Mediadaten 2015

Preisliste Nr. 10, gültig ab 1. Januar 2015

Ratgeber Wohnen im Wintergarten

www.rawowi.de

Foto: TS Aluminium

Verlagsanstalt Handwerk

Ratgeber
Wohnen im Wintergarten

LUST AUF WINTERGÄRTEN:
Der B-to-C Ratgeber erscheint in diesem Jahr bereits zum zehnten Mal in Zusammenarbeit mit dem Bundesverband Wintergarten e.V. Neben der Präsentation von Wintergärten und deren Nutzungsmöglichkeiten stehen Lebensqualität und die zahlreichen Einrichtungs-Varianten im Mittelpunkt.

PLANUNGSHILFE FÜR VERBRAUCHER:
Der separate Info-Teil Bundesverband Wintergarten e.V. hilft dem Verbraucher zusätzlich bei der Entscheidungsfindung. Von der vorgesehenen Nutzung über alle relevanten Themen wie Bauantrag, Bodenaufbau, Beschattung, Klimatisierung sowie Verglasung bis hin zu Fragen der Einrichtung bietet er das Fundament für die individuelle Planung.

VERLAGSANGABEN

Erscheinungsweise: 1 × jährlich

Druckauflage: 105.000 Exemplare

Jahrgang: 2015/10. Jahrgang

Web-Adresse: www.rawowi.de

Mitgliedschaften: Bundesverband Wintergarten e.V.
BV Rolladen + Sonnenschutz e.V.
BVT – Verband Tore

Verlagsleitung: Hans Jürgen Below

Verlag: Verlagsanstalt Handwerk GmbH
Postanschrift: Postfach 10 13 50
44713 Bochum
Hausanschrift: Auf'm Tetelberg 7
40221 Düsseldorf
Telefon: 0234/953 91-0
Fax: 0234/953 91-30
Internet: www.verlagsanstalt-handwerk.de
E-Mail: info@verlagsanstalt-handwerk.de

Redaktion

Chefredaktion: Dr. Uwe Arndt (v.i.S.d.P)
Telefon: 0234/953 91-25
E-Mail: arndt@verlagsanstalt-handwerk.de

Anzeigen

Leitung: Erwin Klein
Telefon: 0211/390 98-86
E-Mail: klein@verlagsanstalt-handwerk.de

Verkauf: Natalie Maag
Telefon: 0234/953 91-10
Fax: 0234/953 91-30
E-Mail: maag@verlagsanstalt-handwerk.de

Disposition: Elke Schmidt
Telefon: 0234/953 91-20
Fax: 0234/953 91-30
E-Mail: schmidt@verlagsanstalt-handwerk.de

Vertrieb

Leitung: Harald Buck
Telefon: 0211/390 98-20
Fax: 0211/390 98-79
E-Mail: buck@verlagsanstalt-handwerk.de

Bezugspreis:
Einzelverkaufspreis 5,00 €
(inkl. MwSt.,
zzgl. Versandkosten)

ISSN: 4 196947 006802 01 / 02

Erfüllungsort / Gerichtsstand:
Düsseldorf

Bankverbindung:
Postbank Dortmund
BLZ 440 100 46
Kto.-Nr. 7001465
IBAN:
DE47 4401 0046 0007 001465
BIC: PBNKDEFF

Zahlungsbedingungen:
Zahlbar sofort nach Rechnungserhalt netto ohne Abzug

Mehrwertsteuer:
Alle aufgeführten Anzeigenpreise zuzüglich gesetzlicher MwSt.

TERMINE UND THEMEN

Erscheinungstermin:
30. April 2015

Anzeigenschluss:
17. März 2015

Redaktionsschluss:
3. März 2015

THEMENSPEKTRUM 2015

- **Wintergarten-Objektberichte:**
  Architekturstile, Materialien und Nutzungskonzepte
- **Wintergarten-Fotogalerie**
- **Extra:** Bauen mit Glas
- **Themen-Spots Technik:**
  Belüftung, Beschattung, Steuerungssysteme und Energieeffizienz
- **Themen-Spots Interieur:**
  Möbel, Beleuchtung, Dekoration und Pflanzen
- **Planungshilfe vom Bundesverband Wintergarten e.V.**

ANZEIGENPREISE

	Ab 1/3 4C: Firmenportrait kostenlos auf rawowi.de						
	1/1	3/4	2/3	1/2	1/3	1/4	1/8
SCHWARZ/WEISS	3.700,00 €	2.750,00 €	2.450,00 €	1.850,00 €	1.250,00 €	950,00 €	500,00 €
ZWEIFARBIG	4.950,00 €	3.750,00 €	3.300,00 €	2.500,00 €	1.650,00 €	1.250,00 €	650,00 €
VIERFARBIG	5.400,00 €	4.550,00 €	4.250,00 €	3.650,00 €	2.500,00 €	1.900,00 €	950,00 €

VORZUGSPLATZIERUNGEN

	Preise
U2/ U4 1/1 4c	5.700,00 €
U3 1/1 4c	5.500,00 €

BEILAGEN

Maximalformat
205 mm breit x 275 mm hoch

	Preise
BEILAGE BIS 25 G	70,00 €
JE WEITERE 5 G	5,00 €

Preis je 1.000 inkl. Vertriebsgebühren

ANLIEFERUNG

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

L.N. Schaffrath GmbH & Co. KG
Marktweg 42 – 50
47608 Geldern

SONDERWERBEFORMEN

	Preise
FONDFOLDER 4C (1/1 Seite + U3)	16.800,00 €
TIP-ON-CARD ODER POST-IT auf Trägeranzeige (1/1 4C)	5.400,00 €

EINKLEBER 213 × 280 mm

zzgl. 3 mm Beschnitt
an allen Außenkanten

	Preise
2-SEITIG	5.850,00 €
4-SEITIG	9.780,00 €

MUSTER

5 Exemplare vorab an den Verlag:

Verlagsanstalt Handwerk GmbH
Elke Schmidt
Postfach 10 13 50
44713 Bochum

FORMATBEISPIELE

	1/1	3/4		2/3		1/2		1/3	
		hoch	quer	hoch	quer	hoch	quer	hoch	quer
OHNE ANSCHNITT (mm Breite × mm Höhe)	193 × 257	144 × 257	193 × 192	126 × 257	193 × 170	94 × 257	193 × 126	62 × 257	193 × 81
MIT ANSCHNITT (mm Breite × mm Höhe) zzgl. 3 mm Beschnitt	213 × 280	154 × 280	213 × 204	136 × 280	213 × 182	104 × 280	213 × 138	72 × 280	213 × 93

	1/4			1/8		
	hoch	quer	Eckfeld	hoch	quer	Eckfeld
OHNE ANSCHNITT (mm Breite × mm Höhe)	45 × 257	193 × 61	94 × 126	45 × 126	193 × 28	94 × 61
MIT ANSCHNITT (mm Breite × mm Höhe) zzgl. 3 mm Beschnitt	55 × 280	213 × 73	104 × 138	55 × 138	213 × 40	104 × 73

Sonderformate auf Anfrage möglich

HEFTFORMAT:
213 mm × 280 mm

SATZSPIEGEL:
193 mm × 257 mm

SPALTENBREITE:
45 mm

DRUCKVERFAHREN:
Bogen-Offset

RASTER:
70er Raster

DATENANLIEFERUNG

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

Datenformate: 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
Elke Schmidt
Postfach 10 13 50
44713 Bochum

Per E-Mail:
schmidt@verlagsanstalt-handwerk.de
(Datenmenge nicht über 3 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. Beim E-Mailversand Dateien mit Programm „Stuffit“ verpacken.

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.

Werbeform	Format in Pixel	Monatliche Flatrate
FULLSIZEBANNER	468 × 60	440,00 €
SKYSCRAPER	120 × 600	510,00 €
WALLPAPER	728 × 90 und 120 × 600	870,00 €

Weitere Werbeformen auf Anfrage

Datenanlieferung:

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

Dateiformate: JPG, JPEG, PNG, GIF-Format oder Flashdateien, max. Größe 50 KB

Für eine problemlose Bearbeitung benötigen wir folgende Angaben:

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

FIRMENPORTRAIT
Stellen Sie Ihre Produkte und Dienstleistungen auch online in einem Firmenportrait vor (3.000 Zeichen inkl. Leerzeichen + Foto)
Preis: 650,00 € / Laufzeit: 1 Jahr

CROSSMEDIA
Buchen Sie eine Printanzeige (mind. 1/3 Seite 4c) und Sie erhalten das Firmenportrait kostenlos!

ANSPRECHPARTNER

Natalie Maag
Telefon: 0234/953 91-10
Fax: 0234/953 91-30
E-Mail: maag@verlagsanstalt-handwerk.de

Das einzige deutschsprachige B-to-B-Magazin für Wintergärten

FORUM WINTERGÄRTEN befasst sich mit allen Aspekten rund um den Wintergartenbau. Feste Bestandteile des Magazins sind die Bereiche der Profilsysteme für Terrassendach- und Wintergartenkonstruktionen und alle notwendigen Anschlussgewerke vom Fundament bis hin zur Beschattung und Belüftung.

Dabei wird der Bogen zwischen baulichen Normen und fundierten Hintergrundinformationen gespannt, und der Leser regelmäßig mit wichtigen Informationen versorgt. So werden die wichtigsten Entscheidungsträger der am Wintergartenbau beteiligten Gewerke wie Metallbau, Holzbau, Sonnenschutz, Klima, Heizung und Elektro erreicht.

Kontakt:

Natalie Maag
Telefon: 0234/953 91-10
Fax: 0234/953 91-30
maag@verlagsanstalt-handwerk.de

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

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 abweicht) 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 einzelnem 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. Verlagsberechnung. Bei Online-Werbemitteln sind für die Abrechnung der Werbeauslieferung die AdImpressions (AIs) 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. DER 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 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 Annahmeerklärung des Verlags. Diese berechtigt 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 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 Ersetzungsbefugnis zu, wobei der Verlag seinen vereinbarten Vergütungsanspruch behält.

5. DRUCKUNTERLAGEN FÜR ZEITUNGEN/ZEITSCHRIFTEN

Aufträge für Anzeigen mit besonderen 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. 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 Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. 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 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 angelieferten 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 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 Sonderwerbeformen 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 beschädigte Werbemittel fordert der Verlag 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 bzgl. des ursprünglich vereinbarten Veröffentlichungstermins noch vorgenommen werden können. Ist dies nicht der Fall, verbleibt es bei der ursprünglichen Vereinbarung.

7. RECHTEEINRÄUMUNG 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 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 zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der AG stellt den 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 Darstellungssoft- 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 ausschließlich Leitungs- oder Stromausfall) beim Verlag oder anderer Betreiber oder durch Rechnerausfall auf Grund Systemversagens oder Leitungsausfall oder durch unvollständi-

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-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 Rechners des AGs sowie der Kommunikationswege vom AG zu den Servern des Verlags entstehen. Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 Prozent der gebuchten Zeit) einer zeitgebundenen 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 Medialeistung am Ende des Veröffentlichungszeitraums nicht erreicht sein, steht dem AG eine Ausgleichsbuchung zu. Mit Ablauf der ursprünglichen Schaltdauer gilt das Werk als vollendet im Sinne von § 646 BGB. Maßgeblich zur Ermittlung der Medialeistung ist die Zählung 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 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 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, Qualität und/oder Freiheit von Fehlern 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 üblicherweise und typischerweise in derartigen Fällen voraussehbaren 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 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. Verspätung, 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 seinen sonstigen Obliegenheiten nach diesen 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, derer 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. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler 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 zusammen gefasst. Pro Targeting-Kriterium erhöht sich der TKP (Tausend-Kontakt-Preis) um die jeweils ausgewiesene Summe, sofern keine gesonderten TKPs für Targeting-Kampagnen angeben 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 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 weitergeleitet.

11. 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. Eine 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 Preisminderungsansprüche 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 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 offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen. 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

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 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 zuzugreifen. Der Verlag gewährleistet die 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 werdenden 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 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 Bruttowerbeumsätze 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. eine unterbliebene Zurückweisung anderer AGB seitens des Verlages 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 Falle steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu, das innerhalb von 10 Werktagen in Textform nach Zugang der Änderungsmitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt 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, Rabattstaffeln, den Targeting-Kriterien etc. vor.

16. GERICHTSSTAND/ANWENDBARES RECHT ERFÜLLUNGSORT 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 Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlags vereinbart.

■ ANSPRECHPARTNER

Anzeigenverkauf:

Natalie Maag
Telefon: 0234/953 91-10
Fax: 0234/953 91-30
maag@verlagsanstalt-handwerk.de

Anzeigendisposition:

Elke Schmidt
Telefon: 0234/953 91-20
Fax: 0234/953 91-30
schmidt@verlagsanstalt-handwerk.de

Redaktion:

Dr. Uwe Arndt (v.i.S.d.P)

Telefon: 0234/953 91-25
Fax: 0234/953 91-30
arndt@verlagsanstalt-handwerk.de