



Bau Info

www.bgv-nrw.de



MEDIADATEN 2018

Preisliste Nr. 11, gültig ab 1. Januar 2018

Foto: Dmitry Kalinovsky / 123ref.com



Bau Info

DAS MAGAZIN FÜR FACHLEUTE:

BAUInfo informiert im Zweimonatsrhythmus fachlich und kompetent über die wichtigsten bau- und betriebswirtschaftlichen, technischen und gesetzlichen Neuerungen sowie Produktinnovationen.

DAS MAGAZIN FÜR ENTSCHEIDER:

BAUInfo ist das Fachmagazin für Inhaber und leitende Mitarbeiter von Handwerksbetrieben der baugewerblichen Innungen.

STARK IN GEMEINSAMKEIT:

Die Baugewerblichen Verbände sind ein Zusammenschluss von sechs Fachverbänden des Baugewerbes in den Bereichen Roh- und Ausbau, Dach, Ausbau und Fassade, Straßen- und Tiefbau, Zimmerer und Holzbau sowie Auslandsbau. Das Fachmagazin BAUInfo informiert 2500 Mitgliedsbetriebe in 108 Innungen.

STARKE INTERESSEN- VERTRETUNG:

Als Wirtschafts-, Arbeitgeber- und Fachverbände vertreten die Baugewerblichen Verbände aktiv die Interessen ihrer Mitglieder in den Bereichen Bau- und Betriebswirtschaft, Auslandsbau, Tarif- und Sozialpolitik, Recht und Steuern, Technik, berufliche Bildung und Öffentlichkeitsarbeit.

Erscheinungsweise: 6 × jährlich

Organ: Offizielles Mitteilungsorgan der
Baugewerblichen Verbände

Herausgeber: Baugewerbe-Verband Nordrhein
Fachverband Ausbau und
Fassade NRW
Straßen- und Tiefbau-Verband NRW
Zimmerer- und Holzbau-Verband
Nordrhein
Deutscher Auslandsbau-Verband e.V.
Graf-Recke-Straße 43
40239 Düsseldorf

Telefon: 0211/914 29-0

Fax: 0211/914 29-31

E-Mail: info@bgv-nrw.de

Internet: www.bgv-nrw.de

Verlag: Verlagsanstalt Handwerk GmbH

Postanschrift: Postfach 10 51 62
40042 Düsseldorf

Hausanschrift: Auf'm Tetelberg 7
40221 Düsseldorf

Telefon: 0211/390 98-0

Fax: 0211/390 98-29

Internet: www.verlagsanstalt-handwerk.de

E-Mail: info@verlagsanstalt-handwerk.de

Verlagsleitung: Dr. Rüdiger Gottschalk

Redaktion

Chefredaktion: Lutz Pollmann (v.i.S.d.P.)

Anzeigen

Leitung: Michael Jansen

Telefon: 0211/390 98-85

E-Mail: jansen@verlagsanstalt-handwerk.de

Verkauf: Birgit Japes

Telefon: 0211/390 98-63

Fax: 0211/30 70 70

E-Mail: japes@verlagsanstalt-handwerk.de

Vertrieb

Leitung: Harald Buck

Telefon: 0211/390 98-20

Fax: 0211/390 98-79

E-Mail: buck@verlagsanstalt-handwerk.de



Bezugspreis:

Der Bezugspreis ist im Innungs-
bzw. Verbandsbeitrag enthalten

Erfüllungsort/Gerichtsstand:

Düsseldorf

Bankverbindung:

Postbank Dortmund

IBAN:

DE47 4401 0046 0007 001465

BIC: PBNKDEFF

Zahlungsbedingungen:

Zahlbar sofort nach Rechnungs-
erhalt netto ohne Abzug

Mehrwertsteuer:

Alle aufgeführten Anzeigen-
preise zuzüglich gesetzlicher
MwSt.

AUSGABE	1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	11-12
ERSCHEINUNGSTERMIN	15. 2.	16. 4.	15. 6.	15. 8.	15. 10.	17. 12.
ANZEIGENSCHLUSS	19. 1.	22. 3.	22. 5.	20. 7.	20. 9.	22. 11.

Anzeigenschluss = Druckunterlagenschluss

ANZEIGENPREISE

MEHRFARBIG	1/1 Seite	1/2 Seite	1/3 Seite	1/4 Seite
	1.345,00 €	770,00 €	525,00 €	410,00 €

ZUSCHLÄGE

4. UMSCHLAGSEITE	25 %
2. UND 3. UMSCHLAGSEITE	20 %

VORZUGSPLATZIERUNG	25 %
ANSCHNITT/BUNDDURCHDRUCK	10 %

RABATTE

20 % Rabattgewährung

bei Belegung aller Ausgaben (außer Beilagen und Einhefter) und Abnahme innerhalb eines Abschlussjahres.



PAPIERFORMAT:
210 mm × 297 mm

SATZSPIEGEL:
178 mm × 255 mm

DRUCKVERFAHREN:
Bogen-Offset

RASTER:
70er Raster

	1/1	1/2		1/3		1/4		
		hoch	quer	hoch	quer	hoch	quer	Eckfeld
OHNE ANSCHNITT (mm Breite × mm Höhe)	178 × 255	90 × 255	178 × 128	59 × 255	178 × 85	45 × 255	178 × 64	90 × 128
MIT ANSCHNITT zzgl. 3 mm Beschnitt (mm Breite × mm Höhe)	210 × 297	106 × 297	210 × 149	75 × 297	210 × 106	61 × 297	210 × 85	106 × 149

Sonderformate auf Anfrage möglich

■ BEILAGEN

Maximalformat
205 mm breit x 290 mm hoch

	Preise
BEILAGE BIS 20 G	165,00 €
BEILAGE BIS 30 G	180,00 €
BEILAGE BIS 40 G	215,00 €
BEILAGE BIS 50 G	235,00 €
TEILBEILAGEN	25 % Aufschlag
MINDESTAUFLAGE TEILBEILAGEN	1.000 Expl.

Preis je 1.000 inkl. Vertriebsgebühren

■ EINHEFTER UND TIP-ON CARDS

	Preise
EINHEFTER (4-SEITIG)	2.600,00 € Format: 210 mm breit x 297 mm hoch (zzgl. 5 mm Beschnitt an allen Außenkanten)
TIP-ON CARD/BOOKLET (BIS 20 G)	125,00 € je 1.000 inkl. Vertriebsgebühren Basisanzeige 1/1 Seite

■ ANLIEFERUNG

1 Woche vor Erscheinen unter Angabe von Stückzahl, Zeitschriftentitel und Ausgabennummer. An jeder Verpackungseinheit sollte sichtbar ein Muster angebracht sein. Die genaue Beilagenmenge wird mit der Auftragsbestätigung genannt.

Limberg Druck GmbH

Industriestraße 17
41564 Kaarst

■ MUSTER

5 Exemplare vorab an den Verlag:

Verlagsanstalt Handwerk GmbH

Birgit Japes
Aufm Tetelberg 7
40221 Düsseldorf

■ AUFLAGENANALYSE

	Exemplare
DRUCKAUFLAGE	2.553
VERBREITETE AUFLAGE	2.522
abonnierte Exemplare	2.206
davon Mitgliederstücke	2.206
sonstiger Verkauf	0
VERKAUFTE AUFLAGE	2.206
FREISTÜCKE	316
REST-, ARCHIV- UND BELEGEXEMPLARE	31

Verlagsangaben 2. Quartal 2017

Wir bitten um Beachtung folgender Bedingungen, um die Annahme und reibungslose Weiterbearbeitung digitaler Anzeigen/Druckunterlagen gewährleisten zu können:

Datenformat: Bevorzugtes Format: PDF, nach PDF/X-3 Standard erzeugt. Mögliche Formate: Daten aus allen gängigen Layout- und Grafikprogrammen wie z.B. InDesign, QuarkXpress (ohne Extensions), FreeHand (Schriften in Zeichenwege umwandeln), Illustrator, Photoshop. Word-Dateien bitte nur als Textvorlage für zu bauende Anzeigen. Senden Sie bitte alle Importe (EPS- oder TIF-Dateien), Schriften für Apple Macintosh (Screen- und Printerfonts) oder Opentype-Fonts (OTF, betriebssystemunabhängig) und die Originaldatei. Die Schriften werden nur zur Bearbeitung Ihres Auftrags genutzt und direkt danach wieder gelöscht. Dies geschieht, um Lizenzprobleme zu vermeiden.

Datenversand:

Per Post (CD-ROM oder DVD):

Verlagsanstalt Handwerk GmbH
Birgit Japes
Auf'm Tetelberg 7
40221 Düsseldorf

Per E-Mail: japes@verlagsanstalt-handwerk.de

(Datenmenge nicht über 10 MB) Beim E-Mailversand beachten, dass die Dateien die richtige Endung haben, z.B.: .TIF, .EPS oder .PDF. Offene Dateien, wie z.B. Originaldateien, Importe und Schriften sind nach Möglichkeit per FTP hochzuladen. Die Zugangsdaten erhalten Sie von der Anzeigenabteilung.

Zusammen mit dem Datenträger oder der FTP-Sendung werden alle Informationen über Zeitschrift/Titel, Absender, Betriebssystem, verwendete Programmversion, Dateinamen und Anzahl sowie Name der Druckfarben benötigt. Wir gehen davon aus, dass es sich bei den uns zugesandten Dateien um Kopien handelt, und übernehmen für den Bestand der uns übergebenen Dateien keine Haftung. Auch für digital gelieferte Anzeigen gilt der Anzeigenschluss als Liefertermin für Druckunterlagen.

Grafiken: Wenn Sie Grafiken, Logos oder Abbildungen in Ihrer Anzeige verarbeitet haben, ist es unbedingt nötig, diese Importe (EPS oder TIF) mit hereinzugeben. Rasterabbildungen sollten eine Auflösung von mindestens 300 dpi haben, Strichabbildungen 600 bis 1200 dpi.

Farbanzeigen, Belege, Proofs: Bitte liefern Sie zu jeder Anzeige einen verbindlichen Ausdruck. Für den Druck von Anzeigen in Euroskala (CMYK) benötigen wir einen druckverbindlichen Proof. Ohne den verbindlichen Proof übernehmen wir keine Gewährleistung für das Druckergebnis.

Gewährleistung: Wir können nur drucken, was auf den Datenträgern vorhanden ist. Für Abweichungen in Texten, Abbildungen und insbesondere Farben können wir keinerlei Haftung übernehmen.

Preise: Fehlbelichtungen aufgrund von unvollständigen oder fehlerhaften Daten, falschen Einstellungen oder unvollständigen Angaben werden in Rechnung gestellt. Dies gilt gleichermaßen für zusätzliche Satz- und Lithoarbeiten. Diese DTP-Arbeiten werden nach dem Zeitaufwand des erforderlichen Eingriffs berechnet. Alle anderen Arbeiten im Bereich der Vorstufe erfragen Sie bitte in der Anzeigenabteilung unseres Hauses. Gerne stellen wir Ihnen im Grafikbereich eine kompetente Beratung zur Seite.

1. DEFINITIONEN

„Anzeigenauftrag“ ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten als Auftraggeber (im folgenden AG) in einer Zeitschrift, einem ePaper (eMagazin oder einem digitalem Angebot zum Zweck der Verbreitung, „ePaper“ ist eine ausschließlich in elektronischer Form ohne Trägermedium verbreitete Ausgabe einer Zeitung oder Zeitschrift, deren redaktioneller und werblicher Inhalt (ungeachtet etwaiger Zusatz-funktionen, die sich unmittelbar aus den technischen Nutzungsmöglichkeiten ergeben, z.B. Verlinkungen) weitgehend identisch ist mit der gleichnamigen Printausgabe und die im Hinblick auf die darin enthaltenen Anzeigen gemeinsam mit der Printausgabe vermarktet wird, „eMagazine“ ist eine ausschließlich in elektronischer Form ohne Trägermedium verbreitete Publikation, deren redaktioneller und werblicher Inhalt in der Regel eigenständig ist (auch vom Inhalt einer etwaigen gleichnamigen Printausgabe einer Zeitschrift abweicht) und die ausschließlich in digitaler Form eigenständig (unabhängig von einer etwaigen gleichnamigen Printausgabe) vermarktet wird. „Digitales Angebot“ sind alle Websites, Newsletter und vergleichbare Leistungen des Verlags für Desktop, Tablet und Smartphone.

2. VERTRAGSSCHLUSS UND BUCHUNGSKONDITIONEN

Ein Vertrag über Werbemittel kann geschlossen werden pro einzelner Werbemittel oder für eine Anzahl von Werbemitteln. Im Rahmen dieser Verträge können feste Termine für einzelne Veröffentlichungen vereinbart werden, aber auch möglichst, die einzelnen Aufträge über einen Zeitraum auf Abruf abzuwickeln. Überhaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich zu Stande durch:

- das Angebot zum Vertragsschluss durch den AG in Textform
- und die Annahme des Auftrags durch die Auftragsbestätigung des Verlags in Textform oder durch Veröffentlichung des Werbemittels. Mündliche oder fernmündliche Bestätigungen sind rechtlich unverbindlich. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur selbst zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen, d.h. die Werbeagentur ist selbst Vertragspartner des Verlags nach diesen AGB. Aufträge von Werbeagenturen oder -mittlern werden nur für namentlich bezeichnete und identifizierbare Werbungtreibende angenommen. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur den Mandatsnachweis im Original zu verlangen und auch sich den Status als Agentur nachweisen zu lassen. Die Abrechnung erfolgt auf Basis der Preisliste bzw. Verlagsberechnung. Bei Online-Werbemitteln sind

für die Abrechnung der Werbeauslieferung die AdmPressions (Als) gemäß AdServer des Verlags maßgeblich. Al ist definiert als Serverauftrag eines Werbemittels vom AdServer des Verlags.

3. ABSCHLUSS

Ein Abschluss ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbung-treibenden Angebote Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. 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 eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird. Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Umstünden 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. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht.

4. ABLEHNUNGSBEFUGNIS

Der Verlag behält sich vor, Anzeigen und andere Werbemittel – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen, wenn

- deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
- deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem oder mehreren Verfahren beanstandet wurde oder
- deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft, der technischen Form oder juristischer Bedenken unzumutbar ist

• das Werbemittel auch Werbung Dritter oder für Dritte enthält.

Aufträge für Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Modells und dessen Billigung bindend. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlags. Diese berech-

tigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlags. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Der Verlag ist berechtigt, die Schaltung von Werbemitteln in elektronischen Ausgaben vorbeugend zu unterbrechen, falls ein hinreichender Verdacht auf rechtswidrige Inhalte der Website vorliegt, auf die ein Link in der Anzeige verweist. Dies gilt insbesondere in den Fällen der Ermittlungen staatlicher Behörden oder einer Abmahnung eines vermeintlich Verletzten, es sei denn, diese ist offensichtlich unbegründet. Der AG wird über die Sperrung unterrichtet und hat die vermeintlich rechtswidrigen Inhalte unverzüglich zu entfernen oder deren Rechtmäßigkeit darzulegen und ggf. zu beweisen. Der Verlag kann dem AG anbieten, die Anzeige durch eine andere Anzeige und/oder durch einen Link auf eine andere Website zu ersetzen. Die insoweit entstehenden Mehrkosten können dem AG nach Nachweis durch den Verlag in Rechnung gestellt werden; die Entscheidung darüber obliegt dem Verlag. Die Sperrung ist aufzuheben, sobald der Verdacht entkräftet ist. Der Verlag ist insbesondere berechtigt, die offensichtlich veröffentliche Anzeige aus der elektronischen Ausgabe zurückzuziehen, wenn der AG nachträglich unabgesprochene Änderungen der Inhalte der Anzeige vornimmt oder die URL der Verlinkung ändert oder der Inhalt der Website, auf die verlinkt ist, wesentlich verändert ist. In diesem Fall steht dem AG keine kostenfreie Ersatz- und Probestaube zu, wobei der Verlag seinen vereinbarten Vergütungsanspruch behält.

5. DRUCKUNTERLAGEN FÜR ZEITUNGSZEITSCHRIFTEN

Aufträge für Anzeigen in Zeitungen und Platzierungswünschen müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem AG 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. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder sonstige Werbemittel in Zeitschriften ist allein der AG verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der AG verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlags entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Probeausgabe werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der AG trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeausgabe. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übergabe des Probeausgabetextes Frist mitgeteilt werden. Kosten des Verlags für vom AG gewünschte oder zu vertretende Änderungen der

Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für den belegten Zeitschriftenanteil nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder sonstigen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der AG die Vorgaben des Verlags zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der AG Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanlage, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Vom AG anzuliefernde Belegen müssen den Spezifikationen in den Mediadaten entsprechen. Bei Abweichungen oder falschen bzw. zu spät angelieferten Belegen trägt der AG die damit verbundenen Kosten der Beteiligten. Anzeigen, die auf Grund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden durch den Verlag kenntlich gemacht.

6. BEREITSTELLUNG BEI ELEKTRONISCHEN WERBEMITTELN

Der AG ist verpflichtet zur vollständigen Anlieferung einwandfreier und geeigneter Anzeigen für elektronische Ausgaben (Banner, Ziel-URL, Alt-Text und ggf. Motivpläne) in der endgültigen digitalen Form bis spätestens fünf Werktage vor dem vereinbarten ersten Veröffentlichungstermin an den Verlag per E-Mail. Für Sonderwerbformen gilt eine Frist von zehn Werktagen. Sind die Dateien auf dem Server des AG oder eines Dritten gespeichert, teilt der AG unter Berücksichtigung der zuvor genannten Bedingungen die URL der zu schaltenden Werbemittel mit. Etwaige Abweichungen sind mit dem Verlag unverzüglich in Textform abzustimmen. Das Vorstehende gilt sinngemäß auch für die vom AG genannten Adressen, auf die das Werbemittel verweisen soll. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Werbemittel fordert der Verlag Ersatz. Bei nicht ordnungsgemäßer, insbesondere verspäteter Anlieferung oder nachträglicher Änderung wird keine Gewähr für die vereinbarte Verbreitung der Anzeige übernommen. Will der AG nach Ablauf der vorstehenden Fristen Werbemittel austauschen oder verändern oder von einem evtl. bestehenden Motivplan abweichen, wird der Verlag prüfen, ob diese Änderungen bzw. Änderungen der vereinbarten Veröffentlichungstermins noch vorgenommen werden können. Ist dies nicht der Fall, verbleibt es bei der ursprünglichen Vereinbarung.

7. RECHTEINRÄUMUNG UND GESETZLICHE BESTIMMUNGEN

Der AG überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung Print- und in Online-Medien aller Art 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 im Rahmen der Vertragserfüllung auf Dritte übertragbar und zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen. Vorgenannte Rechte berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien. Die rechtliche Verantwortung, insbesondere die weltbewerbsrechtliche Verantwortung für den Inhalt sämtlicher bereitgestellter Werbemittel, trägt ausschließlich der AG. Er ist verpflichtet, sorgfältig zu überprüfen, dass die Inhalte nicht gegen gesetzliche Bestimmungen verstößen und gewährleistet, dass durch den Inhalt der jeweiligen Werbemittel keine Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Er gewährleistet, im Rahmen der Vertragsbeziehung keine rechts- oder sittenwidrigen Inhalte zu verbreiten oder auf diese Bezug zu nehmen. Der AG sichert zu, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der AG ist verpflichtet, die Rechte an den Werbemitteln an allen Anspruchsriten Dritter, die wegen der Verletzung Wettbewerbsrechtlicher, strafrechtlicher, urheberrechtlicher und sonstiger gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Die Freistellung erstreckt sich auch auf die bei der notwendigen Rechteverteidigung gegenüber Dritten entstehenden Kosten. Der AG ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechteverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Verlag wird den AG über die Geltendmachung entsprechender Ansprüche Dritter informieren.

8. GEWÄHRLEISTUNG UND HAFTUNG

Der Verlag gewährleistet im Rahmen der vorher-sehbaren Anforderungen einem dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler. Dem AG ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, speziell im Web jederzeit eine gänzlich fehlerfreie Wiedergabe eines Werbemittels zu ermöglichen. Ein Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere dann nicht vor, wenn er hervorgerufen wird:

- durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungs- oder Hardware (z.B. Browser)
- wenn die Beeinträchtigung bei der Wiedergabe des Werbemittels dessen Zweck nicht wesentlich beeinträchtigt oder durch Störung der Kommunikationsnetze (z.B. aber nicht ausschließlich Leitungs- oder Stromausfall) beim Verlag oder anderer Betreiber oder durch Rechnerausfall auf Grund Systemversagens oder Leitungsausfall oder durch unvollständige

und/oder nicht aktualisierte Zwischengespeicherte Angebote auf sog. Proxy-Servern zwischenspeichern) oder in lokaler Cache oder durch einen Ausfall des vom Verlag genutzten Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.

Von der Gewährleistung ausgenommen sind Störungen, die aus Mängeln oder Unterbrechung des Rechnernetzes sowie der Kommunikationswege im AG zu dem Server des Verlags entstehen. Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 Prozent der gebuchten Zeit) einer zeitgebunden Feinbuchung wird der Verlag oder der Internetdienstleister versuchen, den Ausfall an Medialeistung nachzuliefern oder die Zeit der Insertion zu verlängern, sofern dies den Interessen des AG nicht zuwiderläuft. Im Falle des Scheiterns einer Nachlieferung oder einer Verlängerung des Insertionszeitraumes, entfällt die Zahlungsfrist des AG für die in dem Zeitraum nicht realisierten bzw. durchschnittlich nicht angefallenen Medialeistungen.

Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen. Sofern die vom Verlag zugesagte Medialeistung am Ende des Veröffentlichungszeitraumes nicht erreicht sein, steht dem AG eine Ausgleichsbuchung zu. Mit Ablauf der ursprünglichen Schaltungsdauer gilt das Werk als vollendet im Sinne von § 646 BGB. Maßgeblich zur Ermittlung der Medialeistung ist die Zahlung des Verlags. Außerhalb seines Herrschaftsbereiches trägt der Verlag nicht die Gefahr des Datenverlustes auf dem Übertragungswege und übernimmt auch keine Gewährleistung und/oder Haftung für die Datenschutzerklärung. Gefahrübergang ist mit Eingang des Werbemittels auf einem der Server des Verlags. Soweit die Werbemittel nicht auf einem Server des Verlags liegen, sondern durch den Server eines Dritten ausgeliefert werden (sog. Redirect-Vorfahren) und der Server des Verlags das Werbemittel über Mitteilung der URL der Werbemittels auf dem Server des AGs bzw. des Dritten bereitstellt, übernimmt der Verlag keine Gewährleistung und keine Haftung für die Auslieferung der Daten über das Internet sowie auch nicht bzgl. der sich daraus ergebenden weiteren Risiken, wie z.B. fehlerfreie Auslieferung und Beschaffenheit des Werbemittels und die Datensicherheit. Der Verlag wird mehr als unerhebliche Störungen und Fehler seiner Server schnellstmöglich beseitigen und ist bemüht, unerhebliche Beeinträchtigungen in angemessener Frist zu beseitigen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, die zur Verfügung gestellten Werbemittel bzw. Inhalte auf deren Richtigkeit, Aktualität, Vollständigkeit, Seriosität und die Datensicherheit. Der Verlag wird Fehln zu überprüfen und übernimmt dafür weder ausdrücklich noch konkludent die Gewähr oder die Haftung. Der Verlag leistet nur Schadensersatz bei Vorsatz, grober Fahrlässigkeit und Fehlen einer zugesicherten Eigenschaft; in allen anderen Fällen aus Verletzung einer Kardinalspflicht, aus Verzug oder aus Unmöglichkeit für Schäden, mit deren Eintritt

bei Vertragsschluss vernünftigerweise zu rechnen war, jedoch nicht für irgendwelche besonderen, zufällig entstandenen oder indirekten Schäden oder Folgeschäden. Gegenüber Kaufleuten ist in jedem Fall die Haftung für grobe und leichte Fahrlässigkeit, bei Erfüllungsgehilfen, die nicht gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte sind, auch für Vorsatz, auf den üblichenweise und typischerweise in derartigen Fällen voraussehbar sind, beschränkt und Schadensersatzpflichten begrenzt. Soweit eine Kardinalspflicht im vorgenannten Sinne fahrlässig verletzt wurde, haftet der Verlag höchstens bis zur Höhe der Vergütung, die er für die Schaltung des jeweiligen Werbemittels erhält oder erhalten hätte. Die Haftung für Schäden wegen der Verletzung von Körper, Leben und Gesundheit und nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt hiervon unberührt. Auf Mängel können Schadensersatzansprüche des AGs nur gestützt werden, soweit sie vom Verlag gem. §§ 276, 278 BGB zu vertreten sind. Der Verlag übernimmt, abgesehen von Vorsatz und grober Fahrlässigkeit, keine Haftung für die Zugangsqualität und -möglichkeit und die Qualität der Darstellung, für Speicherausfall, Unterbrechung, evtl. Versetzung, Löschung und Fehllieferung bei der Kommunikation. Das gilt nicht für Staaten bzw. Gerichtsbarkeiten, die den Ausschluss oder die Begrenzung der Haftung für Folge- oder zufällig entstandene Schäden nicht gestatten. Der AG haftet für alle Folgen und Nachteile, die der Verlag durch die missbräuchliche oder rechtswidrige Verwendung der Dienste oder dadurch entstehen, dass der AG seinen sonstigen Obliegenheiten nach diesen AGB nicht nachkommt. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalen Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlags als auch in fremden Betrieben, deren Schaltung für die Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Werbemittel.

9. VERGÜTUNG, PREISLISTE, TARGETING
Die Vergütung der Leistung des Verlags richtet sich grundsätzlich nach der im Zeitpunkt der Veröffentlichung jeweils gültigen Preisliste, die jeweils im Internet veröffentlicht ist. Die Nettopreise verstehen sich zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer. Werbeangeboten und sonstigen Werbemitteln sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des Verlags zu halten. Targetingkriterien pro Werbeträger sind in einer Übersicht zusammengefasst. Pro Targeting-Kriterium erhöht sich der TKP (Tausend-Kontakt-Preis) um die jeweils ausgewiesene Summe, sofern keine gesonderten TKPs für Targeting-Kampagnen angegeben sind.

10. ANZEIGENBELEG/CHIFFRE

Der Verlag liefert bei Anzeigen in gedruckten Titeln auf Wunsch ein Belegexemplar. Je nach Art und Umfang des Zeigenauftrages

werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlags über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige. Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postwege weitergegeben.

11. AUFLAGENMINDERUNG

Aus einer Auflagenminderung kann außer in Fällen höherer Gewalt (nach Streik) bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantieauflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein Preiserminderung berechtigender Mangel, wenn

- bei einer Garantieauflage bis zu 50 000 Exemplaren mindestens 20%,
- bei einer Garantieauflage bis zu 100 000 Exemplaren mindestens 15%,
- bei einer Garantieauflage bis zu 500 000 Exemplaren mindestens 10%,
- bei einer Garantieauflage über 500 000 Exemplaren mindestens 5% beträgt.

Eine Auflagenminderung aus Gründen höherer Gewalt (auch Streik) bleibt unberücksichtigt. Als Garantieauflage gilt 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 vorausgegangenen Kalenderjahres. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag die Auftraggeber über die Minderungen der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

12. ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Eventuelle Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

13. ZAHLUNGSVERZUG

Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen und Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Antrags bis zur Zahlung blockstellen und für noch ausstehende Schaltungen Vorauszahlung verlangen. Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des AG berechtigen den Verlag, auch während der Laufzeit des Vertrages, die Veröffentlichung weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich

offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Bei Werbeaufträgen einer Werbeagentur tritt dies mit Zustimmung des Auftraggebers in dementsprechenden Zahlungsansprüche gegen den Agenturkunden sicherungshalber an den Verlag ab, der diese Abtretung annimmt. Der Verlag ist berechtigt, diese Sicherungsabtretung gegenüber dem Agenturkunden offenzulegen, wenn die auftraggebende Agentur sich mit der Begleichung der Medien zu dem Verlags mund. 30 Tage in Verzug befindet.

14. DATENSCHUTZ

Name und Anschrift des Auftraggebers sowie alle für die Auftragsabwicklung erforderlichen Daten werden in automatisierten Dateien gespeichert. Der Auftraggeber ist damit einverstanden, dass die Eintragungen in andere elektronische Verzeichnisse aufgenommen, für Informationszwecke genutzt und dabei gegebenenfalls im Rahmen der Integration aufbereitet und verändert werden können. Der AG wird hiermit gemäß Telemediengesetz (TMG), Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) sowie sonstiger datenschutzrechtlicher Bestimmungen davon unterrichtet, dass die von ihm im Rahmen des Werbeauftrags angegebene personenbezogenen Daten ausschließlich zu dem Zwecke massenlos gespeichert, verarbeitet und genutzt werden, zu dem der AG diese angegeben hat, sofern keine Einwilligung in eine andere Nutzung erteilt wurde sowie zum Zwecke der Abrechnung und Vergütung. Der Verlag ist berechtigt, die personenbezogenen Daten des AG bzw. des Interessenten im Rahmen der Auftragserteilung und -bearbeitung sowie der Verfügbarkeitsanfrage zu erheben, zu verarbeiten, zu speichern und zu nutzen, soweit dies erforderlich ist, um dem AG die Schaltung und die Inanspruchnahme der Leistungen des Verlags zu ermöglichen und um eine Abrechnung vornehmen zu können. Ferner ist der Verlag berechtigt, auf diese zur Ermattung seiner Betriebsfähigkeit zuzugreifen. Der Verlag gewährleistet die vollständige Behandlung dieser Daten. Der AG kann jederzeit – nach schriftlicher Anfrage – die zu seiner Person gespeicherten persönlichen Daten, unentgeltlich beim Verlag einsehen. Der Verlag verpflichtet sich seinerseits, im Rahmen des TMG, BDSG sowie der sonstigen Datenschutzbestimmungen, die ihm aus dem Nutzungsverhältnis bekannt werden können, Daten des AGs, vorbehaltlich einer anderweitig erteilten Einwilligung, nur für die Erfüllung der Zwecke dieser AGB zu verwenden, das Datengeheimnis zu wahren und seine Mitarbeiter entsprechend zu verpflichten, soweit dies gesetzlich erforderlich ist. Um feststellen zu können, inwiefern die Daten des AGs von Interesse ist und verbessert werden kann, werden allgemeine, nicht-personenbezogene insbesondere statistische Daten über die Nutzung der Online- und Mobile-Leistungen des Verlags festgehalten. Dazu werden Umfragen durchgeführt und Daten und Informationen aus Server Protokoll-dateien auf ganzheitlicher Basis zusammengefasst

und für Statistiken und Analysen genutzt. Im Bemühen, das Angebot noch effektiver zu gestalten, ist der AG damit einverstanden, dass der Verlag als Teilnehmer bei führenden Marktforschungsvorhaben Bruttowerbeumsätze des Auftraggebers auf Produktenebene an die durchführende Unternehmung zur Veröffentlichung übermittelt, sofern diese die ausschließliche Verwendung der Daten zu werbestatistischen Zwecken garantiert.

15. SCHLUSSBESTIMMUNGEN

Die Gültigkeit etwaiger AGB des AG – die dem Verlag vor oder nach Vertragsschluss vom AG übersandt oder auf andere Weise zur Verfügung gestellt werden oder auf die sich der AG bezieht – ist, soweit sich mit diesen AGB nicht übereinstimmen oder der Verlag den anderen AGB nicht zugestimmt hat, ausdrücklich ausgeschlossen. Insbesondere führt die Unterlassung eines Widerspruchs bzw. eine unterbliebene Zurückweisung anderer AGB seitens des Verlags nicht dazu, dass diese dann als vereinbart gelten. Der Verlag ist nicht durch die Einbringung der AGB sowie der Preislisten vor AGB- und Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige angekündigt werden. In diesem Falle steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu, das innerhalb von 10 Werktagen im Zeitpunkt nach Zugang der Änderungsmitteilung, über die Preisänderung ausgedeut werden muss. Änderungen und Ergänzungen dieser AGB einschließlich Änderungen dieser Klausel bedürfen zu ihrer Rechtswirksamkeit der Schriftform. Sollte eine Regelung dieser AGB unwirksam sein oder werden, so soll dies die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen unberührt lassen. An die Stelle der unwirksamen Bestimmung soll eine solche wirksame Regelung treten, die dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen Bestimmung möglichst nahe kommt. Die Regelungen in diesen AGB gehen im Konflikt-falle den Regelungen in den Preislisten, Rabattstafeln, den Targeting-Kriterien etc. vor.

16. GERICHTSSTAND/ANWENDBARES RECHT ERFÜLLUNGORT IST DER SITZ DES VERLAGS.

Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlags. Soweit Ansprüche des Verlags nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Sämtliche Rechtsbeziehungen aus diesem Vertrag unterliegen dem Recht der Bundesrepublik Deutschland, inwieweit durch die Bestimmungen des Vertrags das Recht des Ursprungslandes (CISG), ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthaltsort des AG, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der AG nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlags vereinbart.

■ IHRE ANSPRECHPARTNERIN:

Anzeigenverkauf:

Birgit Japes

Telefon: 0211/390 98-63

Fax: 0211/30 70 70

japes@verlagsanstalt-handwerk.de