



Unternehmens Navi

www.unternehmensnavi.info



MEDIADATEN 2018

Preisliste Nr. 12, gültig ab 1. Januar 2018



Unternehmens Navi

LESER

Das Unternehmensnavi richtet sich an Gründer und Jungunternehmer im Handwerk. Die Betriebsinhaber sollen präventiv für die klassischen Probleme und Risiken eines kleinen oder mittelständischen Unternehmens sensibilisiert werden.

TITEL

Das Unternehmensnavi beschreibt typische Fallen bei der Unternehmensführung. Es liefert in Kooperation mit Wirtschaftsexperten und den Betriebsberatern des Handwerks Tipps und Checklisten, um diese Fallen erfolgreich zu umgehen.

VERBREITUNG

Seit zwölf Ausgaben wird das Unternehmensnavi erfolgreich über die Beratungsstellen der Handwerkskammern verteilt und in Gesprächen eingesetzt. Auf Gründermessen sowie in den Startercentern von Handwerkskammern und IHK liegt es als wichtige Informationsbroschüre aus.

WEBSITE

Auf unternehmensnavi.info finden junge Unternehmer wichtige Neuigkeiten, weiterführende Links und Checklisten zum Download sowie eine Liste der Ansprechpartner bei ihrer Handwerkskammer.

Erscheinungsweise: 1 × jährlich

Druckauflage: 30.000 Exemplare

Jahrgang: 2018/12. Jahrgang

Web-Adresse: www.unternehmensnavi.info

Verlagsleitung: Dr. Rüdiger Gottschalk

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

Redaktion

Claudia Stemick

Telefon: 0211/390 98-60

E-Mail: stemick@verlagsanstalt-handwerk.de

Stefan Buhren

Telefon: 0211/390 98-48

E-Mail: buhren@verlagsanstalt-handwerk.de

Media-Service

Leitung: Michael Jansen

Telefon: 0211/390 98-85

E-Mail: jansen@verlagsanstalt-handwerk.de

Disposition: Sabine Zerbe

Telefon: 0211/390 98-62

Fax: 0211/30 70 70

E-Mail: zerbe@verlagsanstalt-handwerk.de

Katharina Heinen

Telefon: 0211/390 98-61

Fax: 0211/30 70 70

E-Mail: heinen@verlagsanstalt-handwerk.de

Online

Ramona Rittmann

Telefon: 0211/390 98-43

E-Mail: rittmann@verlagsanstalt-handwerk.de



Erfüllungsort / Gerichtsstand
Düsseldorf

Bankverbindung

Postbank Dortmund

IBAN:

DE47 4401 0046 0007 001465

BIC: PBNKDEFF

Zahlungsbedingungen

Zahlbar sofort nach
Rechnungserhalt netto
ohne Abzug

Mehrwertsteuer

Alle aufgeführten
Anzeigenpreise zuzüglich
gesetzlicher MwSt.

AUSGABE

2018

Anzeigenschluss:
02.05.2018

Erscheinungstermin:
15.06.2018



SCHWERPUNKTTHEMEN

- Versicherungen
- Finanzen und Kredite
- Steuern
- Fördermittel
- IT
- Arbeitsschutz
- Mobilität
- Marketing
- Unternehmensführung

Kein passendes Thema dabei?

Wir sind guten Ideen gegenüber jederzeit aufgeschlossen: Sagen Sie uns, welches Thema Sie für besonders interessant für junge Unternehmen halten!

■ WERDEN SIE THEMENPATE!

Für jeden Beitrag im Heft gibt es einen Themenpaten. Die Paten werden in den Beiträgen als Experten zitiert und erhalten einen Text- und Bildkasten (Inhalt: Porträtfoto des Experten sowie ein kurzes Zitat). Die Exklusivität ist garantiert, jedes Thema erhält nur einen Themenpaten. Auf Seite 2 erscheinen alle Unternehmenspaten mit ihrem Logo. Alle Beiträge erscheinen außerdem auf www.unternehmensnavi.info. Sie können uns einen fertigen Text liefern oder von unserer Redaktion individuell erstellen lassen. Natürlich stimmt die Redaktion das genaue Vorgehen ab.

Preis: 9.800,00 Euro



LOGO



PORTRÄT

ZITAT

■ MEHRDRUCK/SONDERDRUCK

Unternehmensnavi

Preise

MEHRDRUCK
5.000 Exemplare

1.300,00 €

SONDERDRUCK (EINDRUCK)
5.000 Exemplare mit persönlichem Eindruck auf der Titelseite + 4. Umschlagsseite

2.700,00 €

SONDERDRUCK (HALFCOVER)
5.000 Exemplare mit eigenem Halfcover + 4. Umschlagsseite

3.300,00 €

■ DATENANLIEFERUNG

PORTRÄTFOTO

eines Unternehmensrepräsentanten in druckfähiger Auflösung (mindestens 300 dpi)

ZITAT

Länge maximal 150 Zeichen (inklusive Leerzeichen)

UNTERNEHMENSLOGO

in druckfähiger Auflösung (mindestens 300 dpi)

Digitales Handwerk

Ob 3D-Scanner für Drehtische, Hochgeschwindigkeitsschneidemaschinen für Schichten der Digitalisierung im Bereich des Handwerks angekommen.

Diese Produkte der Telekom helfen bei der digitalen Transformation

Telekom Heritage Creator Digitalisierungsbüro Smart Corporate Office Business

Grußwort

Einzelne Handwerker für sich selbst zu finden, ist eine große Herausforderung. Die Digitalisierung hat die Möglichkeiten erweitert, sich zu vernetzen und neue Kunden zu gewinnen. Die Digitalisierung ist ein Werkzeug, um die eigene Arbeit zu erleichtern und die Kunden besser zu verstehen. Die Digitalisierung ist ein Werkzeug, um die eigene Arbeit zu erleichtern und die Kunden besser zu verstehen.

Der erfolgreiche Weg zur Bank

Wenig Unternehmen schaffen es, wenn der Gang zur Bank von Erfolg gekrönt ist.

Checkliste für das Bankgespräch

- 1. Sie sollten ein gutes Gespräch führen
- 2. Sie sollten ein gutes Gespräch führen
- 3. Sie sollten ein gutes Gespräch führen
- 4. Sie sollten ein gutes Gespräch führen
- 5. Sie sollten ein gutes Gespräch führen

Die Digitalisierung ist ein Prozess, der sich über die gesamte Wertschöpfungskette erstreckt. Es geht darum, die eigenen Prozesse zu optimieren und die Kunden besser zu verstehen. Die Digitalisierung ist ein Prozess, der sich über die gesamte Wertschöpfungskette erstreckt.

Finanzierung von Gründungen und Kleinunternehmen

Junge und kleine Unternehmen gehören zur Kernzielgruppe von Förderbanken

Die Deutsche Bundesbank hat die Finanzierung von Gründungen und kleinen Unternehmen als eine der wichtigsten Aufgaben der Bundesbank definiert. Die Bundesbank hat sich dazu verpflichtet, die Finanzierung von Gründungen und kleinen Unternehmen zu fördern.



Die Deutsche Bundesbank hat die Finanzierung von Gründungen und kleinen Unternehmen als eine der wichtigsten Aufgaben der Bundesbank definiert. Die Bundesbank hat sich dazu verpflichtet, die Finanzierung von Gründungen und kleinen Unternehmen zu fördern.

Mikrokredite

Mikrokredite sind kleine Darlehen, die für die Finanzierung von Gründungen und kleinen Unternehmen verwendet werden können. Sie sind in der Regel für Beträge bis zu 100.000 Euro vorgesehen. Die Bundesbank fördert diese Kredite durch die Bereitstellung von Garantien und die Erleichterung der Konditionen.

Berlin Start

Berlin Start ist ein Programm der Bundesbank zur Förderung von Gründungen und kleinen Unternehmen in Berlin. Es umfasst die Bereitstellung von Mikrokrediten, die Erleichterung der Konditionen und die Unterstützung bei der Suche nach geeigneten Standorten.



Die Deutsche Bundesbank hat die Finanzierung von Gründungen und kleinen Unternehmen als eine der wichtigsten Aufgaben der Bundesbank definiert. Die Bundesbank hat sich dazu verpflichtet, die Finanzierung von Gründungen und kleinen Unternehmen zu fördern.

Die Deutsche Bundesbank hat die Finanzierung von Gründungen und kleinen Unternehmen als eine der wichtigsten Aufgaben der Bundesbank definiert. Die Bundesbank hat sich dazu verpflichtet, die Finanzierung von Gründungen und kleinen Unternehmen zu fördern.

Die Deutsche Bundesbank hat die Finanzierung von Gründungen und kleinen Unternehmen als eine der wichtigsten Aufgaben der Bundesbank definiert. Die Bundesbank hat sich dazu verpflichtet, die Finanzierung von Gründungen und kleinen Unternehmen zu fördern.

Die Deutsche Bundesbank hat die Finanzierung von Gründungen und kleinen Unternehmen als eine der wichtigsten Aufgaben der Bundesbank definiert. Die Bundesbank hat sich dazu verpflichtet, die Finanzierung von Gründungen und kleinen Unternehmen zu fördern.



Gelder in die Kasse

Nicht vollständig von Unternehmen schneller als eine nicht laufende Rechnung. Betriebskosten müssen über die Finanzen im Griff haben und langfristige Finanzierungsmaßnahmen betreiben.



Die Deutsche Bundesbank hat die Finanzierung von Gründungen und kleinen Unternehmen als eine der wichtigsten Aufgaben der Bundesbank definiert. Die Bundesbank hat sich dazu verpflichtet, die Finanzierung von Gründungen und kleinen Unternehmen zu fördern.

Die Deutsche Bundesbank hat die Finanzierung von Gründungen und kleinen Unternehmen als eine der wichtigsten Aufgaben der Bundesbank definiert. Die Bundesbank hat sich dazu verpflichtet, die Finanzierung von Gründungen und kleinen Unternehmen zu fördern.

1 **Frankfurt**
Frankfurt
Frankfurt

2 **Frankfurt**
Frankfurt
Frankfurt

3 **Frankfurt**
Frankfurt
Frankfurt

4 **Frankfurt**
Frankfurt
Frankfurt

5 **Frankfurt**
Frankfurt
Frankfurt

6 **Frankfurt**
Frankfurt
Frankfurt

7 **Frankfurt**
Frankfurt
Frankfurt

8 **Frankfurt**
Frankfurt
Frankfurt

Interess auf demock

Die Deutsche Bundesbank hat die Finanzierung von Gründungen und kleinen Unternehmen als eine der wichtigsten Aufgaben der Bundesbank definiert. Die Bundesbank hat sich dazu verpflichtet, die Finanzierung von Gründungen und kleinen Unternehmen zu fördern.



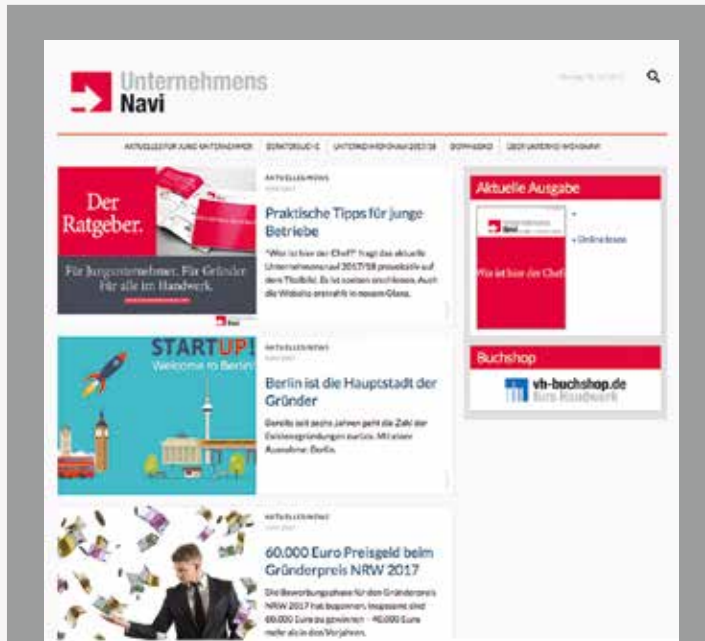
Die Deutsche Bundesbank hat die Finanzierung von Gründungen und kleinen Unternehmen als eine der wichtigsten Aufgaben der Bundesbank definiert. Die Bundesbank hat sich dazu verpflichtet, die Finanzierung von Gründungen und kleinen Unternehmen zu fördern.

Die Deutsche Bundesbank hat die Finanzierung von Gründungen und kleinen Unternehmen als eine der wichtigsten Aufgaben der Bundesbank definiert. Die Bundesbank hat sich dazu verpflichtet, die Finanzierung von Gründungen und kleinen Unternehmen zu fördern.

Die Deutsche Bundesbank hat die Finanzierung von Gründungen und kleinen Unternehmen als eine der wichtigsten Aufgaben der Bundesbank definiert. Die Bundesbank hat sich dazu verpflichtet, die Finanzierung von Gründungen und kleinen Unternehmen zu fördern.

Die Deutsche Bundesbank hat die Finanzierung von Gründungen und kleinen Unternehmen als eine der wichtigsten Aufgaben der Bundesbank definiert. Die Bundesbank hat sich dazu verpflichtet, die Finanzierung von Gründungen und kleinen Unternehmen zu fördern.

Die Deutsche Bundesbank hat die Finanzierung von Gründungen und kleinen Unternehmen als eine der wichtigsten Aufgaben der Bundesbank definiert. Die Bundesbank hat sich dazu verpflichtet, die Finanzierung von Gründungen und kleinen Unternehmen zu fördern.



Auf unternehmensnavi.info finden junge Unternehmer wichtige Neuigkeiten, weiterführende Links und Checklisten zum Download sowie eine Liste der Ansprechpartner bei ihrer Handwerkskammer.

Werbeform	Format in Pixel	Monatliche Flatrate
LEADERBOARD	728 × 90	440,00 €
SKYSCRAPER	120 × 600	510,00 €
WALLPAPER	728 × 90 und 120 × 600	870,00 €

Weitere Werbeformen auf Anfrage

Datenanlieferung:

Mindestens 5 Werktage vor Schaltertermin per E-Mail an: rittmann@verlagsanstalt-handwerk.de

Dateiformate: JPG, JPEG, PNG, GIF-Format oder html5, max. 200 KB

Für eine problemlose Bearbeitung benötigen wir folgende Angaben:

Kundennamen, URL auf die das Banner verlinkt werden soll, Banner im passenden Dateiformat, gebuchter Zeitraum.

■ ANSPRECHPARTNER

Ramona Rittmann

Telefon: 0211/390 98-43

Fax: 0211/30 70 70

E-Mail: rittmann@verlagsanstalt-handwerk.de

nach Handwerkskammern



AUFLAGE: 30.000 Exemplare

VERBREITUNG:

Seit zwölf Ausgaben wird das Unternehmensnavi erfolgreich über die Beratungsstellen der Handwerkskammern verteilt und in Gesprächen eingesetzt. Auf Gründermessen sowie in den Startercentern von Handwerkskammern und IHK liegt es als wichtige Informationsbroschüre aus.

GRÜNDERMESSEN:

Chance Gießen	Gießen	28./29.01.2018
Chance Halle	Halle	23./24.02.2018
B2B Nord	Hamburg	19.04.2018
Die Initiale	Dortmund	Sep/Okt 2018
deGut	Berlin	12.+13. 10. 2018
StartMesse	Nürnberg	03./04.11.2018

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 digitalen 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 Zusatzfunktionen, 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 abweichend) und die im Hinblick auf die darin enthaltenen Anzeigen 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 einzelnen Werbemittel oder für eine Anzahl von Werbemitteln. Im Rahmen dieser Verträge können feste Termine für einzelne Veröffentlichungen vereinbart werden, es ist aber auch möglich, die einzelnen Aufträge über einen Zeitraum auf Abruf abzuwickeln. Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich zustande 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. Verlagsrechnung. Bei Online-Werbemitteln sind

für die Abrechnung der Werbeauslieferung die AdImpressions (AI) gemäß AdServer des Verlags maßgeblich. AI ist definiert als Serveraufruf eines Werbemittels vom AdServer des Verlags.

3. ABSCHLUSS

Ein Abschluss ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß 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 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. 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 für, 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 Beschwerdeverfahren 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 Musters und dessen Billigung bindend. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmehemmung 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 vorübergehend 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, eine bereits veröffentlichte Anzeige aus der elektronischen Ausgabe zurückzuziehen, wenn der AG nachträglich unangesehene 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 Ersatzleistungsbefugnis zu, wobei der Verlag seinen vereinbarten Vergütungsanspruch behält.

5. DRUCKUNTERLAGEN FÜR ZEITUNGSZEITSCHRIFTEN

Aufträge für Anzeigen in gedruckten Platzierungszeitschriften 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 Druckerunterlagen oder sonstige Werbemittel in Zeitschriften ist allein der AG verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckerunterlagen ist der AG verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format und den technischen Vorgaben des Verlags entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der AG trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden. Kosten des Verlags für vom AG gewünschte oder zu vertretende Änderungen der

Druckerunterlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbarung 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 Druckerunterlagen einhält. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der AG Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Vom AG anzuliefernde Beilagen müssen den Spezifikationen in den Mediadaten entsprechen. Bei Abweichungen oder falschen bzw. zu spät angelegerten Beilagen trägt der AG die damit verbundenen Kosten der Anzeigen. Diese, auf den 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 Sonderverbeformen gilt eine Frist von zehn Werktagen. Sind die Dateien auf dem Server des AG oder eines Dritten abgespeichert, 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 beschadigte Werbemittel fordert der AG Ersatz an. 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 bis zum ursprünglich vereinbarten Veröffentlichungstermin noch vorgenommen werden können. Ist dies nicht der Fall, verbleibt es bei der ursprünglichen Vereinbarung.

7. RECHTEINRÄUMUNG UND GSETZLICHE 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 wettbewerbsrechtliche Verantwortung für den Inhalt sämtlicher bereitgestellter Werbemittel, trägt ausschließlich der AG. Er ist verpflichtet, sorgfältig zu überprüfen, dass die Inhalte nicht gegen gesetzliche Bestimmungen verstoßen 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 für die Schaltung des Werbemittels erforderliche Rechte besitzt. Der AG stellt dem Verlag auf erstes Anfordern von allen Ansprüchen Dritter frei, 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 vorhersehbaren Anforderungen eine 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 Darstellungsart- oder Hardware (z.B. Browser, Betriebssystem)
- 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 Rechneuraufstall auf Grund Systemversagens oder Leitungsausfall oder durch unvollständige

ge und/oder nicht aktualisierte zwischengespeicherte Angebote auf sog. Proxy-Servern (Zwischenspeichern) oder im lokalen Cache oder durch einen Ausfall des vom Verlag genutzten Ad-Servern, der nicht länger als 24 Stunden (vorlaufend 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 Rechners des AGs sowie der Kommunikationswege vom AG zu den Servern des Verlags entstehen. Bei einem Ausfall des Ad-Servern über den Zeitraum von mehr als 10 Prozent der gebuchten Zeit) einer zeitgebundenen Festbuchung wird der Verlag oder der Internetdienstleister versuchen, den Ausfall an Medialeisure 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 Insertionszeitraums, entfällt die Zahlungspflicht des AG für die in dem Zeitraum nicht realisierten bzw. durchschrittenen und mit angefallenen Medienkosten. Ansprüche sind ausgeschlossen. Sollten die vom Verlag zugesagten Medialeisure am Ende des Veröffentlichungszeitraums nicht erreicht sein, steht dem AG eine Ausgleichsbuchung zu. Mit Ablauf der ursprünglichen Schaltung gilt das Werk als vollendet im Sinne von § 846 BGB. Maßgeblich zur Ermittlung der Medialeisure ist die Zahlung des Verlags. Außerhalb seines Herrschaftsbereiches trägt der Verlag nicht die Gefahr des Datenverlustes auf dem Übertragungsweg und übernimmt auch keine Gewährleistung und/oder Haftung für die Datensicherheit. 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-Verfahren) und der AG insoweit dem Verlag das Werbemittel über Mitteilung der URL, des Werbemittels auf dem Server 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, Qualität und/oder Freiheit von Fehlern zu überprüfen und übernimmt dafür weder ausdrücklich noch konkludent die Gewähr oder die Haftung. Der Verlag leistet nur Schadenersatz 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 Erfüllungsgeldern, die nicht gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte sind, auch für Vorsatz, auf den üblicherweise und typischerweise in derartigen Fällen voraussehbar und vom AG nicht beherrschbaren Schaden 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 Schadenersatzansprüche 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 -qualität der Darstellung, für den Serverausfall, Unterbrechung der Verbindung, Löschung und Fehlerübertragung 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 seine sonstigen Obliegenheiten nach diesem AGB nicht nachkommt. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlags als auch in fremden Betrieben, deren sich der Verlag zur 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. Werbegesamheiten und sonstige Werbemittel sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des Verlags zu halten. Targetingkriterien pro Werbe-träger sind in einer Übersicht zusammen gefasst. 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 Anzeigenauftrages 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 Anzeigen. Offizienszeigen 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 weitergeleitet.

11. AUFLAGENMINDERUNG

Aus einer Auflagenminderung kann außer in Fällen höherer Gewalt (auch 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 zur Preiserminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie

- 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 vorausgehenden Kalenderjahres. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche 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.

12. ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist und/oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige 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 Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen 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 offenerstehen-

der Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Bei Werbeaufträgen einer Werbeagentur tritt diese mit Zuständekommen des Vertrages ihre dementsprechenden Zahlungsansprüche gegen den Agenturkunden sicherungsvorbehaltend an den Verlag ab, der diese Abtretung annimmt. Der Verlag ist berechtigt, diese Sicherungsabtretung gegenüber dem Agenturkunden einzufordern, wenn die auftraggebende Agentur sich mit der Begleichung der Rechnung des Verlags mind. 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 in ihm im Rahmen des Werbeauftrags angegebenen personenbezogenen Daten ausschließlich zu dem Zwecke maschinenlesbar 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 Erhaltung seiner Betriebsfähigkeit zu verzichten. Der Verlag gewährt keine vertrauliche 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, Daten des AGs, vorbehaltlich einer anderweitig erteilten Einwilligung, nur für die Erfüllung der Zwecke dieser AGB zu verwenden, das Datenheimnis zu wahren und seine Mitarbeiter entsprechend zu verpflichten, soweit dies gesetzlich erforderlich ist. Um feststellen zu können, inwiefern das Angebot für die AG 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 Protokolldateien 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 Bruttoverbrauchsdaten des Auftraggebers auf Produktebene 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 sie mit diesen AGB nicht übereinstimmen oder der Verlag den anderen AGB nicht zugestimmt hat, ausdrücklich ausgeschlossen. Insbesondere führt die Unterlassung eines Widerspruchs bzw. einer unterbliebenen Zurückweisung anderer AGB seitens des Verlags nicht dazu, dass diese damit als vereinbart gelten. Der Verlag behält sich eine jederzeitige Änderung 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 Fall steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu, das innerhalb von 10 Werktagen in Textform nach Zugang der Änderungsmitteilung über die Preisänderung ausgebaut 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 Konfliktfalle 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 unter Ausschluss des UN-Kaufrechts (CISG). Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthaltsort des AG, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der AG nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthaltsort aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlags vereinbart.

■ VERLAGSREPRÄSENTANTEN

Nielsen I, Nielsen V, Nielsen VI, Nielsen VII

**BREMEN, HAMBURG, NIEDERSACHSEN,
SCHLESWIG-HOLSTEIN, BERLIN, BRANDENBURG,
MECKLENBURG-VORPOMMERN,
SACHSEN-ANHALT, SACHSEN, THÜRINGEN**

Medien Kontor
Norman Sauer
Poppenbütteler Weg 222
22399 Hamburg
Tel. 040/605 507 70
Fax 040/605 507 72
medienkontorsauer@t-online.de

Nielsen II

NORDRHEIN-WESTFALEN

medienservice + beratung
Nicole Haubner
Vereinsstraße 20
41472 Neuss
Tel. 02131/406 37 0
Fax 02131/406 37 10
nhaubner@medienservice-und-beratung.de

Nielsen IIIa

**HESSEN, RHEINLAND-PFALZ,
SAARLAND**

Verlagsbüro Weipert, Helmut Weipert jr.
Palais Kronberg, Westerbachstraße 32
61476 Kronberg / Taunus
Tel. 06173/325 09 70
Mobil 0171/802 24 48
Fax 06173/325 91 40
helmutjun@weipert-net.de

Nielsen IIIb

BADEN-WÜRTTEMBERG

Verlagsbüro Scheuerle e.K.
Lucian Michael Scheuerle
Hardter Straße 56
72649 Wolfschlugen
Tel. 07022/953 22 0
Fax 07022/953 22 22
info@vws-scheuerle.de

Nielsen IV

BAYERN

MMS
Marrenbach Medien-Service
Bruno Marrenbach
Tucherpark 6
85622 Feldkirchen Kr. München
Tel. 089/430 885 55
Fax 089/430 885 56
info@mms-marrenbach.de

■ ANSPRECHPARTNER



Claudia Stemick

Telefon: 0211/390 98-60
Fax: 0211/30 70 70
stemick@verlagsanstalt-handwerk.de



Stefan Buhren

Telefon: 0211/390 98-48
Fax: 0211/30 70 70
buhren@verlagsanstalt-handwerk.de