

die-fassade.de

ONLINE-MEDIADATEN 2019

gültig ab 1. Januar 2019, www.die-fassade.de

 English version on pages 10 – 17



DIE-FASSADE.DE INFORMATIONEN VON PROFIS FÜR PROFIS

die-fassade.de informiert Fach- und Führungskräfte aus der Fassadenbranche über alle wichtigen Praxis-Themen und technische Neuerungen. Ob Objektberichte, Produktneuheiten, Fachbeiträge, Interviews oder Personalien – die User erhalten Informationen aus erster Hand. Dies macht die-fassade.de zu einem wichtigen Informationsportal für die gesamte Branche.

Ob als Monokampagne oder crossmedial in Kombination mit der Printausgabe der FASSADE: die-fassade.de verbindet Sie mit den Entscheidern aus Industrie, Handel und Handwerk – insbesondere mit Architekten, Fassadenplanern, Fassadeningenieuren, Metall- und Fassadenbauern.

■ **ANSPRECHPARTNER**

Natalie Maag

Telefon: 0211/390 98-961

Fax: 0211/390 98-59

E-Mail: maag@verlagsanstalt-handwerk.de

Verlag: Verlagsanstalt Handwerk GmbH

Anschrift: Auf'm Tetelberg 7
40221 Düsseldorf

Telefon: 0211/390 98-0

Fax: 0211/390 98-59

Internet: www.verlagsanstalt-handwerk.de

E-Mail: info@verlagsanstalt-handwerk.de

Redaktion

Chefredaktion: Jens Meyerling (v.i.S.d.P.)

Telefon: 0211/390 98-967

E-Mail: j.meyerling@verlagsanstalt-handwerk.de

Onlineredaktion: Oliver Puschwadt

Telefon: 0211/390 98-83

E-Mail: puschwadt@verlagsanstalt-handwerk.de

Anzeigen

Leitung: Michael Jansen

Telefon: 0211/390 98-85

E-Mail: jansen@verlagsanstalt-handwerk.de

Verkauf: Natalie Maag

Telefon: 0211/390 98-961

Fax: 0211/390 98-59

E-Mail: maag@verlagsanstalt-handwerk.de

Disposition: Elke Schmidt

Telefon: 0211/390 98-964

Fax: 0211/390 98-59

E-Mail: schmidt@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.



Superbanner

Der Superbanner ist prominent am oberen Rand der Seite platziert und befindet sich somit beim Seitenaufwurf direkt im sichtbaren Bereich.

Größe: 728 × 90 px
Preis: 390,- Euro pro Monat



Medium Rectangle

Das Medium Rectangle ist direkt neben dem redaktionellen Content platziert. Durch diese Content-Nähe wird das Vertrauen in Ihre Werbebotschaft gestärkt. Das Medium Rectangle eignet sich daher besonders für Imagewerbung. Auch ein Video kann integriert werden. So erreichen Sie ein besonders hohes Involvement des Users.

Größe: 300 × 250 px
Preis: 460,- Euro pro Monat



Skyscraper

Der Skyscraper ist ein hochformatiges Werbemittel, das sich am rechten Bildschirmrand befindet. Er läuft beim Scrollen mit („sticky“) und befindet sich somit immer im sichtbaren Bereich, ohne den Content zu überlagern.

Größe: 120 × 600, 160 × 600
 oder 200 × 600 px
Preis: 460,- Euro pro Monat

DATENANLIEFERUNG:

Mindestens 5 Werktage vor Schaltertermin per E-Mail an: schmidt@verlagsanstalt-handwerk.de
 Dateiformate: JPG, PNG, GIF oder html5. Gewicht: max. 100 KB pro Datei; html5: max. 200 KB pro Element
 Notwendige Angaben: Kundenname, URL auf die verlinkt werden soll, Kampagnenzeitraum



Halfpage Ad

Das Halfpage Ad ist an derselben Position platziert, wie das Medium Rectangle. Durch seine Größe bietet es noch mehr Raum für Ihre Werbebotschaft.

Größe: 300 × 600 px
Preis: 510,- Euro pro Monat



Wallpaper

Das Wallpaper besteht aus einem zusammengesetzten Superbanner und Skyscraper. Der Skyscraper ist auch hier sticky. Das Wallpaper ist somit ein besonders aufmerksamkeitsstarkes Werbeformat. Der Seitenhintergrund kann zusätzlich eingefärbt und anklickbar gemacht werden.

Größe: 728 × 90 + 120 × 600,
160 × 600 oder 200 × 600 px
Preis: 590,- Euro pro Monat



Fireplace Ad

Das Fireplace Ad besteht aus einem zusammengesetzten Superbanner und zwei Sky-scraper rechts und links und branded somit die komplette Seite für maximale Aufmerksamkeit Ihrer Werbebotschaft. Die beiden Skyscraper werden sticky ausgespielt. Der Seitenhintergrund kann zusätzlich eingefärbt und anklickbar gemacht werden.

Größe: 990 × 90 + zwei Mal 120 × 600,
160 × 600 oder 200 × 600 px
Preis: 650,- Euro pro Monat

DATENANLIEFERUNG:

Mindestens 5 Werktage vor Schaltertermin per E-Mail an: schmidt@verlagsanstalt-handwerk.de
Dateiformate: JPG, PNG, GIF oder html5. Gewicht: max. 100 KB pro Datei; html5: max. 200 KB pro Element
Notwendige Angaben: Kundenname, URL auf die verlinkt werden soll, Kampagnenzeitraum



Billboard

Das Billboard ist zwischen Menü und Content platziert und befindet sich daher beim Seitenauftritt im direkt sichtbaren Bereich. Durch sein Format bietet es viel Raum für eine kreative Gestaltung Ihrer Werbebotschaft.

Größe: 800 × 250 px, 960 × 250 px
oder 970 × 250 px
Preis: 650,- Euro pro Monat



Floor Ad

Das Floor Ad ist als seitenüberlagerndes Werbemittel am Fuß der Seite platziert und eignet sich besonders für interaktive Werbebotschaften. Das Floor Ad befindet sich immer im sichtbaren Bereich, da es sticky ist. Der Schließen-Button ist obligatorisch.

Größe: 468 × 60 px, 990 × 90 px
oder 728 × 90 px
Preis: 590,- Euro pro Monat



Header Ad

Das Header Ad ist zwischen dem Fassade Logo und der Navigation im Header platziert. Dadurch ist es direkt im sichtbaren Bereich verankert. Dank der direkten Verbindung zum Seiten-Logo erhält diese Integration ihre hohe Glaubwürdigkeit und eignet sich somit besonders für eine Imagekampagne.

Größe: 300 × 100 px
Preis: 590,-Euro pro Monat

DATENANLIEFERUNG:

Mindestens 5 Werktage vor Schaltertermin per E-Mail an: schmidt@verlagsanstalt-handwerk.de
Dateiformate: JPG, PNG, GIF oder html5. Gewicht: max. 100 KB pro Datei; html5: max. 200 KB pro Element
Notwendige Angaben: Kundenname, URL auf die verlinkt werden soll, Kampagnenzeitraum



Dynamic Sitebar

Die Dynamic Sitebar ist ein großformatiges, skalierbares Werbemittel, welches rechts neben dem Content platziert ist, diesen Bereich bis zum Bildschirmrand ausfüllt und sich dabei dynamisch an die Bildschirmgröße anpasst. Sie befindet sich immer im sichtbaren Bereich, da die Dynamic Sitebar beim Scrollen mitläuft (sticky). Durch das großflächige Format eignet sich die Dynamic Sitebar vor allem für Branding Kampagnen. Die Integration eines Videos kann die Aufmerksamkeit für Ihre Marke zusätzlich steigern.

Größe: >300 × 600 px

Preis: 510,- Euro pro Monat



Bild-Text-Teaser

Der Bild-Text-Teaser ist ein mit Anzeige gekennzeichneteter, redaktionell anmutender Anreißer, der bei Klick direkt auf weiterführende Inhalte auf Ihre Website führt. Die Platzierung erfolgt auf der Startseite und der Rubrik „Aktuelles“ zwischen den redaktionellen Bild-Text-Teasern.

Bild: jpg oder png, 200 × 150 px
bzw. 4:3, hochauflösend

Text: ca. 200 Zeichen zzgl. einzeliger
Überschrift (ca. 40 Zeichen)

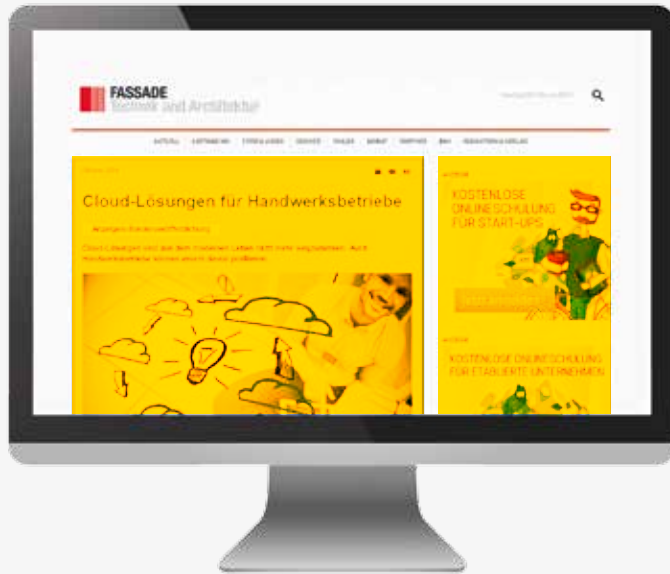
Preis: 460,- Euro pro Schaltung

DATENANLIEFERUNG:

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

Dateiformate: JPG, PNG, GIF oder html5. Gewicht: max. 100 KB pro Datei; html5: max. 200 KB pro Element

Notwendige Angaben: Kundenname, URL auf die verlinkt werden soll, Kampagnenzeitraum



Advertorial

Besonders informationsstark werben Sie mit einem Advertorial, das auf einer eigenen Landingpage im Design von die-fassade.de für Sie gestaltet wird. Ihre Inhalte werden somit als besonders glaubwürdig vom User wahrgenommen. Profitieren Sie dabei von den flexiblen Gestaltungsmöglichkeiten: neben Text und Bildern integrieren wir für Sie gerne multimediale Inhalte wie Bilderstreifen, Social-Media-Elemente, Videos, Verlinkungen und vieles mehr. Damit sorgen Sie für ein besonderes Informationserlebnis. Über einen redaktionell anmutenden Teaser zwischen den Inhalten werden die User auf Ihr Advertorial aufmerksam gemacht. Innerhalb des Advertorials werden selbstverständlich keine fremden Werbeeinhalte integriert. Auf Wunsch unterstützt Sie unsere Redaktion gerne bei der Texterstellung.

Preis: 800,- pro Monat

DATENANLIEFERUNG:

Mindestens 5 Werktage vor Schalttermin per E-Mail an: schmidt@verlagsanstalt-handwerk.de
Genauere Informationen zur Datenanlieferung entnehmen Sie bitte unseren gesonderten Advertorial-Spezifikationen.



Bild-Text-Teaser

Präsentieren Sie sich besonders glaubwürdig mit einem redaktionell anmutenden Bild-Text-Teaser in unserem Newsletter. Dieser verlinkt nach Wunsch entweder auf Ihre eigene Website oder leitet User gezielt auf Ihr Online-Advertorial auf die-fassade.de.

Bild: jpg oder png, 200 × 150 px bzw. 4:3, hochauflösend
Text: ca. 200 Zeichen zzgl. einzeliger Überschrift
 (ca. 40 Zeichen)
Preis: 295,- Euro pro Schaltung



Newsletter Banner

Platzieren Sie Ihre Werbebotschaft aufmerksamkeitsstark mit einem Newsletter Banner zwischen dem Aufmacher-Thema und dem übrigen Content direkt im Blickfeld des Users.

Größe: 468 × 60 px oder 300 × 250 px
Dateiformat: jpg, png
Preis: 295,- Euro pro Schaltung

DATENANLIEFERUNG:

Mindestens 5 Werktage vor Schalttermin per E-Mail an: schmidt@verlagsanstalt-handwerk.de
 Notwendige Angaben: Kundenname, URL auf die verlinkt werden soll, Kampagnenzeitraum



DIE-FASSADE.DE INFORMATION FROM PROS FOR PROS

die-fassade.de informs specialists and managers from the façade industry of all important regarding practice and technical innovations. Whether it is building reports, new products, specialist articles or personnel updates – users get first-hand information. This makes die fassade.de a crucial information portal for the entire industry.

As mono-campaign or cross-medially in combination with the print edition of FASSADE, die fassade.de connects you with decision-makers from trade, industry and handicrafts - especially with architects, façade planners, façade engineers, metalworkers and façade builders.

■ CONTACT

Natalie Maag

Telephone: +49 (0) 211/390 98-961

Fax: +49 (0) 211/390 98-59

E-Mail: maag@verlagsanstalt-handwerk.de

Publisher: Verlagsanstalt Handwerk GmbH

Address: Auf'm Tetelberg 7
40221 Düsseldorf

Telephone: 0211/390 98-0

Fax: 0211/390 98-59

Internet: www.verlagsanstalt-handwerk.de

E-mail: info@verlagsanstalt-handwerk.de

Editorial office

Editor-in-Chief: Jens Meyerling

(legally responsible for content)

Telephone: +49 (0) 211/390 98-967

E-mail: j.meyerling@verlagsanstalt-handwerk.de

Online: Oliver Puschwadt

Telephone: +49 (0) 211/390 98-83

E-mail: puschwadt@verlagsanstalt-handwerk.de

Advertising

Advertising Sales: Natalie Maag

Telephone: +49 (0) 211/390 98-961

E-mail: maag@verlagsanstalt-handwerk.de

Planning: Elke Schmidt

Telephone: +49 (0) 211/390 98-964

Fax: +49 (0) 211/390 98-59

E-mail: schmidt@verlagsanstalt-handwerk.de

Place of performance / legal venue:

Düsseldorf

Bank details:

Postbank Dortmund

IBAN:

DE47 4401 0046 0007 001465

BIC: PBNKDEFF

Terms of payment:

Payable immediately after
invoice receipt net
without deductions

VAT:

All advertising prices
listed exclude VAT



Superbanner

The super banner is positioned prominently at the top of the page and consequently it is visible immediately when the page is retrieved.

Format: 728 × 90 px
Price: 390,- euros per month



Medium Rectangle

The medium rectangle is positioned right next to editorial content. This content proximity boosts confidence in your advertising message. Therefore, the medium rectangle is especially suitable for image advertising. A video can be integrated too, leading to especially high involvement of users.

Format: 300 × 250 px
Price: 460,- euros per month



Skyscraper

The skyscraper is a portrait format form of advertising, located on right-hand edge of the monitor. It moves during scrolling (“sticky”) and is consequently always visible without obscuring the content.

Format: 120 × 600, 160 × 600
 or 200 × 600 px
Price: 460,- euros per month

DATA DELIVERY:

At least five working days before placement date by e-mail to: schmidt@verlagsanstalt-handwerk.de

Filme formats: JPG, JPEG, PNG, GIF format or html5, max. size 200 KB

For smooth processing, we need the customer name, the URL to which the banner is to be linked and the period booked



Halfpage Ad

The half-page ad can be found in the same position as the medium rectangle. Thanks to its size, it provides even more space for your advertising message.

Format: 300 × 600 px
Price: 510,- euros per month



Wallpaper

Wallpaper consists of a merged super banner and skyscraper. Here too, the skyscraper is sticky. Consequently, wallpaper is an especially attention-grabbing advertising format. In addition, the page background can be shaded and made clickable.

Format: 728 × 90 + 120 × 600,
 160 × 600 or 200 × 600 px
Price: 590,- euros per month



Fireplace Ad

The fireplace ad consists of a merged super banner and two skyscrapers left and right, thereby branding the entire page to secure maximum attention for your advertising message. The two skyscrapers are each sticky. In addition, the page background can be shaded and made clickable.

Format: 990 × 90 + two times 120 × 600,
 160 × 600 or 200 × 600 px
Price: 650,- Euro euros per month

DATA DELIVERY:

At least five working days before placement date by e-mail to: schmidt@verlagsanstalt-handwerk.de

Filme formats: JPG, JPEG, PNG, GIF format or html5, max. size 200 KB

For smooth processing, we need the customer name, the URL to which the banner is to be linked and the period booked



Billboard

The billboard is positioned between the menu and content and consequently, when the page is retrieved, it is visible immediately. Its format provides plenty of space for creative design of your advertising message.

Format: 800 × 250 px, 960 × 250 px
or 970 × 250 px

Price: 650,- euros per month



Floor Ad

The floor ad is positioned as a cross-page advertisement at the bottom of the page and is particularly suitable for interactive advertising messages. The floor ad is always in a visible area, since it is sticky. The closing button is mandatory.

Format: 468 × 60 px, 990 × 90 px
or 728 × 90 px

Price: 590,- euros per month



Header Ad

The header ad is positioned between the Fassade logo and navigation in the header. As a result, it is anchored directly in the visible area. Thanks to the direct connection to the page logo, this integration obtains its high credibility and consequently is especially suitable for an image campaign.

Format: 300 × 100 px

Price: 590,- euros per month

DATA DELIVERY:

At least five working days before placement date by e-mail to: schmidt@verlagsanstalt-handwerk.de

Filme formats: JPG, JPEG, PNG, GIF format or html5, max. size 200 KB

For smooth processing, we need the customer name, the URL to which the banner is to be linked and the period booked



Dynamic Sitebar

The dynamic site bar is a large format, scalable advertisement, which is positioned next to the content. It fills this area out to the edge of the monitor and thereby adjusts dynamically to the monitor size. It is always in the visible area, since the dynamic site bar is sticky during scrolling. Thanks to the extensive format, the dynamic site bar is above all suitable for branding campaigns. Integration of a video can in addition boost attention for your brand.

Format: >300 × 600 px

Price: 510,- euros per month



Picture-Text Teaser

The picture-text teaser is an advert with identified, editorial-style teasers, which upon clicking, lead directly to additional contents on your website. It is positioned on the start page and the section „news“ between the editorial picture-text teasers.

Picture: jpg or png, 200 × 150 px or 4:3, high resolution

Text: about 200 characters plus single-line heading (about 40 characters)

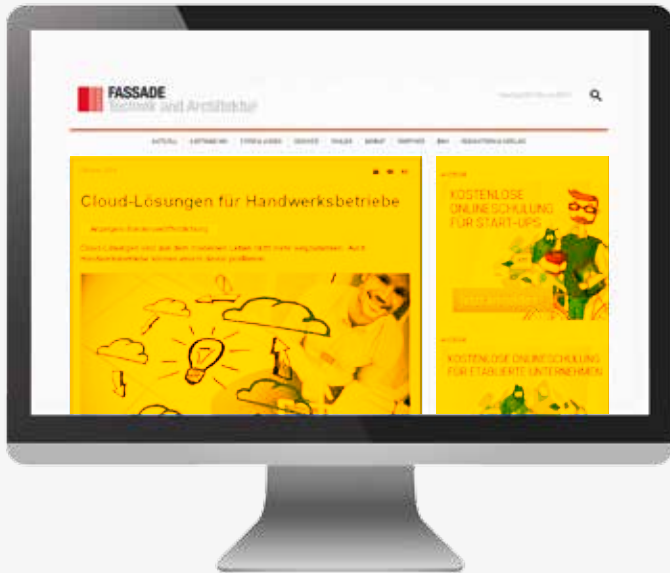
Price: 460,- euros

DATA DELIVERY:

At least five working days before placement date by e-mail to: schmidt@verlagsanstalt-handwerk.de

Filme formats: JPG, JPEG, PNG, GIF format or html5, max. size 200 KB

For smooth processing, we need the customer name, the URL to which the banner is to be linked and the period booked



Advertorial

You can provide an especially high amount of information with an advertorial, designed on its own landing page for you by die-fassade.de. As a result, the user perceives your contents to be especially credible. Benefit at the same time from the flexible design options: apart from text and pictures, we would be pleased to integrate multimedia contents for you, such as picture series, social media elements, videos, links and lots more. In this way, you ensure a special information experience. Users' attention is drawn to your advertorial via an editorially-styled teaser between the contents. No third-party advertising contents are integrated within the advertorial. If desired, our editorial staff will be pleased to support you in producing the text.

Price: 800,- euros per month

DATA DELIVERY:

At least five working days before placement date by e-mail to: schmidt@verlagsanstalt-handwerk.de
 You can find precise information on data delivery in our separate advertorial specifications.



Picture-Text Teaser

Make an especially credible presentation with an editorially-styled picture-text teaser in our newsletter. This links as desired either to your own website or guides users to your online advertorial on die-fassade.de.

Picture: jpg or png, 200 × 150 px or 4:3, high resolution
Text: about 200 characters plus single-line heading (about 40 characters)
Price: 295,- euros



Newsletter Banner

Position your advertising message in an eye-catching manner with a newsletter banner between the teaser subject and the remaining content directly in the view of the user.

Format: 468 × 60 px or 300 × 250 px
Fileformat: jpg, png
Price: 295,- euros

DATA DELIVERY:

At least five working days before placement date by e-mail to: schmidt@verlagsanstalt-handwerk.de
 For smooth processing, we need the customer name, the URL to which the banner is to be linked and the period booked

1. GELTUNGSBEREICH U. DEFINITIONEN

Diese allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) gelten für alle Anzeigenaufträge mit Ausnahme der Online-Buchung von Rubrikanzeigen im „Marktplatz“; für diese gelten gesonderte AGB.

Definitionen:

„**Anzeigenauftrag**“ ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber (im Folgenden: „AG“) über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten als Auftraggeber 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 U. BUCHUNGSKONDITIONEN

Zustandekommen des Vertrages: 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, 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 (E-Mail oder Fax genügt) und die ausdrückliche Annahme des Auftrags durch die Auftragsbestätigung des Verlags in Textform oder stillschweigend durch Veröffentlichung des Werbemittels.

Mündliche oder fernmündliche Bestätigungen sind rechtlich unverbindlich.

Aufträge von Agenturen: Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur selbst zustande, fortwährend anderer schriftlicher Vereinbarungen, d.h. die Werbeagentur ist selbst Vertrags-

partner 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.

Buchungskonditionen: Die Abrechnung erfolgt auf Basis der Preisliste bzw. Verlagsberechnung. Bei Online-Werbemitteln sind für die Abrechnung der Werbeauslieferung die AdImpressions (Alis) gemäß AdServer des Verlags maßgeblich. Alis ist definiert als Serverauftrag eines Werbemittels vom AdServer des Verlags. Maßgeblich zur Ermittlung der Medialeistung ist die Zählung des Verlags.

3. ABSCHLUSS

Definition: 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.

Ausschluss und Wegfall von Rabatten:

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.

Rabatte bei Konzernen: 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. PRÜFUNG, ABLEHNUNGSBEFUGNIS, SPERRUNG EINES WERBEMITTELS

Ablehnungsbefugnis: Der Verlag behält sich vor, Anzeigen und andere Werbemittel – auch der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen – abzulehnen,

wenn ihr Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt; deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde; deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft, der technischen Form oder juristischer Bedenken unzumutbar ist; oder wenn das Werbemittel auch Werbung Dritter oder für Dritte enthält.

Prüfung von Aufträgen: 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 berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlags. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

Sperrung eines Werbemittels, Ersetzungsmöglichkeit: 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 entfällt ist.

Nachträgliche Änderungen: Der Verlag ist insbesondere berechtigt, eine bereits veröffentlichte Anzeige aus der elektronischen Ausgabe zurückzuziehen, wenn der AG nachträglich unangegprochene 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 Ersetzungsbefugnis zu, wobei der Verlag seinen vereinbarten Vergütungsanspruch behält.

5. DRUCKUNTERLAGEN FÜR ZEITUNGEN/ZEITSCHRIFTEN

Rechtzeitigkeit des Auftrags und der Druckunterlagen: Aufträge für Anzeigen mit besonderen Platzierungswünschen müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem AG noch vor Anzeigerschluss 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 sonstiger 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.

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 Anzeigerschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden. Kosten des Verlags für vom AG gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen.

Technische Qualität: Vereinbart ist die für den belegten Zeitschriftentitel 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 Ersatzangabe, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde.

Beilagen: Vom AG anzuliefernde Beilagen müssen den Spezifikationen in den Mediadaten entsprechen. Bei Abweichungen oder falschen bzw. zu spät angelegten Beilagen 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 WERBEMITTELEN

Rechtzeitige Anlieferung: Der AG ist zur vollständigen Anlieferung einwandfreier und geeigneter Werbemittel für elektronische Ausgaben (Banner, Ziel-URL, Alt-Text und ggf. Motive) in der endgültigen digitalen Form bis spätestens fünf Werktage vor dem vereinbarten ersten Veröffentlichungstermin an den Verlag per E-Mail. Für Sonderwerbungen gilt eine Frist von zehn Werktagen verpflichtet. 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 gemerkten Anzeigen, auf die das Werbemittel verweisen soll.

Ungesegnete und verspätet angelegerte Werbemittel: Für erkennbar ungesegnete oder beschädigte Werbemittel fordert der Verlag Ersatz an. Bei nicht ordnungsgemäßen, insbesondere verspäteter Anlieferung oder nachträglicher Änderung wird keine Gewähr für die vereinbarte Verbreitung der Anzeige übernommen.

Änderungen: Will der AG nach Ablauf der vorstehenden Fristen Werbemittel austauschen oder verändern oder von einem Artl. bestehende Anzeigen abbrechen, wird der Verlag prüfen, ob diese Änderungen bzgl. des ursprünglich vereinbarten Veröffentlichungstermins noch vorgenommen werden können. Ist dies nicht der Fall, verbleibt es bei der ursprünglichen Vereinbarung.

7. RECHTEINRÄUMUNG UND GARANTIEEN

Nutzungsrechte: Der AG räumt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und in Online-Medien aller Art erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte ein, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Ubersetzung, Sendung, öffentlicher Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar im Rahmen der Verbleibenden Rechte übertragbar und zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt eingeräumt. Vorgenannte Rechte berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

Pflichten des Auftraggebers: 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

Garantien: Der AG garantiert, dass durch den Inhalt der jeweiligen Werbemittel keine Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Der AG garantiert, im Rahmen der Vertragsbeziehung keine rechts- oder sittenwidrigen Inhalte zu verbreiten oder auf diese Bezug zu nehmen. Der AG garantiert, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt oder diesbezüglich verfügungsberechtigt ist.

Haftungsfreistellung und Unterstützung bei Ansprüchen Dritter: Der AG stellt den Verlag auf erstes Anfordern von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung wettbewerbsrechtlicher, strafrechtlicher, urheberrechtlicher und sonstiger Rechte oder gesetzlicher Bestimmungen durch die vertragsgemäße Veröffentlichung eines Werbemittels entstehen. Die Freistellung erstreckt sich auch auf die bei der notwendigen Rechtfertigung gegenüber Dritten entstehenden Kosten. Der AG ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen über Rechtfertigung gegenüber Dritten zu

unterstützen. Der Verlag wird den AG über die Geltendmachung entsprechender Ansprüche Dritter informieren.

8. GEWÄHRLEISTUNG UND HAFTUNG

Güte der Leistungen: Der Verlag gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Leistung der Werbemittel. 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 Darstellungssoff- oder Hardware (z.B. Browser) des Users

wenn die Beeinträchtigung bei der Wiedergabe des Werbemittels dessen Zweck nicht wesentlich beeinträchtigt oder durch Störung der Kommunikationsnetze (z.B. aber nicht aus schließlich Leitungs- oder Stromausfall) beim Verlag oder anderer Betreiber oder durch Rechnerausfall auf dem Systemversagen oder Leitungsstörung oder durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte zwischengespeicherte Angebote auf sog. Proxy-Servern (Zwischenspeichern) oder im lokalen 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.

Der Verlag wird mehr als unerhebliche Störungen und Fehler seiner Server schnellstmöglich beseitigen und ist bemüht, unerhebliche Beeinträchtigungen in angemessener Frist zu beseitigen.

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.

Rechte des Auftraggebers bei Nichterfüllung:

Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als Prozentsatz der gebuchten Zeit) einer zeitgebunden Festbuchung 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 Zahlungspflicht des AG für die in dem Zeitraum nicht realisierten bzw. durchschnittlich nicht angefallenen Medialeistungen. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen. Sollten die vom Verlag zugesagten Medialeistungen am Ende des Veröffentlichungszeitraums nicht erreicht sein, steht dem AG eine Ausgleichsbuchung zu.

Vollendung des Werks: Mit Ablauf der vertraglichen Schalterwerk als vollendet im Sinne von § 646 BGB.

Fahrtragung: Außerhalb seines Herrschafts-

bereichs trägt der Verlag nicht die Gefahr des Datenverlustes auf dem Übertragungswege 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 die Mitteilung des URL des 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.

Keine Prüfungspflicht: Der Verlag ist nicht verpflichtet, die zur Verfügung gestellten Werbemittel bzw. Inhalte auf deren Fiktivität, Aktualität, Vollständigkeit, Seriosität, Qualität und/oder Freiheit von Fehlern zu überprüfen und übernimmt dafür weder ausdrücklich noch konkludent die Gewähr oder die Haftung.

Haftungseinschränkung: Der Verlag leistet Schadensersatz bei Vorsatz, grober Fahrlässigkeit und Fehlen einer zugesicherten Eigenschaft, bei schuldhafter Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit sowie bei schuldhafter Verletzung einer Kardinalpflicht (d.h. einer Vertragspflicht, auf die der Vertragspartner regelmäßig vertraut und durch deren Verletzung die Erreichung des Vertragszweck gefährdet ist). Soweit eine Kardinalpflicht im vorgenannten Sinne nur leicht 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.

Höhere Gewalt: 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 – werden die Parteien von der Pflicht zur Leistung frei, solange das Leistungshindernis andauert. Das Recht zur Kündigung aus wichtigem Grund bleibt unberührt.

9. VERGÜTUNG, PRELISTE, TARGETING

Vergütung: 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. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des Verlags zu halten.

Targeting: Targetingkriterien pro Werbeträger 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

Der Verlag liefert bei Anzeigen in gedruckten Titeln auf Wunsch ein Belegexemplar. Je nach Art und Umfang des Auftragsauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegexemplare 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.

11. CHIFFREANZEIGEN

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 weitergeleitet.

12. AUFLAGENMINDERUNG

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

13. ZUHILFENEBEDINGUNGEN

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

Zahlungsweg: Bei Zahlungsweg oder Stundung werden die gesetzlichen Zinsen und Schadenspauschale berechnet; die Geltendma-

chung eines etwaigen höheren Verzugs Schadens bleibt vorbehalten. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Auslieferung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für noch ausstehende Schaltungen Vorauszahlung verlangen.

Zurückbehaltungsrecht: 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 offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

Sicherungsabtretung von Forderungen bei Agenturen: Bei Werbeaufträgen einer Werbeagentur tritt diese mit Zustandekommen des Vertrages ihre 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 Rechnung des Verlags mind. 30 Tage in Verzug befindet.

14. DATENSCHUTZ (INFORMATIONEN GEMÄSS ART. 13 DSGVO)

Verantwortlicher: Verlagsanstalt Handwerk GmbH, Auf'm Telteberg 7, 40221 Düsseldorf Telefon: 02 11 / 390 98-0, Telefax: 02 11 / 390 98-29, E-Mail: info@verlagsanstalt-handwerk.de

Zweck der Verarbeitung personenbezogener Daten und Rechtsgrundlage: Wir verarbeiten die Daten, die Sie angeben, und den Inhalt Auftrags zur Vertragserfüllung; Rechtsgrundlage ist Art. 6 Abs. 1 Buchstabe f) DSGVO. Im Rahmen der gesetzlichen Bestimmungen verarbeiten wir Ihre Daten auch zur Wahrung berechtigter Interessen (diese sind: Geltendmachung von Ansprüchen, Kundenpflege und Direktmarketing); Rechtsgrundlage ist Art. 6 Abs. 1 Buchstabe f) DSGVO.

Speicherdauer: Wir löschen Ihre Daten, wenn sie nach Bearbeitung einer Anfrage bzw. Beendigung des Vertrages nicht mehr erforderlich sind. Davon ausgenommen sind Daten, die wir aufgrund gesetzlicher Verpflichtung noch nicht löschen dürfen (z.B. Unterlagen, die nach Steuerrecht und Handelsrecht aufzubewahren sind) und Daten, die wir zur Wahrnehmung berechtigter Interessen benötigen, insbesondere zur Geltendmachung von Ansprüchen oder für Direktmarketing.

Empfänger von Daten: Im Rahmen der Vertragserfüllung setzen wir folgende Dienstleister ein: Zahlungsdienstleister zur Abwicklung der Zahlung. Die Website handwerkblatt.de wird von domainfactory GmbH, Oskar-Meister-Str. 33, 85737 Ismaning, gehostet; domainfactory verarbeitet personenbezogene Daten in unserem Auftrag (Auftragsverarbeitung gemäß Art. 28 DSGVO). Sind im Werbemittel personenbezogene Daten enthalten, sind diese durch die Veröffentlichung im Internet weltweit abrufbar.

Widerspruchsrecht: Sie können gemäß Art. 21 Abs. 2 DSGVO der Verarbeitung Ihrer

Daten für Zwecke des Direktmarketings jederzeit widersprechen. Aus Gründen, die sich aus Ihrer besonderen Situation ergeben, können Sie aus der Verarbeitung Ihrer Daten für sonstige berechtigte Interessen jederzeit widersprechen.

Weitere Informationen entnehmen Sie bitte unserer Datenschutzerklärung unter <https://www.handwerkblatt.de/datenschutz.html>

15. SCHLUSSBESTIMMUNGEN

Ausschließliche Geltung dieser AGB: 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. eine unterbliebene Zurückweisung anderer AGB seitens des Verlags nicht dazu, dass diese damit als vereinbart gelten. Die Regelungen in diesen AGB gehen im Konfliktfalle den Regelungen in der Preisliste, Rabattstafeln, den Targetingkriterien etc. vor.

Änderung der AGB und der Preislisten: Der Verlag behält sich die jederzeitige Änderung der AGB sowie der Preislisten vor. AGB- und Preisänderungen für erteilte Auftragsaufträge 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 in Textform nach Zugang der Änderungsmitteilung über die Preiserhöhung ausgebaut werden muss.

Schriftform: Änderungen und Ergänzungen dieser AGB einschließlich Änderungen dieser Klausel bedürfen zu ihrer Rechtswirksamkeit der Schriftform.

Salvatorische Klausel: Sollte eine Regelung dieser AGB unwirksam sein oder werden, so soll dies die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen unberührt lassen. Die Parteien verpflichten sich, über eine Regelung zu verhandeln, die unter Berücksichtigung der Interessenlage angemessen ist.

Anwendbares Recht: Sämtliche Rechtsbeziehungen im Zusammenhang mit Anzeigenaufträgen unterliegen dem Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts (CISG).

Gerichtsstand und Erfüllungsort: Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist Erfüllungsort und bei Klagen Gerichtsstand der Sitz der Verlagsanstalt. Der Verlag bleibt jedoch berechtigt, auch am allgemeinen Gerichtsstand des AG zu klagen. 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.

■ ANSPRECHPARTNER



Anzeigenverkauf:

Natalie Maag

Telefon: 0211/390 98-961

Fax: 0211/390 98-59

maag@verlagsanstalt-handwerk.de



Anzeigendisposition:

Elke Schmidt

Telefon: 0211/390 98-964

Fax: 0211/390 98-59

schmidt@verlagsanstalt-handwerk.de



Redaktion:

Jens Meyerling (v.i.S.d.P.)

Telefon: 0211/390 98-967

Fax: 0211/390 98-59

j.meyerling@verlagsanstalt-handwerk.de

Fotos (3): Andreas Buck