

Berlin 4|5|6 Feb 2026

LET'S GROW!

Innovation. Interaction. Inspiration.

**FRUIT
LOGISTICA**



FRUIT LOGISTICA EXHIBITION GUIDE 2026

Das offizielle Ausstellerverzeichnis, herausgegeben von Messe Berlin, beinhaltet den Basis-Eintrag aller Aussteller (Firma, Land, Hallen- und Stand-Nr.) in einem A - Z - Verzeichnis und in einem Hallenverzeichnis.

WERBUNG IM FRUIT LOGISTICA EXHIBITION GUIDE

Sie wünschen, dass Ihr Unternehmen im Exhibition Guide besser auffällt? Sie möchten den Besuchern weitere Infos über Ihr Leistungsspektrum mitteilen? Dafür gibt es die folgenden Optionen:

- Ein farbiges Firmenlogo lenkt als Eyecatcher den Blick der Besucher direkt auf Ihren Basis-Eintrag.
- Mit einem Premium-Eintrag erfahren Interessierte mehr über Ihr Unternehmen, so dass ihnen die Suche nach dem passenden Angebot erleichtert wird.
- Eine prominent platzierte Anzeige rückt Ihr Unternehmen ganz besonders in den Fokus der Fachbesucher.

AUFLAGE 25.000 EXEMPLARE

- kostenlose Verteilung auf dem Messegelände an alle Fachbesucher
- Versand vor der Veranstaltung an eine ausgewählte internationale Zielgruppe

TERMINE

- Erscheinungstermin 30. Januar 2026
- Anzeigenschluss 19. Dezember 2025 | Druckunterlagen bis 8. Januar 2026

TECHNISCHE DATEN

- Format DIN A5 148 x 210 mm, Satzspiegel 128 x 191 mm
- Anschnitt 3 mm
- Druckunterlagen: 300dpi PDF-Dateien mit eingebetteten Schriften im CMYK-Modus (kein RGB)
- Logos in 100%-Größe, max. 30 x 10 mm, QR Codes 10 x 10 mm
- Datentransfer: katalog@fruchthandel.de

KONTAKT FÜR RÜCKFRAGEN

- Fruchthandel Magazin | Fruitnet Media International GmbH | Postfach 10 55 51 | 40046 Düsseldorf | Deutschland | Tel. +49-(0)211-99 10 4-40 | www.fruchthandel.de | katalog@fruchthandel.de

Einsendeschluss 19. Dezember 2025

LET'S GROW!

Innovation. Interaction. Inspiration.

**FRUIT
LOGISTICA**



FARBANZEIGEN

<input type="radio"/>	1/1 Seite	EUR 3.350,-	HOCH	QUER	SATZSPIEGEL	ANSCHNITT	
<input checked="" type="radio"/>	1/2 Seite	EUR 1.900,-	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
<input type="radio"/>	1/3 Seite	EUR 1.590,-	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> 2./3. Umschlagseite EUR 3.500,-
<input checked="" type="radio"/>	1/4 Seite	EUR 1.375,-	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> 4. Umschlagseite EUR 3.650,-

<p>1/1 SEITE</p> <p>Satzspiegel 128 x 191 mm Im Anschnitt 148 x 210 mm + 3 mm Beschnitt- zugabe rundum</p>	<p>1/2 HOCH</p> <p>Satzspiegel 62 x 191 mm Im Anschnitt 70 x 210 mm + 3 mm Beschnitt- zugabe rundum</p>	<p>1/2 QUER</p> <p>Satzspiegel 128 x 93 mm Im Anschnitt 148 x 105 mm + 3 mm Beschnitt- zugabe rundum</p>	<p>1/3 QUER</p> <p>Satzspiegel 128 x 61 mm Im Anschnitt 2 148 x 73 mm + 3 mm Beschnitt- zugabe rundum</p>	<p>1/4 QUER</p> <p>Satzspiegel 128 x 44 mm Im Anschnitt 148 x 56 mm + 3 mm Beschnitt- zugabe rundum</p>	<p>1/4 HOCH</p> <p>Satzspiegel 62 x 93 mm</p>
---	--	---	--	--	--

PREMIUMEINTRÄGE - LOGOS - QR-CODES

- Premiumeintrag EUR 490,- je Verzeichnis (siehe Beispiel Fruchthandel) inkl. Logo
- Farb-Logo EUR 330,- je Verzeichnis (siehe Beispiel Fruitnet)
- QR-Code s/w EUR 70,- je Verzeichnis
nur zusätzlich zum Premiumeintrag/Logo möglich

FRUCHTHANDEL MAGAZIN

FRUCHTHANDEL MAGAZIN, Düsseldorf, DE 5.2/A-50
 info@fruchthandel.de – www.fruchthandel.de
 Fruchthandel Magazin is the number one provider of news, information and analysis for the fresh produce business in Germany and German-speaking countries. Published since 1916.

FRUITNET MEDIA INTERNATIONAL

Fruchthandel Magazin, Düsseldorf, DE



6.2 A-06

Text für den Premiumeintrag

Ort

Land

E-Mail

Website

Text (maximal 200 Zeichen inklusive Leerzeichen)

PLATZIERUNG

- im A-Z-Firmenverzeichnis
- im Hallenverzeichnis
- in beiden Verzeichnissen (doppelter Preis)

Firma Kontaktperson

Postleitzahl Ort

Strasse Land

Telefon E-Mail

MwSt./USt.-ID-Nr. (nur für Firmen in der EU)

DRUCKEN

SENDEN

Einsendeschluss 19. Dezember 2025

Probleme beim Drucken oder Versenden? Dann Datei herunterladen, mit Adobe Reader bearbeiten und senden an: katalog@fruchthandel.de

Berlin 4|5|6 Feb 2026

LET'S GROW!
Innovation. Interaction. Inspiration.

FRUIT
LOGISTICA



FRUIT LOGISTICA Exhibition Guide 2026

Allgemeine Geschäftsbedingungen –
Fruitnet Media International GmbH

1. Für Aufträge gelten diese Geschäftsbedingungen der Fruitnet Media International GmbH (im Folgenden „Verlag“ genannt). Die Geltung von Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Auftraggebers ist ausdrücklich ausgeschlossen.
2. Ein Auftrag im Sinne dieser Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Erstellung, Einspeisung und/oder Veröffentlichung einer oder mehrerer Werbungen, kostenpflichtiger Einträge oder kostenpflichtiger Logoveröffentlichungen (im Folgenden „Werbung(en)“ oder „Anzeige(n)“ genannt) nur eines Werbungtreibenden in den aktuellen, offiziellen, gedruckten Exhibition Guide (im folgenden „Messepublikationen“ genannt). Dies gilt auch für die Erschließung weiterer, nicht zu Messepublikationen gehörende Werbeeinheiten des Werbungtreibenden durch Hyperlinks. Der Exhibition Guide wird von der Messe Berlin GmbH herausgegeben. Voraussetzung für eine Werbung darin ist die Zulassung des Werbungtreibenden als Aussteller durch die Messe Berlin GmbH.
3. Der Vertrag kommt erst zu Stande durch
 - a) schriftliche oder per E-Mail erfolgte Bestätigung des Auftrags seitens des Verlages oder
 - b) die Veröffentlichung der Werbung.

Mündliche oder telefonische Bestätigungen sind rechtlich nicht verbindlich. Sofern zusätzlich angebotene Leistungen, die nicht Teil des Vertrages sind, durch den Werbungtreibenden in Auftrag gegeben werden, ist deren Übernahme durch den Verlag schriftlich zu bestätigen.

4. Bestellungen sind rechtsverbindlich. Lehnt der Verlag den Auftrag innerhalb von vier Wochen ab Erhalt des Auftrags nicht ab, gilt der Auftrag als angenommen.
5. Sollte ein Auftrag für eine Werbung nach dem vom Verlag mitgeteilten letzten möglichen Termin eintreffen, behält sich der Verlag vor, diesen in den Messepublikationen oder falls zutreffend in einem Nachtrag zu den Messepublikationen aufzunehmen. Eine eventuelle Zahlungspflicht bleibt bestehen.
6. Aufträge sind im Zweifel innerhalb von 12 Monaten nach Vertragsabschluss abzuwickeln. Ist in einem Rahmenvertrag das Recht zum Abbruch mehrerer Werbungen eingeräumt, ist der Auftrag innerhalb von 12 Monaten seit Erscheinen der ersten Werbung abzuwickeln.
7. Der Verlag ist um sorgfältige Ausführung des Auftrages bemüht. Der Verlag gewährleistet eine, dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe der Werbung. Der Verlag ist bemüht, den Auftrag zum vorgesehenen Termin auszuführen, haftet jedoch nicht für die Einhaltung des Erscheinenszeitpunktes. Weder der Verlag noch dessen Angestellte, Erfüllungsgehilfen oder sonstige Hilfspersonen oder Vertreter gewährleisten, dass durch die Werbung bestimmte Ergebnisse erzielt werden können.
8. Es gelten die jeweils aktuellen Konditionen, die in der aktuellen Preisliste bzw. in den aktuellen Anzeigentarifen und Eintragsformularen gesondert aufgeführt sind. Der Umfang und die Kosten der Werbung ergeben sich aus der jeweils gültigen Preisangabe. Anzeigentarife und Preislisten für Werbung sind keine Angebote im Sinne des Bürgerlichen Gesetzbuchs. Eventuell vom Verlag abgegebene Angebote sind in jedem Fall freibleibend. Die in den Anzeigentarifen und Preislisten aufgeführten Preise, Zuschläge und Rabatte werden für alle Auftraggeber nach einheitlichen Richtlinien angewendet. Die Preise verstehen sich zusätzlich der jeweils gültigen gesetzlichen Mehrwertsteuer. Eine Änderung der Anzeigentarife und Preisliste bleibt vorbehalten. Für vom Verlag bestätigte Aufträge sind Preisänderungen nur wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens drei Monate vor Veröffentlichung der Werbung angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von fünf Werktagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausübt werden.
9. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten und Anzeigentarife des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsvergütung darf an die Kunden weder ganz noch teilweise weitergegeben werden. Aufträge von Werbeagenturen werden nur für namentlich genau bezeichnete Werbungtreibende angenommen, deren Firmenanschrift dem Verlag bekannt ist. Werbemittler erhalten vom Verlag nur dann eine Vermittlungsprovision, wenn sie den Auftrag direkt erteilen, die Bezahlung übernehmen und Produktionsunterlagen direkt liefern.
10. Der Verlag ist berechtigt, Leistungen, die im Zusammenhang mit der Herstellung und Veröffentlichung der Werbung stehen, auch an Dritte zur Ausführung zu übertragen. Eine Rechtsbeziehung zwischen diesem/dieser Ausführenden und dem Auftraggeber kommt hierdurch nicht zu Stande.
11. Eine Verbund- oder Kollektivwerbung, d.h. die gemeinschaftliche Werbung mehrerer Werbungtreibender, ist grundsätzlich ausgeschlossen. Ausnahmeregelungen bedürfen einer individuellen Absprache sowie einer schriftlichen Bestätigung des Verlages.
12. Es besteht keine Verpflichtung des Verlages, die Werbung vor Annahme des Auftrags anzusehen und zu prüfen. Deshalb behält sich der Verlag auch bei rechtsverbindlich angenommenen Aufträgen vor, die Werbung wegen seines Inhalts, seiner Herkunft oder seiner technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen abzulehnen – auch im Falle einzelner Abrufe im Rahmen eines Gesamtabschlusses. Dies gilt auch für Werbung, die durch Verlagsvertreter oder sonstige Vermittlungsstellen angenommen werden. Der Verlag kann vom Vertrag ohne Schadenersatzanspruch für den Auftraggeber zurücktreten, wenn sich erst nachträglich herausstellt, dass Inhalt und/oder Form des Auftrages gegen maßgebliche Grundsätze verstoßen, so u.a. sittenwidriger Inhalt und/oder bei Verstoß gegen religiöse oder politische Neutralität. Dies gilt auch für die Erschließung weiterer, nicht zur Werbung gehörender Werbeeinheiten des Werbungtreibenden durch Hyperlinks im Internet. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
13. Im Falle der Zurückweisung eines Auftrags hat der Auftraggeber Anspruch auf Rückzahlung der von ihm bereits an den Verlag erbrachten Leistungen. Die Geltendmachung weiterer Ansprüche wird ausdrücklich ausgeschlossen. Wird die Werbung trotz der zunächst erklärten Zurückweisung veröffentlicht, bleibt es bei der ursprünglichen Zahlungsverpflichtung des Auftraggebers.
14. Der Verlag ist bei Rückzahlung empfangener Leistungen an den Auftrag nicht gebunden, wenn die Werbung, aus welchen Gründen auch immer, nicht erscheint. Im Falle höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung und Schadenersatz.
15. Für den Inhalt der Werbung, für alle darin enthaltenen Angaben und der sich aus diesen eventuell ergebenden Rechtsfolgen haftet der Auftraggeber. Es ist ausschließliche Aufgabe des Auftraggebers, wettbewerbs-, warenzeichen-, urheber-, presse- sowie namensrechtliche und sonstige Fragen vor Erteilung des Auftrages zu klären. Der Auftraggeber bestätigt mit der Auftragserteilung, dass er sämtliche erforderlichen Nutzungsrechte der Inhaber von Urheber-, Marken-, Leistungsschutz-, Persönlichkeits- und sonstigen Rechten an den von ihm gestellten Dateien und Unterlagen (z.B. Texte, Fotos, Graphiken, Ton- und Videoaufzeichnungen etc.) erworben hat. Der Auftraggeber stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen Verletzung von Rechten Dritter oder gesetz- oder vertragswidrigen Verhaltens des Auftraggebers aus der Ausführung des Auftrags, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag geltend gemacht werden. Im Falle der Inanspruchnahme durch Dritte haftet der Auftraggeber allein. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Werbung auf die Beeinträchtigung von Rechten Dritter zu prüfen.
16. Der Auftraggeber darf die Werbung nur zu Gunsten seiner Erzeugnisse, Leistungen oder Angebote – ohne Erwähnung anderer Firmen – durchführen.
17. Konkurrenzschluss kann nicht gewährt werden.
18. Für die rechtzeitige Lieferung des Inhalts der Werbung sowie einwandfreier Produktionsunterlagen ist der Auftraggeber verantwortlich und hat die Kosten zu tragen. Der Auftraggeber trägt die Gefahr der Übermittlung des zur Veröffentlichung bestimmten Materials, insbesondere die Gefahr für den Verlust von Daten. Liefert der Kunde die erforderlichen Produktionsunterlagen für eine Werbung nicht rechtzeitig, so ist der Verlag berechtigt, vom Vertrag gegen eine Aufwandsentschädigung in Höhe von 20% des Auftragswertes zurückzutreten, es sei denn, der Kunde weist einen niedrigeren Aufwand nach.
19. Für die Wiedergabequalität ist die Qualität der Produktionsunterlagen entscheidend und maßgebend. Der Kunde ist bei Anzeigen im gedruckten Katalog verpflichtet, ein farberbindliches Digitalproof nach FOGRA 28L mit Farbkeil/Messelementen anzuliefern. Bei Produktionsunterlagen, die als Digitaldaten geliefert werden, kann der Verlag bezüglich Gestaltung, Textinhalt, Format und Farbgebung der veröffentlichten Werbung keine Haftung übernehmen. Die Kosten zur Herstellung eines nicht angelieferten Proofs sowie für notwendige Nacharbeiten aufgrund unvollständiger oder qualitativ nicht ausreichender Produktionsunterlagen werden nach Absprache mit dem Auftraggeber zu den üblichen Sätzen bzw. nach Aufwand gesondert in Rechnung gestellt. Bei Anlieferung von Reinzeichnungen, Fotos etc. werden die anzufertigenden Produktionsunterlagen zu den üblichen Sätzen berechnet. Vom Auftraggeber nachträglich gewünschte Änderungen werden diesem in Rechnung gestellt. Bei mündlich oder telefonisch aufgegebenen Aufträgen oder veranlassenden Änderungen übernimmt der

Verlag keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe. Bei kostenpflichtigen Einträgen ist der Kunde mit der Kürzung eines von ihm gelieferten Textes durch den Verlag einverstanden, falls die vorgegebene Länge überschritten wird. Sind etwaige Mängel bei den angelieferten Produktionsunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden erst nach Druck bzw. bei Einschaltung der Werbung im Internet deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichungsqualität keine Ansprüche.

20. Ist die Druckunterlage größer als das bestätigte Anzeigenformat, wird das nächst größere Format berechnet. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die tatsächliche Abdruckhöhe nach dem nächstgrößeren Format der Preisberechnung zugrunde gelegt.
21. Werbung, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht auf den ersten Blick als Werbung erkennbar ist, wird als Werbung deutlich kenntlich gemacht. Kostenpflichtige Einträge oder kostenpflichtige Logoveröffentlichungen sind von dieser Klausel nicht betroffen.
22. Korrekturabzüge von Einträgen und gelieferten Firmenlogos werden nicht geliefert. Korrekturabzüge von Anzeigen in den Messepublikationen werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Sendet der Auftraggeber die ihm rechtzeitig übermittelten Korrekturabzüge nicht fristgemäß zurück, so gilt die Druckfreigabe als erteilt. Für die Lesbarkeit von Korrekturen trägt der Auftraggeber die Verantwortung. Kosten für Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen sowie vom Auftraggeber nachträglich gewünschte Änderungen hat der Auftraggeber zu bezahlen. Bei mündlich oder telefonisch aufgegebenen Aufträgen oder veranlassenden Änderungen übernimmt der Verlag keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe.
23. Bei Ausführung sind technisch bedingte Farbabweichungen von den gelieferten Vorlagen vorbehalten und rechtfertigen keinen Preisnachlass.
24. Für die Platzierung von Anzeigen außer kostenpflichtiger Einträge und kostenpflichtiger Logoveröffentlichungen an bestimmten Plätzen der Messepublikationen wird keine Gewähr geleistet, es sei denn, dass der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrages ausdrücklich davon abhängig gemacht hat. Sonst gelten Platzierungswünsche des Auftraggebers vorbehaltlich der Unterbringungsmöglichkeit. Änderungen angemeinerer Platzierungswünsche behält sich der Verlag aus umbruchttechnischen Gründen vor. Sie berühren nicht die Gültigkeit des Auftrages.
25. Falls ein späteres Rücktrittsrecht nicht ausdrücklich vereinbart wurde, ist der späteste Rücktrittstermin bei Druckschriften der Anzeigenschluss und bei Werbung im Internet zehn Werktage vor Einschaltung. Ein Rücktrittsantrag ist in jedem Fall schriftlich an den Verlag zu richten. Der Rücktritt ist nur wirksam, sofern der Verlag ihm ausdrücklich und schriftlich zustimmt.
26. Beanstandungen jeglicher Art sind innerhalb von 30 Tagen nach Erscheinen der Werbung schriftlich zu erheben, ansonsten erlischt ein eventueller Anspruch. Ist die in Auftrag gegebene Werbung, durch ein Versehen des Verlages oder des Dritten, dem die Ausführung vom Verlag übertragen wurde, ganz oder teilweise nicht realisiert oder inhaltlich verändert, so hat der Auftraggeber ausschließlich Anspruch auf Zahlungsminderung oder ggf. eine Ersatzwerbung, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Werbung beeinträchtigt wurde und höchstens in der Höhe der Kosten der beanstandeten Werbung. Weitergehende Ansprüche, z.B. Neudruck, Einfügung, Zurückhaltung der Veröffentlichung, Versendung von Berichtigungsnachträgen, Schadensersatz usw., sind ausdrücklich ausgeschlossen. Weitergehende Haftungen für den Verlag sind auch bei irrtümlichem Nichterscheinen ausgeschlossen. Unerhebliche Mängel in der Ausführung des Auftrages berechtigen nicht zu einem teilweisen oder vollständigen Erlass des Entgelts. Sollten Mängel im Zusammenhang mit einer Werbung vorliegen, so ist der Auftraggeber nicht berechtigt, dem Verlag die Zahlung eines anderen kostenpflichtigen Auftrages zu verweigern. Eine Aufrechnung ist nur zulässig, wenn der zur Aufrechnung gestellte Anspruch des Auftraggebers unbestritten oder rechtskräftig festgestellt ist.
27. Der Verlag sorgt umgehend nach Erhalt der Beanstandungen für eine Beseitigung der gerügten Mängel, insofern dies noch möglich ist. Ansprüche des Auftraggebers auf Schadensersatz sind ausgeschlossen, sofern dem Verlag nicht Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit vorzuwerfen ist.
28. Der Verlag übernimmt keine Haftung für technische Störungen (wie z.B. seitens eines Internet-Servers oder eines Mail-Servers), soweit diese nicht in den Zuständigkeitsbereich des Verlages fallen. Der Verlag übernimmt keine Haftung dafür, dass der Internetdienst ununterbrochen und/oder fehlerfrei zur Verfügung steht. Die Haftung für sonstige schriftlich vom Verlag zugesicherte Eigenschaften bleibt unberührt und beschränkt sich auf die Höhe der vom Auftraggeber zu zahlenden Leistungen.
29. Bei Betriebsstörungen oder Fällen höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeit bedient – kann die Veröffentlichung einer Werbung unterbleiben oder ohne vorherige Benachrichtigung des Auftraggebers verschoben werden. Es erlischt jegliche Verpflichtung des Verlages auf Erfüllung von Aufträgen und Leistungen von Schadensersatz. Insbesondere wird auch kein Schadensersatz für nicht veröffentlichte oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Werbung oder Einträge geleistet.
30. Wenn Art und Umfang eines Auftrages rechtfertigen, werden bis zu zwei Kopfbögen oder vollständige Belegexemplare geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Aufnahmebescheinigung des Verlages. Für bezahlte Einträge und Firmenlogos werden keine Belegexemplare geliefert.
31. Datenträger und sonstige Druckunterlagen des Auftraggebers werden ihm nur auf besondere Anforderung und auf seine Kosten zurückgesandt. Die Gefahr hierfür trägt der Auftraggeber. Die Rückgabe der überlassenen Unterlagen erfolgt in dem nach der Bearbeitung üblichen Zustand. Die Pflicht zur Aufbewahrung durch den Verlag endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
32. Werbungtreibenden, die in anderen Objekten des Verlages wie dem Fruchthandel Magazin und dem Fruchthandel Branchen-Guide werblich aktiv sind, wird eine Rabattierung auch für die Messepublikationen gewährt. Die entsprechenden Nachlässe auf den Gesamtpreis sowie die Voraussetzungen zur Gewährung ergeben sich aus den jeweils aktuellen Mediadaten für das Fruchthandel Magazin – siehe www.fruchthandel.de. Für kostenpflichtige Einträge und Firmenlogos in den Messepublikationen werden keine Rabatte gewährt.
33. Für den Anspruch auf eine gemeinsame Konzern-Rabattierung ist bei konzernangehörigen Unternehmen eine Kapitalbeteiligung von mindestens 50% erforderlich. Der Anspruchsteller hat den Nachweis des Bestehens einer solchen Unternehmensbindung zu führen.
34. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung vor Erscheinen der Messepublikationen bzw. vor Veröffentlichung im Internet gestellt. Die Rechnungsstellung kann vor Leistungserfüllung durch den Verlag erfolgen. Die Rechnung ist sofort nach Erhalt ohne Abzug zu bezahlen. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von fünf Prozent p.a. über dem jeweils gültigen Basiszinssatz nach § 247 Abs. 1 BGB sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Aufträge Vorauszahlungen verlangen. Bei Konkursen und Zwangsvergleichen entfällt jeglicher Nachlass. Bei begründetem Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Auftrages, das Erscheinen weiterer Werbung, ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel, von der Vorauszahlung des Betrags und von dem Ausgleich offenkundiger Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Der Verlag kann auch im Falle begründeter Zweifel an der Kreditwürdigkeit des Auftraggebers vom Vertrag ohne Schadenersatz zurücktreten.
35. Der Auftraggeber erklärt ausdrücklich, dass er diese Geschäftsbedingungen zur Kenntnis genommen hat und erkennt sie durch seine Unterschrift unter dem Auftrag bzw. durch die Zusendung eines Auftrages per Post, Fax oder E-Mail an. Wenn, aus welchem Grund auch immer, der Auftraggeber den Auftrag nicht schriftlich bestätigt hat, gilt die Annahme der schriftlichen Auftragsbestätigung des Verlages als Anerkennung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen seitens des Kunden, falls der Auftrag nicht unmittelbar nach Erhalt der Auftragsbestätigung vom Kunden storniert wird.
36. Änderungen oder Ergänzungen des Vertrages oder dieser Geschäftsbedingungen einschließlich Nebenabreden und Änderungen dieser Klausel bedürfen der Schriftform. Sollte eine der Bestimmungen des Vertrages oder dieser Geschäftsbedingungen unwirksam sein oder werden, wird hierdurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Die unwirksame Bestimmung ist in eine solche wirksame Bestimmung umzudeuten, die dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen Bestimmung am nächsten kommt.
37. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist für beide Teile Düsseldorf. Auf die Verträge ist ausschließlich deutsches Recht anwendbar.

Stand 02.06.2025

Fruchthandel Magazin | Fruitnet Media International GmbH | Postfach 10 55 51 | 40046 Düsseldorf | Deutschland
Tel. +49-(0)211-99 10 4-40 | www.fruchthandel.de | katalog@fruchthandel.de