

BLIX

BLIX Magazin
PR Medien GmbH
Hauptstraße 93/1
88326 Aulendorf
T 07525 / 9212-0
E info@blix.info

Druckauflage:
20.000 Exemplare

MEDIADATEN 2026

Schwäbische Alb

Ulm / Neu-Ulm

Erbach

Senden

Ehingen

Vöhringen

Munderkingen

Laupheim

Dietenheim

Illertissen

Riedlingen

Oberschwaben

Schwendi

Bayern

Sigmaringen

Biberach

Kirchdorf

Mengen

Bad Buchau

Ochsenhausen

Pfullendorf

Bad Saulgau

Bad Schussenried

Rot an der Rot

Ostrach

BLIX Aulendorf

Memmingen

Bad Waldsee

Bad Wurzach

Allgäu

Wilhelmsdorf

KiBlegg

Leutkirch

Überlingen

Markdorf

Ravensburg/Weingarten

Meckenbeuren

Wangen

Konstanz

Meersburg

Friedrichshafen

Tettnang

Bodensee

Lindau

Bregenz

Dornbirn

BLIX ist der
Unterschied.
Es wird gelesen!



Und so erreichen Sie uns:

Anzeigenannahme/Zentrale:

Tel.: 07525/9212-0

E-Mail: anzeigen@blix.info

Termine: termine@blix.info

Redaktion: redaktion@blix.info



BLIX IST DER UNTERSCHIED - ES WIRD GELESEN!
BLIX BIETET INHALTE - DIE WERBUNG WIRKEN LASSEN!

Die 10 besten Gründe in BLIX zu werben

- 1 **BLIX hat einen hohen Nutzwert! BLIX bietet ein sehr gutes redaktionelles Umfeld: einen umfassenden Veranstaltungskalender und interessante Themen.**
- 2 **BLIX erreicht Ihre Zielgruppe:**
 - Die Zielgruppe junge Erwachsene (bis 30 Jahre) informiert sich über den Veranstaltungskalender und die Berichte aus der Szene, was zwischen Ulm und Bodensee los ist.
 - Die Zielgruppe Erwachsene (ab 30 bis 60plus) möchte wissen, was in ihrer Umgebung los ist und schätzt informative Berichterstattung über kulturelle und politische Themen.
- 3 **BLIX erscheint in hoher Auflage (20.000) und großräumig zwischen Ulm und Ravensburg, Memmingen und Sigmaringen.**
- 4 **BLIX verbindet eine wirtschaftlich und demographisch hoch interessante Region, in der über eine Million Menschen leben.**
- 5 **BLIX erscheint in bester Papier- und Druckqualität.**
- 6 **BLIX ist bunt und garantiert hochwertige Anzeigen.**
- 7 **BLIX ist einen ganzen Monat lang aktuell. Ihre Anzeige ist keine Eintagsfliege!**
- 8 **BLIX garantiert einen hohen Aufmerksamkeitswert. Es wird schnell und gezielt mitgenommen und mit Interesse gelesen. BLIX ist kein Anzeigengrab!**
- 9 **BLIX findet Leser über Qualität und Service und verstopft weder den Briefkasten noch den Papierkorb. Erst wenn das neue BLIX da ist, wird das alte entsorgt.**
- 10 **BLIX ist leser- und werbekundenorientiert. Wer in BLIX wirbt, wird wahrgenommen!**
- BLIX Endlich!!!**

INHALT

<p>AKTUELL</p> <p>Die Neppensmühle Seite 1 Vilho Lehto Seite 2 Das Dorfleben Seite 22 Akteur mit Endje Seite 28</p> <p>BEZUG</p> <p>KulturKern Seite 3 Menschen fast gabelten Boden Seite 11 Beziehungsberatung Seite 12 GIS in einer Villenentwicklung Seite 22</p> <p>TITELTHEMA</p> <p>20 Jahre Blix Seite 33 Gefühlsmoment Seite 34</p> <p>VERGLEICHEN</p> <p>Legat der USA Seite 75 Brot & Butter Seite 75</p> <p>RAA</p> <p>Sammelpostfach für den Standort Seite 30</p> <p>FREUDUNG & GARTEN</p> <p>Im eigenen Garten Seite 40 Im eigenen Garten Seite 40</p> <p>IMPRESSUM UND WEIN</p> <p>Das kleine Wein-Land Spangler Seite 48 Auf der Lauer Seite 48</p> <p>KULTUR & FREIZEIT</p> <p>Musik und Kunst Seite 54 Der Verlust der Geschichten Seite 60</p> <p>KONZERT</p> <p>Sommer in aller Demut Seite 69</p> <p>SPORT</p> <p>Das perfekte Team Seite 74</p> <p>MUSIK</p> <p>Stille der 1000 Klänge Seite 97</p> <p>KULTURKALENDER</p> <p>Seite 101</p> <p>BÜCHER</p> <p>Das 2. Buch Seite 24 Friedrich die Märkte Seite 24 Kopf Seite 27 Klimawandel & Tiere Seite 106</p>	<p>Bildung rundum futureyou & more Seite 8</p> <p>Essen & trinken vom Feinsten Spargel & Wein Seite 49</p> <p>Partner vom Besten die Top-Ten von BLIX Seite 60</p> <p style="text-align: center; border: 1px solid black; padding: 2px; font-weight: bold; color: white;">WIR WERBEN IN BLIX</p> <div style="background-color: #008080; color: white; padding: 10px; text-align: center; font-size: 2em; font-weight: bold; margin-top: 10px;">+ 20 %</div>	
---	--	--

IMPRESSUM

BLIX wird herausgegeben von der Kulturstiftung der Stadt Ulm. Verantwortlich für den Inhalt: Kulturstiftung der Stadt Ulm, Postfach 10 15 15, 72070 Ulm. Telefon: 07141 140-111. E-Mail: blix@kultur-stiftung.de. Druck: Druckerei ...

SONDERPLATZIERUNGEN

Neben den begehrten Umschlagseiten haben Sie auch die Möglichkeit, sich auf der Inhaltsseite (links) zu präsentieren (Beispiel: Größe 5).

Eine ganz besondere Plattform speziell für kulturelle Veranstaltungen bietet die Titelseite unseres Kulturkalenders (rechts). Hier können Sie Anzeigen der Größen 8 bis 12 oder eine halbe Seite quer (Größe 2) schalten (Beispiel: Größe 9).

KULTUR-KALENDER | APRIL 25 |

* BLIX-LICHTER *

Die Iren von Chaillet
Kammermusikensemble
Premiere am 18.04.2013 um 19.30 Uhr

Als Folgebühler kommt der Quartett Wein zusammen mit der Jugendmusikschule Biberach. Die Iren von Chaillet zur Geschichte: Eine Gruppe aus vier Personen tritt auf die Bühne und spielt auf die Iren nach. Sie spielen Park ausbreiten und zuziehern, da sie unter die Haut ein Kollaborieren zwischen ihrer Gegenspieler und die Berater des Partner Quartett Chaillet. Es sind allgemein persönliche, mündliche Gespräche, die unter der Führung von Chaillet, die Iren von Chaillet, den Kampf gegen die Zerstörung von Paris, aufzubrechen.

Premiere: Freitag, 18. April, 19.30 Uhr
weitere Aufführungen: Sa, 20. & 26. April, Sa, 27. & 30. April, Fr, 3. Mai, Donnerstag am 21. & 4. Mai, Aufführungsort: Theater Ulm, im Komödienhaus Biberach.

35 Jahre Grasmackoff
Musikensemble
am 27.04.2013 um 20 Uhr

35 Jahre Grasmackoff. Das ist ein guter Grund für die Schwabenrocker zu den Wurzeln ihrer Festivals zurückzukehren. Am Samstag, den 27. April, ab 20 Uhr wird die Gruppe wieder im Winterstadion in die Taster und Saiten lauern.

Die Band der Musikensembleleitermeister Rüdiger Dietz von Schwabhausen und zum ersten Mal mit dem neuen Saiten-Instrument Paul Hartmann mit dabei.

Die Musikensembleleitermeister Siegfried Paul Hartmann und die Musikensembleleitermeister Siegfried Paul Hartmann sind im Winterstadion (Eck, 07252-919) oder direkt über www.grasmackoff.de

Nachdem sich sein Maltrat in Winterstadion findet und um das Grasmackoff Festival noch einige Gedanken an.

MANN IST WO WAS LOS?

Rock, Pop, Jazz, Folk Seite 24
Ausstellungen Seite 102
Leseraktionen Seite 95
Diskussionen | Lesungen Seite 98
Theater, Kabarett, Musical Seite 99
Classik H Co Seite 95
Messen, Märkte, Gesellsch Seite 98
Kids & Family Seite 104

Jonas Tull's Jan Anderson
CDU Ulm
am 05.04.2013 um 20 Uhr

Im letzten Sommer wurde Jonas Tull's Begrüßung Konzeptalbum 'Jah & A Block' erstmals bei der Veröffentlichung 1997 von Jan Anderson, dem letzten Frontmann der Band, wieder live aufgeführt. Nach dem Erfolg im Frühjahr 2012 wird die 'Jah & A Block' CD im Frühjahr fertiggestellt, am Sonntag, 5. Mai, können Sie Jonas Tull's und Jan Anderson am 20 Uhr auch nach Ulm im CDU.

Karten für Jonas Tull's und Jan Anderson gibt es beim Verkauf, dem KundenCenter der CDU in Ulm. Karten für Jonas Tull's und Jan Anderson gibt es beim Verkauf, dem KundenCenter der CDU in Ulm. Karten für Jonas Tull's und Jan Anderson gibt es beim Verkauf, dem KundenCenter der CDU in Ulm.

Mensch und Tier
Friedrichsen Ulm
am 06.04.2013

Vogel und Mensch, Quack und Katz sind die Motive von der Band, die 1998 in Stuttgart wurde und in einem Kellar aufzubrechen ist. Tier und Mensch, Quack und Katz sind die Motive von der Band, die 1998 in Stuttgart wurde und in einem Kellar aufzubrechen ist. Tier und Mensch, Quack und Katz sind die Motive von der Band, die 1998 in Stuttgart wurde und in einem Kellar aufzubrechen ist.

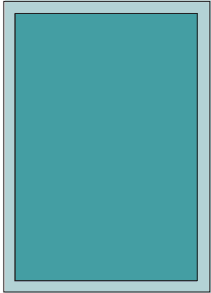
Kulturtitel
(Größen 8 bis 12 möglich)

+ 10%

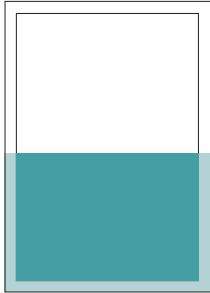


ALLE TITEL

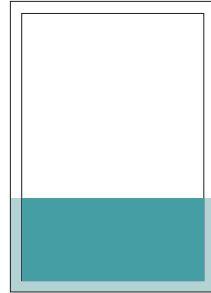
Heftformat A4 210 x 297 mm / 6 Spalten à 27,5mm



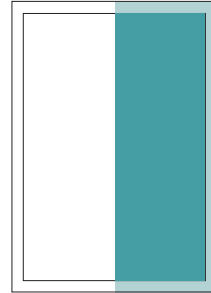
Größe 1:
S: 186 x 264
A: 210 x 297*
4c: 1.800 € zzgl. MwSt.



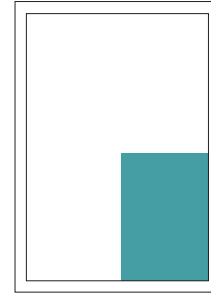
Größe 2:
S: 186 x 130
A: 210 x 142*
4c: 900 € zzgl. MwSt.



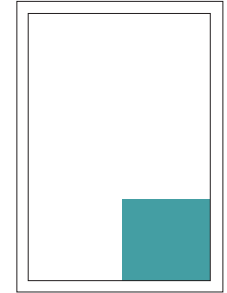
Größe 3:
S: 186 x 85
A: 210 x 97*
4c: 660 € zzgl. MwSt.



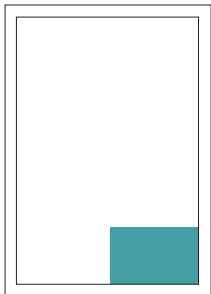
Größe 4:
S: 91 x 264
A: 103 x 297*
4c: 900 € zzgl. MwSt.



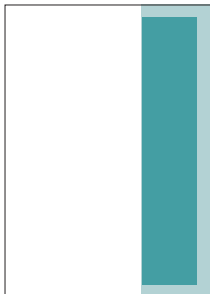
Größe 5:
S: 91 x 130
4c: 450 € zzgl. MwSt.



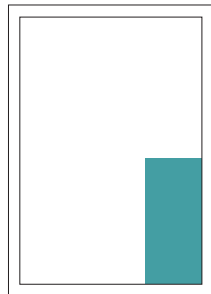
Größe 6:
S: 91 x 85
4c: 350 € zzgl. MwSt.



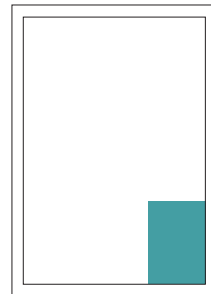
Größe 7:
S: 91 x 60
4c: 240 € zzgl. MwSt.



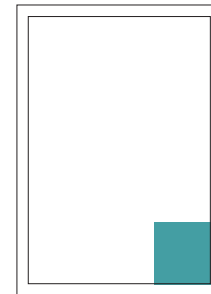
Größe 8:
S: 60 x 264
A: 72 x 297*
4c: 660 € zzgl. MwSt.



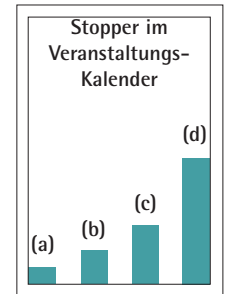
Größe 9:
S: 60 x 130
4c: 350 € zzgl. MwSt.



Größe 10:
S: 60 x 85
4c: 240 € zzgl. MwSt.



Größe 11:
S: 60 x 60
4c: 220 € zzgl. MwSt.



Größe 12:
S(a): 27 x 20
4c: 70 € zzgl. MwSt.
S(b): 27 x 40
4c: 90 € zzgl. MwSt.
S(c): 27 x 60
4c: 110 € zzgl. MwSt.
S(d): 27 x 130
4c: 220 € zzgl. MwSt.

RÜCKTRITTSRECHT
Farbanzeigen:
14 Tage vor AZ-schluss

ANZEIGENSCHLUSS
jew. zum 18. des Vormonats

MEHRWERTSTEUER
Die Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

ERSCHEINUNGSWEISE
monatlich
10 Ausgaben im Jahr
Doppelausgaben:
Januar/Februar und August/September

AUFLAGE
20.000 Exemplare im Monat

VERBREITUNG
Nielsen 3b

PLATZIERUNGEN
BLIX kann Platzierungswünsche nur als solche vermerken - ohne Gewähr auf Realisierung. Auf Sonderplatzierungen werden Zuschläge erhoben.

FARBANZEIGEN
Die aufgeführten Preise gelten für Anzeigen mit Zusatzfarben nach der Eurokala. Diese Preise sind voll rabattfähig. Sonderfarben oder Farbtöne, die mit der Eurokala nicht erzeugt werden können, werden gesondert berechnet. Diese Kosten sind nicht rabattfähig. Der eventuelle Verzicht auf die Grundfarbe Schwarz bei Farbanzeigen ist ohne Einfluss auf die Berechnung der Anzeigen. Werden bei Formaten mit Bunddurchdruck die Farben auf beiden Heftseiten unterschiedlich genutzt, so erfolgt die Berechnung für jede Heftseite getrennt zu den für Teilformate geltenden Preisen. Einzelheiten auf Anfrage. Geringe Schwankungen sowie Abweichungen im Farbton von der Vorlage sind im Toleranzbereich des Offsetdruckverfahrens begründet.

BUNDDURCHDRUCK
Es werden keine Zuschläge erhoben.

MALSTAFFEL (über ein Jahr)

3 Anzeigen	5%
6 Anzeigen	10%
9 Anzeigen	15%

ZUSCHLÄGE

Umschlagseitenzuschlag	
U4	30%
U2	20%
U3	10%
Seite 5	10%

LEGENDE:
S = Satzspiegel
A = Anschnitt
4c = 4-farbig

* Alle Formate in mm (Breite x Höhe). Bitte beachten Sie die Beschnittzugabe für randabfallende Formate von 3 mm je Schnittkante. Sie ist in den Maßen nicht enthalten.



BLIX Magazin • PR Medien GmbH • Hauptstraße 93/1 • 88326 Aulendorf
Tel. 07525 / 9212-0 • E-Mail: info@blix.info

Geschäftsführung:
Thomas Reiner

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung.

2. Anzeigenaufträge sind im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss abzuwickeln. 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 im Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannten Anzeigen hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

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 Rückerstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht oder wenn der Auftraggeber im Falle von Preiserhöhungen, statt ein ihm vorbehaltenes oder später eingeräumtes Rücktrittsrecht auszuüben, den Vertrag zu den neuen Preisen bis zur Erreichung des ursprünglich vereinbarten Auftragswertes fortsetzt.

5. Betr.: Textteilanzeigen. Unzutreffend.

6. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift wird keine Gewähr geleistet, es sei denn, dass der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrages ausdrücklich davon abhängig gemacht hat.

7. L. Absatz betr. Textteilanzeigen. Unzutreffend. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ kenntlich gemacht.

8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen- und Beilagenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen des Abschlusses – wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen Grundsätzen des Verlages abzulehnen. Dies gilt auch für Aufträge, die an den Schaltern der Geschäftsstellen, bei Annahmestellen oder bei Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteiles der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird vom Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckvorlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe der Anzeige.

10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Weitergehende Haftungen für den Verlag sind ausgeschlossen. Reklamationen müssen innerhalb vier Wochen nach Eingang von Rechnungen und Belegen geltend gemacht werden. Für Fehler bei telefonischen Übermittlungen jeder Art übernimmt der Verlag keine Haftung.

11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht fristgemäß zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.

12. Sind keine besonderen Größenvorschriften angegeben, so wird die tatsächliche Abdruckhöhe der Preisberechnung zu Grunde gelegt.

13. L. Absatz betr. Rechnungslegung bei Zeitungen. Unzutreffend. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine kürzere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von mindestens 3% über dem jeweils gültigen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank sowie die Einbeziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden

Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Konkursen und Zwangsvergleichen entfällt jeglicher Nachlass. Bei Vorliegen eines wichtigeren Grundes, 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 offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen, ohne dass hieraus dem Auftraggeber irgendwelche Ansprüche gegen den Verlag erwachsen.

15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenausschnitt. Wenn Art und Umfang des Anzeigenauftrages es rechtfertigen, werden mindestens zwei Kopfbelege oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr verschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Aufnahmebescheinigung des Verlages.

16. Kosten für erhebliche Veränderungen ursprünglich vereinbarter Ausführung und Lieferung bestellter Druckstöcke, Matrern und Zeichnungen hat der Auftraggeber zu bezahlen.

17. Aus einer Auflagenminderung kann nur dann ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise zugesicherte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht zugesichert ist – die durchschnittliche verbreitete Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie 25 v.H. und mehr beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag den Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeigen vom Vertrag zurücktreten konnte.

18. Vom Auftraggeber gelieferte Druckunterlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

19. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren 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.

20. Im Falle gänzlichen oder teilweise Nichterscheins der Werbeträger und somit der Anzeige infolge höherer Gewalt oder bei Störung des Arbeitsfriedens erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistungen von Schadenersatz. Insbesondere wird für nicht rechtzeitig oder überhaupt nicht veröffentlichte Anzeigen bzw. Beilagen kein Schadenersatz geleistet.

21. Bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt (z.B. Streik, Beschlagnahme u. dgl.) hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Aufträge mit 75 v.H. der garantierten verbreiteten Auflage erfüllt sind. Geringere Leistungen sind nach dem Tausender-Seitenpreis gemäß der im Tarif genannten garantierten Auflage zu bezahlen.

22. Die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen kann Auswirkung auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließt spätere Reklamationen aus. Der Verlag muss sich die Berechnung entstehender Mehrkosten vorbehalten.

23. Konkurrenzausschluss wird nicht gewährt.

24. Mündliche Vereinbarungen, Bedingungen und Fristen müssen schriftlich durch den Verlag bestätigt werden.

25. Bei Zahlungsverzug ist der Verlag berechtigt, ohne Nachfristsetzung unter Belastung aller Rabatte vom Vertrag zurückzutreten.

26. Der Auftraggeber haftet für alle Folgen und Schäden die sich für den Verlag besonders auf Grund presserechtlicher und gesetzlicher Bestimmungen oder Vorschriften aus dem Inhalt der Anzeigen und Beilagen und durch deren Abdruck oder Streuung ergeben können. Der Auftraggeber hat den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, wobei der Verlag nicht verpflichtet ist zu prüfen, ob durch die Anzeigen und Beilagen Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Dies gilt auch für bereits ausgeführte Aufträge. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Kosten des Abdruckes einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu den jeweils gültigen Tarifpreisen zu tragen.