

# Media-Informationen

Organisations**Entwicklung**

2012

## Organisations**Entwicklung**

ist die führende Zeitschrift für Unternehmensentwicklung und Change Management.

**FACHVERLAG**  
Verlagsgruppe Handelsblatt



[www.zoe.ch](http://www.zoe.ch)

# OrganisationsEntwicklung

Zeitschrift für Unternehmensentwicklung und Change Management

**Erscheinungsort:**

Düsseldorf

**Preisliste Nr. 16**

**Gültig ab 1. Januar 2012**

**Fachrichtung:**

Organisationsentwicklung



**Verbreitung je Auflage**

**6.250 Exemplare (2. Quartal 2011)**

**Format:** DIN A4, 210 mm breit x 297 mm hoch

**Satzspiegel:** 175 mm breit x 265 mm hoch

**Druckanschnitt:** 216 mm breit x 303 mm hoch

## Anzeigenpreise:

Format	sw (Euro)	4c /Euro
1/1 Seite	1.135,00	1.850,00
1/2 Seite hoch	765,00	1.480,00
1/2 Seite quer	765,00	1.480,00
1/3 Seite hoch	615,00	1.220,00
1/3 Seite quer	615,00	1.220,00
1/4 Seite hoch	495,00	1.150,00
1/4 Seite quer	495,00	1.150,00

mm-Anzeigen: pro mm hoch x 85 mm breit 3,70 Euro

## Anzeigenformate:

Format	Satzspiegel	Breite x Höhe in mm
1/1 Seite	175 x 265	
1/2 Seite quer	175 x 130	
1/2 Seite hoch	85 x 265	
1/3 Seite quer	175 x 88	
1/3 Seite hoch	55 x 265	
1/4 Seite quer	175 x 65	
1/4 Seite hoch	85 x 130	

**Anschnitt** 1/1 Seite 210 mm breit x 297 mm hoch

**Mindestgröße:** zzgl. Beschnittzugabe je 3mm oben,  
unten, links und rechts

## Beilagen:

Höchstformat: 200 mm breit x 280 mm hoch  
Mindestformat: 105 mm breit x 148 mm hoch  
Preis bis 25 g (nicht rabattfähig) pro Tsd.: Euro 245,00  
bis 30 g pro Tsd.: Euro 270,00  
je weitere 5 g pro Tsd.: Euro 30,00  
Posthandlingsgebühr (ab 26 g) pauschal Euro 100,00

## Beihefter:

2-seitig Euro 1.690,00  
4-seitig Euro 3.170,00  
Unbeschnitt. Format: 216 mm breit x 303 mm hoch  
(6 mm Kopfbeschnitt, je 3 mm unten, außen und im Bund)  
Beschnitt. Endformat: 210 mm breit x 297 mm hoch.  
Die Anlieferung ist im unbeschnittenen Format erforderlich.

Laut postalischer Vorschrift müssen alle Seiten eines  
Beihefters bedruckt sein und dürfen keine Paginierung tragen.

Mindestgewicht: mehrseitiger Beihefter 90 g/qm.

## Beikleber:

Kosten für beigelebte Postkarten in  
ganzseitigen Anzeigen (Gesamtauflage)  
(nicht rabattfähig) Euro 1.480,00

zuzüglich Postgebühren  
Format: 105 mm breit x 148 mm hoch  
Andere Formate nur nach Anfrage mit Muster.

**Versandanschrift:** Sächsisches Druck- u. Verlagshaus AG  
**für Beilagen,** Tharandter Straße 23-27, D-01159 Dresden  
**Beihefter und** mit dem deutlich sichtbaren Hinweis „für Objekt  
**Beikleber** Organisationsentwicklung Ausgabe . . .“

3 Muster vorab an Anzeigenabteilung des Verlages erbeten.

**Vorzugsplätze:** 2. Umschlagseite (4c) Euro 1.940,00

**Chiffre-Gebühr:** Euro 10,00

**Sonderfarben:** je Farbe Euro 390,00

**Stellenangebote:** Rabatt 10%

**Stellengesuche:** Rabatt 50%

**Druckunterlagen:** Benötigt werden EPS- oder TIF-Dateien und die verwendeten Schriften (außer Standardschriften Helvetica, Times, Univers oder Futura). Alle verwendeten Schriften und Schriftschnitte müssen im Auftrag einzeln aufgeführt sein. Sind in der Anzeige Grafiken oder Scans platziert, müssen diese Importe unbedingt beigefügt sein. Die Grafik oder Bilddateien im Originalprogramm sind zusätzlich separat auf Datenträger zu speichern. Achtung: Dateien dürfen nicht in geschlossenen PostScript-Files abgespeichert sein.

**Druckverfahren:** Bogenoffset

**Verarbeitung:** Klebebindung

**Belege:** bis zu 3 Vollbelege kostenlos

---

Alle Preise zuzüglich Mehrwertsteuer.

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften.

**Verlag:** Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH  
Grafenberger Allee 293  
D-40237 Düsseldorf  
Postfach 10 11 02  
D-40002 Düsseldorf  
Telefon: 0049 (0)2 11/8 87-10 38  
Fax: 0049 (0)2 11/8 87-15 00

**Erscheinungsweise:** 4 mal jährlich: Januar, April, Juli, Oktober

**Anzeigenschluss:** 4 Wochen vor Erscheinungstermin

**Druckunterlagen:** 3 Wochen vor Erscheinungstermin

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

**Nachlässe:** Mengenstaffel Malstaffel

3 Seiten = 5% 2 mal = 3%

4 Seiten und mehr pro Jahr = 10% 4 mal = 5%

**Rücktrittsrecht:** Für Anzeigen, Beilagen, Beihefter zum Anzeigenschluss, Beikleber 6 Wochen vor Erscheinen.

# OrganisationsEntwicklung

Zeitschrift für Unternehmensentwicklung und Change Management

Media-  
Informationen  
2012

Preisliste Nr. 16  
Gültig ab 1. Januar 2012

Terminplan und  
Redaktionsprogramm 2012

Heft-Nr.	Erscheinungstermin	Schwerpunktthema	Kongresse/Ausstellungen	Anzeigenschluss	Druckunterlagen
1	20.01.2012	<b>Unternehmen Vertrauen</b> Zwischen Freiraum und Kontrollzwang	<b>CeBit 2012,</b> 06.03. - 10.03.2012, Hannover  <b>PERSONAL 2012,</b> 09. - 10.05.2012, Hamburg 24. - 25.04.2012, Stuttgart	15.12.2011	19.12.2011
2	20.04.2012	<b>Kreativität im Change Management</b> Mit Design Thinking Organisationen verändern		19.03.2012	22.03.2012
3	20.07.2012	<b>Aus innerer Überzeugung</b> Lernen von leidenschaftlichen Organisationen	<b>Zukunft Personal,</b> 25. - 27.09.2012, Köln	25.06.2012	28.06.2012
4	19.10.2012	<b>Kraft des Träumens in Organisationen</b> Strategie und Visionsarbeiten beim Change Management		17.09.2012	20.09.2012

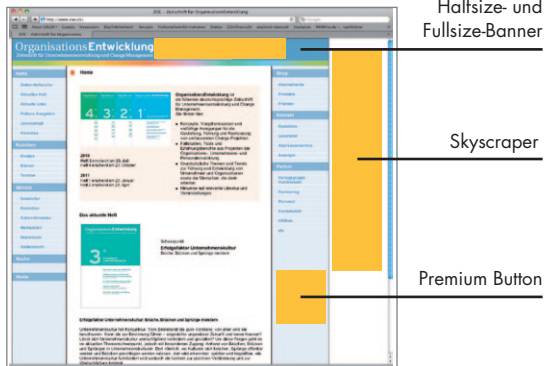
# OrganisationsEntwicklung-Online

Die Mediaqualität von OrganisationsEntwicklung können Sie auch online nutzen. Als perfekte Ergänzung zu Ihrer Printanzeige platzieren Sie Ihre Werbung auf [www.zoe.ch](http://www.zoe.ch). Steigern Sie die Kraft Ihrer Printkampagne durch die crossmediale Kombination mit dem modernen Online-Angebot von OrganisationsEntwicklung.

## [www.zoe.ch](http://www.zoe.ch)

ist die Online-Version zu OrganisationsEntwicklung, dem Monatstitel für den gesamten Bereich der Entwicklung von Organisationen und Change Management. OE-Online hält auf dem Laufenden und informiert kompetent über aktuelle Entwicklungen, die im täglichen Geschäft Einsatz finden, aber auch für strategische Neuorientierung benötigt werden.

**Zielgruppe:** Entscheidungsträger in Unternehmen und Verwaltungen mit umfassenden Kompetenzen für die Gestaltung betrieblicher und organisatorischer Veränderungsprozesse.



## Preise 2012 (zzgl. MwSt.)

Festpreis pro Kalenderwoche bei garantierten 2.500 Page-Impressions/KW

Halfsize-Banner	234 x 60	25 KB	100 Euro
Fullsize-Banner	468 x 60	40 KB	145 Euro
Skyscraper	150 x 600	60 KB	230 Euro
Premium Button	150 x 150	40 KB	129 Euro
Flash Layer	400 x 400	90 KB	285 Euro

## Sonderformate

- **Wallpaper:** Ihre Werbung – mehr als nur eine Randerscheinung. Großflächig umrahmen Wallpaper den redaktionellen Inhalt und unterstützen Ihre brandingstarke Kommunikation.  
Umsetzung und Preis: auf Anfrage
- **Expanding Ads:** Grenzenlose Kommunikation – ausführbare Werbeformen erhöhen die Leistungsfähigkeit klassischer Werbeformate durch die Veränderung der Motivgröße entsprechend der User-Interaktion.  
Aufpreis zur gebuchten Standardwerbeform: 20 Prozent

Neu: Brandaktuell, fachlich kompetent und ganz exklusiv – die Onsite-Specials auf ZOE-Online bieten Ihnen die Möglichkeit, Themenschwerpunkte, die in Anlehnung an OrganisationsEntwicklung-Print geplant werden, crossmedial mit Ihrer Online-Werbung zu begleiten. Ob als Sponsor oder mit klassischen Kampagnen – in jedem Fall schaffen Sie ein modernes, glaubwürdiges und anhaltend positives Image. Onsite-Specials werden auf Ihren Wunsch hin und mit Ihnen konzipiert.

# OrganisationsEntwicklung

Zeitschrift für Unternehmensentwicklung und Change Management

Media-  
Informationen  
2012

1

Redaktion/Verlag  
Umfangs-Analyse  
Inhalts-Analyse

Preisliste Nr. 16  
Gültig ab 1. Januar 2012

**Kurzcharakteristik:** Die OrganisationsEntwicklung ist die führende, auf Fragen der Organisation- und Unternehmensentwicklung und Change Management spezialisierte Zeitschrift. Konzepte, Vorgehensweisen und praktische Hinweise für Gestaltung und Umsetzung von Veränderungsprozessen. Kritisch reflektierte Erfahrungsberichte und Fallstudien aus vielen Anwendungsfeldern.

**Zielgruppe:** Geschäftsführer, Leiter Unternehmensentwicklung, Leiter Unternehmensorganisation, Leiter Unternehmensplanung/-steuerung, Leiter Organisationsentwicklung, Personalleiter, Leiter Personalentwicklung, Unternehmensberater, Personalberater, Projektleiter in Change Projekten, Seminarleiter, Executive Coaches und Trainer, Professoren und Studierende in den Bereichen Management, Organisation, Wirtschaftspsychologie

**Redaktion:** OrganisationsEntwicklung  
Redaktionsbüro  
Katharina Rockinger  
Postfach 15 05 06  
D-80044 München  
Telefon: 00 49 (0) 89/71 99 88 52  
Fax: 00 49 (0) 89/71 99 88 51  
E-Mail: zoe.redaktion@fachverlag.de  
www.zoe.ch

**Anzeigen:** Telefon: 00 49 (0) 2 11/8 87-14 72

**Jahrgang/Jahr:** 31. Jahrgang 2012

**Erscheinungsweise:** 4-mal jährlich

**Verlag:** Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH  
Postfach 10 11 02, D-40002 Düsseldorf

**Telefon:** 00 49 (0) 2 11/8 87-10 38

**Fax:** 00 49 (0) 2 11/8 87-15 00

**E-Mail:** fz.rws@fachverlag.de

**Internet:** www.zoe.ch

**Erscheinungs-/  
Themenplan:** siehe Redaktionsprogramm

**Bezugspreis:** Jahresabonnement: 70,- Euro  
Einzelausgabe: 17,50 Euro  
zzgl. Porto und Verpackung

**Umfangs-Analyse  
2011:** nicht erhoben

**Inhalts-Analyse des  
Redaktionsteils:** nicht erhoben

### Auflagenkontrolle:



**Auflagen-Analyse:** Exemplare pro Ausgabe im Durchschnitt  
Zeitraum 1.1.2011–30.06.2011

**Druckauflage:** 8.000 Exemplare

**Tatsächlich  
verbreitete  
Auflage:** 6.076 Exemplare

4.181 Abonnierte Exemplare  
5 sonstiger Verkauf

**Verkaufte Auflage:** 5.033

**Freistücke:** 1.043 Exemplare

### Geografische Verbreitungs-Analyse:

Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage		
Wirtschaftsraum	%	Exemplare
Deutschland	77,30	4.831
Schweiz	12,00	750
Österreich	8,67	542
übriges Ausland	2,03	127
<b>tatsächlich verbreitete Auflage (TVA)</b>	<b>100,00</b>	<b>6.250</b>

Stand: 2. Quartal 2011

# 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 Annahmeerklärung 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, Matern 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 Auftrages 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 Probeabzuges 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 Anzeigenschlusstermin 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.
- betragt.

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 Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich 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 Werbungsmittel 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 Mittlervergütung 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 als 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 zugelieferten 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 Gegendarstellungen 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.

## Media-Informationen

## Ihre Ansprechpartner

## 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

**Martina Kosch**

Tel. (02 11) 887-1472  
Fax (02 11) 8 87-1500  
E-Mail: fz.rws@fachverlag.de

## Media Disposition

**Beate Dohmen**

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