

Media-Informationen

Datenschutz-Berater

2012

Die Informationsquelle für Datenschutz-/Datensicherheitsfachleute, PC-Benutzerservice, Revisoren, Juristen und alle weiteren Führungskräfte der Datenverarbeitung.

Redaktionsprogramm:

Die „Datenschutz-Berater“ Redaktion berichtet in Form eines Fachinformationsdienstes über tagesaktuelle Ereignisse, stellt Anwenderbeispiele vor und nimmt zur aktuellen Gesetzeslage Stellung. Zusätzlich werden Schwerpunkt-Themen behandelt, die die Leser vom „Datenschutz-Berater“ über besonders wichtige Ereignisse oder Termine im Vorfeld umfassend informieren.

Durchgängige Rubriken und Themen:

Datensicherheit • Politik & Recht • Datenschutzpraxis • Rechtsprechung • Service

Planen Sie crossmedial!

Fachzeitschrift • Online-Portal • Veranstaltungen
Alles aus einer Hand, für Sie und Ihre Kunden!

FACHVERLAG
Verlagsgruppe Handelsblatt

Achtung: Ausstellungs- und Sponsoringangebote zum **Datenschutzkongress in Berlin**. Fordern Sie unsere Unterlagen an, Telefon (0211) 887-1596.



www.datenschutz-berater.de

Crossmediale Wege zu Ihrer Zielgruppe!

Erreichen Sie die Zielgruppe der Datenschützer und Datenschutzbeauftragten über verschiedene Kommunikationskanäle:



- interaktiv durch www.datenschutz-berater.de
- imagebildend mit der Fachzeitschrift Datenschutz-Berater
- live auf dem Datenschutzkongress, als Aussteller oder Sponsoringpartner (www.datenschutz-berater.de/dsk)

13. Datenschutzkongress 2012
Kongress am 8. und 9. Mai 2012 – Workshop am 10. Mai 2012, Pullmann Berlin Schweizerhof

Nutzen Sie diese vielfältigen Möglichkeiten um Ihre Produkte und Dienstleistungen zu bewerben, Kontakte zu knüpfen und neue Kunden zu gewinnen!

Datenschutz-Berater

Informationsdienst zu Fragen von Datenschutz,
Datensicherheit und Ordnungsmäßigkeit der Datenverarbeitung

Media-Informationen

2012

Gültigkeit ab 1. Januar 2012

Erscheinungsort: Düsseldorf
Fachrichtung: Datenschutz, Datensicherung, DV-Revision,
ordnungsgemäße Datenverarbeitung
Auflage: 3.000 Exemplare

Format: 210 mm breit x 297 mm hoch (DIN A4)

Satzspiegel: 172 mm breit x 248 mm hoch

Anzeigenpreise:	Format	
	sw (Euro)	farbig (Euro)
1/1 Seite	1.355,00	2.470,00
1/2 Seite	775,00	1.887,00
1/3 Seite	490,00	1.603,00
1/4 Seite	404,00	1.516,00
1/8 Seite	263,00	1.365,00

Anzeigenformate:	Format	
	Breite x Höhe in mm	
1/1 Seite	172 x 248	
1/2 Seite	172 x 123	
1/3 Seite	172 x 81 oder 56 x 248	
1/4 Seite	172 x 61	
1/8 Seite	172 x 30	

Datenübertragung über FTP-Versand oder Datenupload: Details erfragen Sie bitte unter Tel.: 0211/887-1487

Datenübertragung über E-Mail: satz@sdv.de (nicht größer als 7 MB)

Dateien Mac oder PC: QuarkXPress, PageMaker, InDesign, Freehand, Illustrator, Photoshop, CorelDraw (PC), PDF-Dateien
Bei offenen Dateien bitte unbedingt Schriften mitliefern.

Belege: bis zu 3 Vollbelege kostenlos

Bankverbindung: Commerzbank AG, Konto 212 665 500, BLZ 300 800 00
Swift Code: DRESDEFF300
IBAN: DE07 3008 0000 0212 665500
Ust-IdNr.: DE 814828360

Zahlungsbedingungen: Bei Vorkasse und Bankeinzug 2% Skonto.
Innerhalb von 8 Kalendertagen nach Erscheinungstermin
1% Skonto.
Innerhalb von 15 Kalendertagen nach Erscheinen
netto Kasse.

Alle Preise zuzüglich Mehrwertsteuer.

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften, Anzeigenpreise, Formate, Nachlässe.

Beihefter 4-seitig: Unbeschnittenes Format: 216 mm x 306 mm Euro 2.465,00
Weitere Umfänge gerne auf Anfrage

Beikleber: Postkarte (maschinell) auf
Trägeranzeige pro ‰: Euro 50,00
CD-ROM auf Trägeranzeige pro ‰: Euro 167,00
zzgl. Postgebühr

Vor der Übermittlung von Dateien bitte die Sendung mit Angabe des Dateinamens telefonisch ankündigen.

Ansprechpartner: Frau Löttsch
Telefon 03 51/4203-130
Telefax 03 51/4203-1398
E-Mail: susanne.loetzsch@sdv.de

Ein Original-Andruck des Motivs muss parallel an die Druckerei gehen, da sonst keine Farb-Garantie übernommen werden kann.

Außerdem wird das Anzeigenmotiv per e-mail zur Ansicht an den Verlag erbeten.

Ansprechpartner: Beate Dohmen
Telefon 0211/887-1487
Telefax 0211/887-15 00
E-Mail: fz.rws@fachverlag.de

Anzeigenschluss, Druckunterlagen- und Rücktrittstermine:

Nach dem jeweils gültigen Terminkalender. Die Rücktrittstermine sind jeweils identisch mit den Anzeigenschlussterminen. Durch die äußerst knapp kalkulierten Anzeigen- und Druckunterlagenchlussstermine kann verspätete Druckunterlagen-Anlieferung das Druckergebnis beeinträchtigen. Eventuelle Reklamationen sind in solchen Fällen ausgeschlossen.

Farbanzeigen, zusammengefasste Formate:

Sonderfarben oder Farbtöne, die durch den Zusammendruck von Farben der verwendeten Skala nicht erreicht werden können, bedürfen besonderer Vereinbarung. Einzelheiten auf Anfrage.
Anschnitt oder Satzspiegelüberschreitung werden nicht berechnet.

Druckverfahren: Bogenoffset

Verarbeitung: Rückendrahtheftung

Beilagenpreis: bis 25 g Euro 348,00
(je Tausend) bis 50 g zzgl. Portomehrkosten Euro 389,00

Min. Format: 105 mm breit x 148 mm hoch
Max. Format: 200 mm breit x 290 mm hoch
Höhere Gewichte gerne auf Anfrage

Lieferanschrift: für Beikleber, Beihefter und Beilagen:
Sächsisches Druck- und Verlagshaus AG,
Tharandter Straße 23-27, 01159 Dresden,
mit Lieferschein und Vermerk für „Datenschutz-Berater Ausgabe...“
5 Muster zum Anzeigenschlusstermin an den Verlag erbeten

Verlag: Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH
Grafenberger Allee 293, D-40237 Düsseldorf
Postfach 101102, D-40002 Düsseldorf
Telefon: 02 11/8 87-10 38
Telefax: 02 11/8 87-97-10 38
E-Mail: s.andrae@fachverlag.de

Anzeigenleitung: Ralf Pötzsch
Telefon: 02 11/8 87-14 90
E-Mail: fz.rws@fachverlag.de

Anzeigendisposition: Beate Dohmen
Telefon: 02 11/8 87-14 87
Telefax: 02 11/8 87-15 00
E-Mail: fz.rws@fachverlag.de

Erscheinungsweise: monatlich

Erscheinungstermine, Anzeigenschlüsse und Druckunterlagen-

termine: siehe beigefügten Terminplan

Nachlässe: Bei Abnahme innerhalb eines Jahres (Abschlussjahr):
nach der Malstaffel: nach der Mengenstaffel:
bei 3 Anzeigen 3% bei 3 Seiten 5%
bei 6 Anzeigen 5% bei 6 Seiten 10%
bei 12 Anzeigen 10% bei 12 Seiten 15%

Ausgabe	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss
1.2012	11.01.2012	19.12.2011	22.12.2011
2.2012	08.02.2012	16.01.2012	19.01.2012
3.2012	07.03.2012	13.02.2012	16.02.2012
4.2012	04.04.2012	12.03.2012	15.03.2012
5.2012	09.05.2012	16.04.2012	19.04.2012
6.2012	08.06.2012	14.05.2012	21.05.2012
7-8.2012	04.07.2012	11.06.2012	14.06.2012
9.2012	05.09.2012	13.08.2012	16.08.2012
10.2012	10.10.2012	17.09.2012	20.09.2012
11.2012	07.11.2012	15.10.2012	18.10.2012
12.2012	05.12.2012	12.11.2012	15.11.2012

Das Online Portal www.datenschutz-berater.de hält Sie auf dem Laufenden und informiert kompetent über aktuelle Entwicklungen in allen datenschutzrelevanten Bereichen.

Ergänzen Sie Ihre Werbung in der Fachzeitschrift um eine Online-Schaltung. Denn im Vergleich zu Print bietet eine Online-Präsenz zusätzliche Möglichkeiten: Bild, Ton, Animation und Interaktion. Steigern Sie die Aufmerksamkeit beim Nutzer durch die intelligente Verknüpfung der effektvollen multimedialen Möglichkeiten.

Formate und Preise Gesamt-Webangebot

in Euro

Halfsize-Banner (234 x 60)	160,00
Fullsize-Banner (468 x 60)	280,00
Layer-Ad/Flash-Layer/Shaped Pop-Up (ca. 300 x 300)	480,00
Big Size-Banner (728 x 60)	400,00
Skyscraper (150 x 600)	380,00
Pop-Up (200 x 300 oder 300 x 200)	340,00
Pop-Under (max. 300 x 400)	340,00
Medium Rectangle (max. 300 x 250)	360,00
Wallpaper (oben: 855 x 90/rechts: 160 x 600)	740,00

Für Online-Werbung stehen Ihnen auf www.datenschutz-berater.de die klassischen Möglichkeiten der Online-Kommunikation zur Verfügung.

Die Funktionsweise der einzelnen Werbeformen können Sie auf unserer Website www.ad-on-line.de in der Rubrik „Werbeformen“ live erleben.

Die Formatgrößen der einzelnen Werbeformen sind in Pixel angegeben.

Die genannten Preise verstehen sich als **Festpreise pro Monat** in Euro zzgl. der gültigen MwSt.

Garantierte monatliche Pls: 4.000

Bitte beachten Sie, dass es während der Schulferien zu starken Schwankungen bei den Pls kommen kann. Gerne nennen wir Ihnen die jeweils aktuellen Abrufzahlen und unterbreiten Ihnen auf dieser Basis ein individuelles Angebot. Rufen Sie uns kurz an oder senden Sie eine E-Mail. Wir freuen uns auf den Dialog mit Ihnen!

Spezifikationen (technische Angaben)

Um einen termingerechten Kampagnenstart sicherzustellen, sollte die Datenanlieferung drei Werktage, bei Richmedia zehn Werktage vor Schaltbeginn erfolgen. Da unsere Firewall lose in E-Mails mitgesandte swf-Dateien grundsätzlich als Virus identifiziert und diese aus der Mail filtert, liefern Sie bitte Flash-Dateien unbedingt als Zip-File an.

Mindestbelegdauer:	1 Woche
Schaltzeitraum:	jeweils Montag bis Sonntag
Dateiformate:	GIF, JPEG, SWF, Redirects
Dateigrößen:	468 x 60: 20 KB 234 x 60: 15 KB 200 x 300: 15 KB 130 x 80: 12 KB
Bannerwechsel:	pro Schaltwoche ein Bannerwechsel kostenfrei
Anlieferung:	drei Werktage vor Schaltbeginn, bei Richmedia zehn Werktage
Anlieferadresse:	fz.rws@fachverlag.de

In den Schaltpreisen ist ein Leistungsnachweis über die im Buchungszeitraum erzielten Ad-Impressions, die Ad-Clicks und die sich daraus ergebend Ad-Click-Rate inbegriffen. Sofern Sie bei Richmedia-Bannern und Redirects die Messung wünschen, geben Sie uns dies bitte vor Schaltbeginn an.

Für Flash-Dateien (Banner und Layer) fordern Sie bitte vorab unser Infoblatt an, um eine ordnungsgemäße Auslieferung über unseren AdServer zu gewährleisten.

AdServer: Doubleclick DART 5, Cookie-Support

„Seminare, Tagungen & Kongresse“

Sie möchten potenzielle Teilnehmer über Ihre Veranstaltungen im Datenschutz-Sektor informieren? Datenschutz-Berater bietet Ihnen mit „Seminare, Tagungen & Kongresse“ eine neue und innovative Werbeform an.

Mit einer Kombischaltung erscheint Ihre Veranstaltung einmal in der Publikation Datenschutz-Berater und zusätzlich auf der Webseite www.datenschutz-berater.de/veranstaltungen.

Im Heft können Sie Ihre Veranstaltung mit einer 1/3 Seite quer bewerben. Im Internet haben Sie die Möglichkeit, den Anzeigentext durch eine ausführliche Beschreibung zu ergänzen. Ihre Webseite und die Email Adresse sind dort zusätzlich verlinkt.

Mit diesem Angebot erreichen Sie Ihre Zielgruppe umfassend und ganzheitlich. Nutzen Sie diese crossmediale Möglichkeit und bewerben Sie Ihre spezielle Veranstaltung zielgruppengerecht.

Ihre Veranstaltung im Datenschutz-Berater und auf www.datenschutz-berater.de/veranstaltungen kostet Sie pro Insertion nur

910,00 Euro in Farbe oder 595,00 Euro in s/w

Eine Veröffentlichung auf der Online-Site ohne Printschtaltung kostet 485,00 Euro.

Datenschutzkongress 2012

Der 13. Datenschutzkongress findet vom 8. bis 9. Mai 2012 in Berlin statt. Nutzen Sie diese Gelegenheit und sprechen Sie die Zielgruppe der Datenschützer und Datensicherheitsbeauftragten direkt und live vor Ort an. Dafür stehen Ihnen verschiedene Sponsoringpakete zur Verfügung. Ganz auf Ihre individuellen Kommunikationsziele ausgerichtet können Sie die einzelnen Maßnahmen zu Ihrem persönlichen Auftritt zusammenfügen.

The screenshot shows a website for the 13th Data Protection Congress 2012. The main heading is '13. Datenschutzkongress 2012' with subtext 'Kongress: 8. und 9. Mai 2012 | Workshops: 10. Mai 2012 | Einführungsummer und European Data Protection Day: 7. Mai 2012 | Pullman Berlin Schwanenhof'. There is a 'SAVE THE DATE!' button. Below the heading is a photo of a speaker at a podium. A sidebar on the left lists various navigation and information links. A right sidebar contains contact information and a call to action to reserve seats.

In 2011 haben über 350 Teilnehmer den Kongress besucht. Treffen auch Sie Ihre potenziellen Kunden live auf dem Datenschutzkongress und generieren Sie neue Kontakte, Geschäftsbeziehungen und Kunden.

Alle Informationen finden Sie auch unter: www.datenschutz-berater.de/dsk oder fordern Sie die Unterlagen direkt an: 02 11/8 87 -15 96 / fz.rws@fachverlag.de

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.
2. 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.
3. 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.
4. Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen in Spezial-Beilagen oder Kollektiven Sonderpreise festzusetzen.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen.
7. Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Hefnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber 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.
8. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
9. Der Verlag behält sich ohne Anerkennung einer Prüfungspflicht vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen, insbesondere wenn
 - deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
 - deren Veröffentlichung für den Verlag u.a. wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder
 - diese Anzeigen Werbung Dritter oder für Dritte enthalten.Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Musters und dessen Billigung bindend. Soweit der Verlag von seinem Ablehnungsrecht bezüglich von Werbemitteln, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), keinen Gebrauch macht, bedürfen diese in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeer-

klärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages. Die Ablehnung einer Anzeige wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

10. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für die belegte Druckschrift nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen im Rahmen der durch die Druckunterlagen und der von der Druckerei eingesetzten Technik gegebenen Möglichkeiten. Die Übersendung von mehr als 2 Farbvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus. Der Verlag muss sich die Berechnung entstandener Mehrkosten vorbehalten.

11. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Veröffentlichung der Anzeige.

12. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstöcke, Matrern und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

13. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige zu verweigern, wenn diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre. Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige gesetzte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden. Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Veröffentlichung geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

14. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber 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. 15. 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.

16. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 8% über dem Basiszinssatz im kaufmännischen Verkehr bzw. 5% über dem Basiszinssatz im nichtkaufmännischen Verkehr sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, vor Beginn einer neuen Geschäftsverbindung und auch während der Laufzeit eines Abschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlussstermin und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

17. Bei Anzeigen aus dem Ausland erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung unter der Voraussetzung, dass die Steuerbefreiung besteht und anerkannt wird. Der Verlag behält sich die Nachberechnung der Mehrwertsteuer in der gesetzlich geschuldeten Höhe für den Fall vor, dass die Finanzverwaltung die Steuerpflicht der Anzeige bejaht.

18. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. 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 Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

19. Aus einer Auflagenminderung kann nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die zugesicherte Auflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie

- bei einer zugesicherten Auflage bis zu 50.000 Exemplaren mindestens 20 v. H.,
- bei einer zugesicherten Auflage bis zu 100.000 Exemplaren mindestens 15 v. H.,
- bei einer zugesicherten Auflage bis zu 500.000 Exemplaren mindestens 10 v. H. beträgt.

Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziffer 26 dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen bleibt unberücksichtigt. 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.

20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei NichtKaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei NichtKaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbeereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

21. Anzeigenaufträge durch eine Agentur werden in deren Namen und auf deren Rechnung angenommen. Die Werbungsmitler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Vertrag gewährte Mittelvergütung in Höhe von 15% bezogen auf das jeweils vermittelte Kundennetto (Bruttotarifpreis abzüglich kundenorientierte Rabatte) darf an den Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

22. Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge. Dies gilt gegenüber Nicht-Kaufleuten nicht bei Aufträgen, die innerhalb von vier Monaten nach Vertragsabschluss abgewickelt werden sollen.

23. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis einer Kapitalbeteiligung von mehr als 50% erforderlich. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen schriftlichen Bestätigung durch den Verlag.

24. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugefertigten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen oder aufgrund presserechtlicher Vorschriften entstehen können. Bei Veröffentlichung von Gegen Darstellungen bestimmen sich die zu ersetzenden Kosten nach Maßgabe des Anzeigentarifs. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

25. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.

26. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, deren sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Druckschrift mit 80% der im Durchschnitt der letzte vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht. Auflagenminderungen aus Gründen des vorstehenden Satz 1 bleiben im Rahmen von Ziffer 19 dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen unberücksichtigt.

27. Advertorials sind fremdproduzierte Teile, die sich in Form und Aufmachung deutlich von den redaktionellen Teilen der Druckschrift (in Typo, grafischen Elementen, Farbigkeit, Spaltigkeit) unterscheiden müssen. Sie enthalten Text und Werbung Dritter. Sie sind grundsätzlich mit einem eigenen Impressum zu versehen. Das Advertorial kann durch den Verlag mit dem Wort „Anzeige“ ohne Rücksprache gekennzeichnet werden. Der Verlag behält sich die Veröffentlichung nach Vorlage eines verbindlichen Muster vor sowie das Recht, bei besonderen Publikationen Sonderpreise festzusetzen. Dem Verlag ist das Advertorial mindestens 10 Werkzeuge vor Druckunterlagenschluss zur Prüfung und Billigung vorzulegen.

Verlag

Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH

Grafenberger Allee 293
40237 Düsseldorf
Postfach 101102
40002 Düsseldorf

Gesamtleitung Media Marketing Sandro Cristofoli

Tel. (02 11) 8 87-14 80
Fax (02 11) 8 87-1500
E-Mail: fz.rws@fachverlag.de

Anzeigenleitung

Ralf Pötzsch

Tel. (02 11) 8 87-14 90
Fax (02 11) 8 87-1500
E-Mail: fz.rws@fachverlag.de

Crossmediasales

Simone Färber

Tel. (02 11) 887-1596
Fax (02 11) 8 87-1500
E-Mail: fz.rws@fachverlag.de

Bernd Erbes

Tel. (02 11) 8 87-15 25
Fax (02 11) 8 87-15 00
E-Mail: fz.rws@fachverlag.de

Referent Mediasolutions

Jochen Kolb

Tel. (02 11) 887-1493
Fax (02 11) 887-1500
E-Mail: fz.rws@fachverlag.de

Disposition

Beate Dohmen

Tel. (02 11) 8 87-14 87
Fax (02 11) 8 87-1500
E-Mail: fz.rws@fachverlag.de