 6-7 ads	each of 8-10 ads	1 ad firms	dim. (H x W) in cm
1/8 p.	442,-	432,-	416,-	390,-	520,-	5 x 8,7
1/4 p.	765,-	747,-	720,-	675,-	900,-	12 x 8,7 / 5 x 18,3
1/2 p.	1.360,-	1.328,-	1.280,-	1.200,-	1.600,-	25 x 8,7 / 12 x 18,3
1/1 p. or cover pages U2/ U3/U4	2.380,-	2.324,-	2.240,-	2.100,-	2.800,-	25 x 18,3
1/1 title sponsoring	all prices net in €				2.600,-	25 x 18,3

**We strongly recommend a subscription for the invoice recipient (!) in order to achieve lower prices. The prices highlighted in green can be reduced by 10% of the gross amount if you pay in advance! Dimensional deviations are not a problem.**



# Museum rates

## MUSEUM AKTUELL print + digital / EXPOTIME!

formats (examples) <b>MUSEUM AKTUELL</b>	normal rate	MUSEUM AKTUELL subscribers	dim. (H x W) in cm
1/8 p.	240,-	200,-	5 x 8,7
1/4 p.	400,-	360,-	12 x 8,7 / 5 x 18,3
1/2 p.	740,-	680,-	25 x 8,7 / 12 x 18,3
1/1 p. or cover pages U2/U3/U4	1.400,-	1.300,-	25 x 18,3
1/1 title sponsoring	1.300,-	1.200,-	

formats (examples) <b>EXPOTIME!</b>	normal rate	MUSEUM AKTUELL subscribers	dim. (H x W) in cm
1/8 p.	360,-	300,-	5 x 8,7
1/4 p.	680,-	560,-	12 x 8,7 / 5 x 18,3
1/2 p.	1.300,-	1.080,-	25 x 8,7 / 12 x 18,3
1/1 p. or cover pages U2/U3/U4	2.400,-	2.000,-	25 x 18,3
1/1 title sponsoring	2.000,-	1.800,-	25 x 18,3
Linktip-Stopper	100,-	80,-	ca. 2 x 3 cm

all prices net in €



# Contacts:



## Contact partners

**Kultur-Promotion Mark Häcker**  
Südstrasse 26  
47877 Willich, Germany  
[kultur.promotion@gmail.com](mailto:kultur.promotion@gmail.com)  
Mobile: 0049-(0)1590 169 650 5



**Verlag Dr. Christian Müller-Straten**  
Dr. C. Müller-Straten  
Kunzweg 23, D-81243 München  
T. 0049-(0)89-839 690 43  
Fax: 0049-(0)89-839 690 44  
[verlagcms@t-online.de](mailto:verlagcms@t-online.de)  
all working days 7-19 h



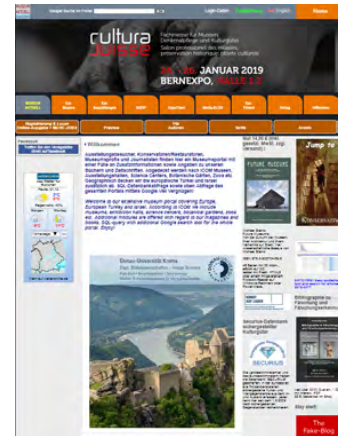
## Boost your sales and visitor numbers by using our portal

We appreciate your intention to use our online formats for your marketing purposes. Please note in particular:

- The pivotal point here is our European museum portal <http://www.museumaktuell.de>. Behind it are different media: free and paid databases, free reading information and general information about our publishing company. You will find here day to day information and elaborate contributions. The breadth and depth of the portal offers, which has been built up over decades, results in the fact that around 20% of all portal visitors spend between 2 minutes and more than an hour per visit.
- We don't work with enervating internet advertisements like popping windows or rotating banner depending on the surfer's home region. We concentrate on informative logos, pictures and videos. Our formats give museums and museum suppliers very good opportunities for online advertising. The smallest unit of time is a week.

Also in 2020 the portal [www.museumaktuell.de](http://www.museumaktuell.de) was one of the most visitor-intensive cultural portals in Europe, as it contains not only pure publisher information but also a wealth of service information and databases, such as the Fake Blog and the KONSERVATIVE dictionary.

For the different advertisement formats please contact Mark Häcker.



**Not interested in surfers from Alaska?**

**Around 39% of all visitors with a country code from [www.museumaktuell.de](http://www.museumaktuell.de) came from German-speaking countries in 2019. That was almost 660,000 hits from regions that are sure to be of interest to you. Source: AWSTAT and PHP access statistics 2019**

# Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind Verträge über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen, Beilagen oder Beihefter eines Werbetreibenden in einer Druckschrift oder Internetveröffentlichung zum Zweck der Verbreitung. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb von 12 Monaten seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluß abgerufen und veröffentlicht wird.

2. Ein „Abschluß“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Mengenrabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen ausschließlich auf Anweisung des Werbetreibenden erfolgen. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbetreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. AEProvisionen werden Firmen nicht gewährt, die ausschließlich zu Erlangung von Provison gegründet wurden (sog. Schubladen-Agenturen).

3. Grundlage des Auftrags ist die bei Auftragserteilung gültige, vom Verlag veröffentlichte Preisliste, nicht AGBs des Auftraggebers. Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden nur für die innerhalb von 12 Monaten erscheinenden Anzeigen eines Werbe-treibenden gewährt. Die Frist beginnt mit Erscheinen der ersten Anzeige, wenn nicht bei Vertragsschluß ein anderer Beginn vereinbart wird. Der Werbetreibende hat rückwirkenden Anspruch auf einen, der tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb von 12 Monaten entsprechenden Nachlaß. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb des 12-Monatszeitraums auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Auftraggeber 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 zurückzuvorgüten (Zurückzahlung zuviel gewährter Rabatte). Die Rückvergütung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

5. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern, in bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Zeitschrift wird keine Gewähr geleistet – es sei denn, daß der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrages aus nachvollziehbaren Gründen von einem be-

stimmten Publikationstermin ausdrücklich davon abhängig gemacht hat und der Verlag dies schriftlich bestätigt hat.

6. Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht. Alle Titelanzeigen werden als solche ausgewiesen.

7. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen, Beihefter, Beilagen und Internetwerbung – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – wegen des Inhalts oder der technischen Form nach einheitlichen Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Verlagsvertretungen aufgegeben werden. Beihefter und Beilagen sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters und deren Billigung bindend. Beihefter/Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteiles der Zeitschrift in redaktioneller Hinsicht erwecken oder Drittanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

8. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie technische und inhaltliche Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Liefert der Auftraggeber kein neues Anzeigenmotiv, wird verlagsseitig ein jüngeres Motiv des Kunden wiederholt. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die den Medien des Verlages entsprechende übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderer Werbemittel im Rahmen der durch die Anzeigenunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Es obliegt dem Auftraggeber, die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einzuholen.

9. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Fehler durch nicht mitgelieferte Beschnittmarken oder Kontrollstreifen, Satzfehler im gelieferten Anzeigenmaterial oder die Erwähnung abgelaufener Termine durch den Anzeigenhersteller ergeben keinen Erstattungsanspruch des Auftraggebers.



10. Der Verlag haftet für selbst oder von seinen leitenden Angestellten vorsätzlich oder grob fahrlässig verursachte Schäden bis zur Höhe des Anzeigenpreises. Jede weitere Haftung, insbesondere auch eine Haftung ohne Verschulden des Verlages ist ausgeschlossen. Reklamationen müssen unverzüglich nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

11. Probeabzüge werden nur bei Anzeigen, die der Verlag für den Kunden gestaltet hat, 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 Vorgaben durch den Auftraggeber erteilt, so wird die Anzeige in der beim Verlag üblichen Form gesetzt und das entsprechende seitenanteilige Format zugrunde gelegt. Schwarzweißanzeigen aus Farbvorlagen werden nicht angenommen.

13. Stornierungen oder Rücktritte von Aufträgen sind nur bis zwei Tage vor dem offiziellen Anzeigenschlußtermin (Preisliste) möglich. Bei Überschreitung des Termins hat der Verlag vollen Anspruch auf Bezahlung der gebuchten Anzeigen. Hierbei gelten mündliche resp. unbestätigte Aufträge selbstredend auch als erteilte Aufträge.

14. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, erfolgt die Rechnungslegung bei Erscheinen der frühesten Form. Die Rechnung ist mit drei Wochen Ziel zu bezahlen, binnen 10 Tagen mit 2% Skonto. Bei unbekanntem Kunden behält sich der Verlag eine Vorauszahlung vor.

15. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie Mahnkosten berechnen. Da eine Überziehung des Zahlungsziels vermeidbare Kosten für den Auftraggeber verursacht, sei auf die Skontozahlung hingewiesen. Der Verlag kann bei größerem Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung oder vereinbarten Teilzahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vergleichs- oder Insolvenzverfahren entfällt der Anspruch auf jegliche Rabatte aus dem ursprünglichen Anzeigenauftrag. 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.

16. Der Verlag liefert bei Printzeitschriften mit Erscheinen oder mit der Rechnung einen Ganzbeleg, bei Online-Zeitschriften erhält der Kunde den kostenlosen Zugang zur Ausgabe. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine Kopie der Seite oder rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

17. Kosten für Digitalisierungen gelieferter Druckunterlagen hat der Auftraggeber zu übernehmen.

18. Ein Auflagenrückgang ist nur dann von Einfluß auf das Vertragsverhältnis, wenn die Höhe der Druckauflage vom Verlag schriftlich bestätigt und zugesichert wurde und diese um mehr als 20 Prozent gesunken ist. Darüber hinaus sind etwaige Preisminderungs- und Schadensersatzansprüche 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.

19. Druckvorlagen werden an den Auftraggeber nur auf Anforderung oder entsprechenden Hinweis im Auftrag zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist.

20. Der Auftraggeber gewährleistet, daß er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelierten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlichen Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.

21. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, all-gemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer

sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlichen ausgelieferten Auflage steht.

22. Die AGB gelten sinngemäß auch für Messekataloge, die Zeitschrift EXPOTIME! und RESTAURATORENBLÄTTER sowie Buchanzeigen.

23. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist München.

Stand 1.5.2014

Diese AGB haben Gültigkeit für die Anzeigenpreisliste 25/2021

**Verlag Dr. Christian Müller-Straten**  
**Kunzweg 23, D-81243 München**  
**T. 0049-(0)89-839 690-43, Fax -44**

**[verlagcms@t-online.de](mailto:verlagcms@t-online.de)**

**<https://www.museumaktuell.de/>**  
**<https://www.facebook.com/MUSEUM.AKTUELL>**

# Eipper, P.-B. (Hg.): Handbuch der Oberflächenreinigung 7. Aufl.



DREI TEILE. Aktualisierte und erheblich erweiterte 7. Auflage, ca. 1.400 Seiten, 79 Beiträge, 7 Anhänge, ca. 80 Co-AutorInnen.

Auslieferung als ebook auf einem USB-Stick oder 3 CDs, lesbar auf PC und MAC, im Frühjahr 2021.

Subskription bis 31.12.2020: 160 €, danach 186 € (inkl. 5/7% USt). ISBN 978-3-932704-92-5

Die Auslieferung erfolgt standardmäßig auf USB-Stick, kann wunschweise aber auch auf 3 CDs erfolgen.

# MUSEUM AKTUELL

Die aktuelle Fachzeitschrift für die deutschsprachige Museumswelt  
B11684 ISSN 1433-3848 Nr. 266

Anzeige



## Leb Tote

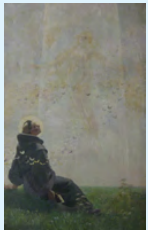
### ARCHÄOLOGIE AUS DEM HEILIGEN LAND

7. stark erweiterte und aktualisierte Auflage

Paul-Bernhard Epp

## Handbuch Oberflächen

Band 1



Gerhard Berik and Irene

Paper  
Wa

Christian Müller-Straten

## Fälschungserkennung

Band 2

90 Beiträge von Paul-Bernhard Epp, Ernst Fegert,  
Vera Glub, Stefan von der Schönborg und Henning Bannasch



Paul-Bernhard Epp  
**Durchsch**  
Technologie und  
Konservierung von  
Kunstwerken

Flipbook, 614 A4-Seiten  
1333 Links. Lesbar mit  
Flipbook-Reader oder  
Windows-PCs oder Pdf  
978-3-9327-0490-1

Verlag Dr. G. Müllerer  
München 2019

# ExpoTime!

Emergency Issue  
02/03 2020

Approx. 60 pages  
approx. 90 links

80 referred museums  
and institutions

The international magazine for museum professionals



- A new role for the virtual museum
- Lost in Istanbul, part II
- The Why of a Conservation Treatment
- ICOM between definition and mission
- Help for the Brazilian National Museum
- The Brown Cruiser

# MUSEUM AKTUELL

## ExpoTime!

BLOG

# The Fake-Blog

## ADDITIONAL CONTENT