



MEDIADATEN 2010/2011

Anzeigenpreisliste gültig ab Januar 2010

NEUES LAYOUT SEIT
AUSGABE 01/2010!

 **BVMW**
Bundesverband
mittelständische Wirtschaft
Unternehmerverband Deutschlands e.V.

Wer die Entscheider im Mittelstand erreichen will, schaltet hier!

Mit Ihrer Anzeige im BVWM-Unternehmermagazin sprechen Sie zielgenau die Unternehmer und Führungskräfte im Mittelstand an. Und das 6 Mal pro Jahr mit einer Druckauflage von jeweils 30.000 Exemplaren!

„Der Mittelstand“ ist das moderne Unternehmermagazin des Bundesverbandes mittelständische Wirtschaft (BVMW). Mit dem Themenschwerpunkt Wirtschaftspolitik (Deutschland/EU/International) und einem umfangreichen Serviceteil bedient es praxisnah und unternehmerorientiert alle relevanten Segmente der mittelständischen Wirtschaft.

Mit aktuellen, pointierten und verständlichen Beiträgen zu den Bereichen Personalführung, Mittelstandsfinanzierung, Recht und Steuern, Marketing sowie unternehmensnahe Dienstleistungen sichert „Der Mittelstand“ seinen Lesern einen echten Informationsvorsprung. Damit trägt das Magazin in erheblichem Maße zum betriebswirtschaftlichen Erfolg kleiner und mittlerer Unternehmen in Deutschland bei.

Im Frühjahr 2003 erschien die erste Ausgabe von „Der Mittelstand“ – heute gehört es zu den führenden Magazinen seiner Art in Deutschland. Damit es noch lesefreundlicher wird, wurde das Layout Anfang 2010 komplett überarbeitet.

Der Mittelstand: Ihr erfolgreicher Werbeträger

Druckauflage von 30.000 Exemplaren – und das 6 Mal pro Jahr:

Dadurch erreichen Sie mit Ihrer Anzeige oder Beilage bundesweit mittelständische Unternehmer aus allen Branchen sowie Entscheidungsträger aus Politik und Wirtschaft auf Bundes- und Landesebene, z. B. alle Abgeordneten des Deutschen Bundestages.

Keine Streuverluste in Ihrer Zielgruppe:

Mit „Der Mittelstand“ sprechen Sie zielgenau die Entscheider des unternehmerischen Mittelstandes an.

Hohe Leserbindung, da praxisnah und unternehmerorientiert:

„Der Mittelstand“ ist genau auf die Interessen im Mittelstand zugeschnitten und wird daher von den BVMW-Mitgliedern gerne gelesen. Der ausgewogene Themenmix aus Wirtschaftspolitik, Serviceteil und regionalen Berichten sorgt für eine überdurchschnittlich hohe Leserbindung.

Der Mittelstand.

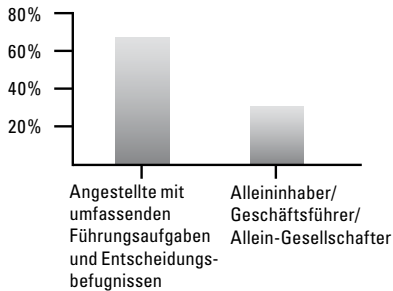
MEDIADATEN 2010/2011

Anzeigenpreisliste gültig ab Ausgabe 1/2010 (Stand I. Quartal 2010)

Mobile Premium-Zielgruppe mit Entscheidungskompetenz

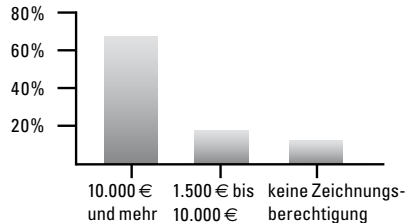
Hohe berufliche Stellung

Die Leser des Magazins „Der Mittelstand“ sind zum Großteil leitende Angestellte mit umfassenden Führungsaufgaben und Entscheidungsbefugnissen, gefolgt von Alleininhabern, Geschäftsführern und selbständigen Unternehmern.

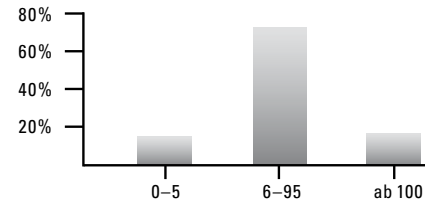


Große Kompetenz

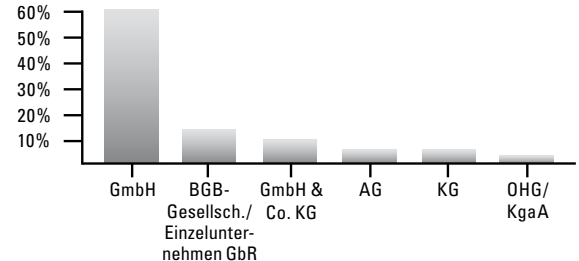
Die Mehrheit der Leser des BVMW-Magazins „Der Mittelstand“ hat unbegrenzte Entscheidungsbefugnisse bzw. kann über Beträge ab 10.000,- Euro entscheiden.



Beschäftigung (Mitarbeiter)



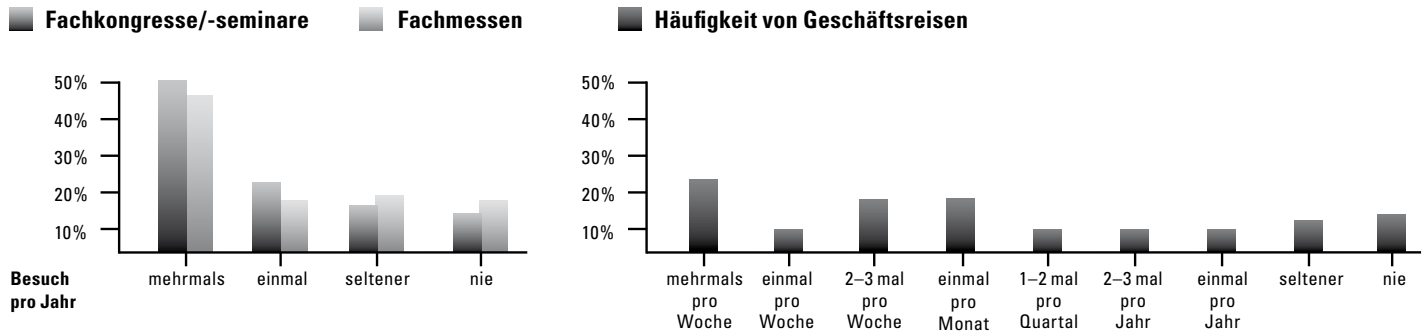
Unternehmensformen



Mobile Premium-Zielgruppe mit Entscheidungskompetenz

Starke Mobilität

Die Leser des BVMW-Magazins sind ausgesprochen häufig auf Geschäfts- oder Informationsreisen: Gut zwei Drittel der Entscheidungsträger gehen regelmäßig auf Geschäftsreisen, 22 Prozent sogar mehrmals in der Woche. Die Hälfte besucht mehrmals im Jahr Fachmessen, -kongresse und -seminare. Sie nutzen dabei überwiegend Firmen- oder Dienstwagen der Ober- und Mittelklasse (61%) oder den Flugverkehr (30%). Bei Übernachtungen werden Hotels der mittleren bis gehobenen Preisklasse bevorzugt.



(Quelle: Umfrage der Agentur elsweyer+hoffmann im Juli 2007 im Auftrag des Bundesverbandes mittelständische Wirtschaft)

Der Mittelstand.

MEDIADATEN 2010/2011

Anzeigenpreisliste gültig ab Ausgabe 1/2010 (Stand I. Quartal 2010)

Auflage:

Druckauflage 30.000



2 / 2010

Abonnement:

Ein Bezug von „Der Mittelstand“ ist auch im Abonnement möglich. Im Abo erfolgt eine Freiauslieferung. Es bietet die Möglichkeit, alle Ausgaben des Magazins fortlaufend zu erhalten und damit keine Ausgabe zu verpassen (Abo/Jahr 35,40 € inkl. Versand).

Erscheinungsweise:

Das Magazin erscheint jährlich mit sechs Ausgaben.

Herausgeber:

Bundesverband mittelständische Wirtschaft Unternehmerverband Deutschlands e.V.
Präsident Mario Ohoven
Mosse Palais · Leipziger Platz 15 · 10117 Berlin
www.bvmw.de

Redaktion:

Chefredakteur: Eberhard Vogt
Redakteure: Frithjof Siebert, Karlheinz Stöckner

Verlag:

mattheis. werbeagentur gmbh
Saarbrücker Str. 36 · 10405 Berlin
Telefon: 030 / 34 80 633 - 0 · Fax: 030 / 34 80 633 - 33
E-Mail: info@mattheis-berlin.de · www.mattheis-berlin.de

Der Mittelstand.

MEDIADATEN 2010/2011

Anzeigenpreisliste gültig ab Ausgabe 1/2010 (Stand I. Quartal 2010)

Anzeigenvertrieb und Anschrift für Versand von Anzeigendaten:

mattheis. werbeagentur gmbh
Telefon: 030 / 34 80 633 - 0 · Fax: 030 / 34 80 633 - 33
E-Mail: bvmw-anzeigen@mattheis-berlin.de

Rabatte (auf Netto-Gesamtsumme):

Bitte beachten Sie, dass kein
Anspruch auf rückwirkende
Rabattierung aus der Mal- und
Mengenstaffel besteht, außer bei
kurzfristigen Schaltungen in Folge.

Malstaffel		Mengenstaffel	
ab 3 Anzeigen	5 %	ab 3 Seiten	3 %
ab 6 Anzeigen	10 %	ab 6 Seiten	7 %
ab 9 Anzeigen	15 %	ab 9 Seiten	12 %
ab 12 Anzeigen	20 %	ab 12 Seiten	16 %

Agenturvergütung:

15 %

Aufschläge:

Konkurrenzausschluss zzgl. 10 %

Rechnungsanschrift:

BVMW Servicegesellschaft mbH
Mosse Palais · Leipziger Platz 15 · 10117 Berlin

Der Mittelstand.

MEDIADATEN 2010/2011

Anzeigenpreisliste gültig ab Ausgabe 1/2010 (Stand I. Quartal 2010)

Zeitschriftenformat:

DIN A4

210 x 297 mm beschnitten, 216 x 305 mm unbeschnitten

Beschnitt außen 3 mm, am Kopf 5 mm

Satzspiegel: 186 mm breit, 233 mm hoch

2 Spalten à 91 mm bzw. 3 Spalten à 59 mm

Druck- und Bindeverfahren,

Druckunterlagen:

Offsetdruck, Heftbindung. Druckunterlagen werden ausschließlich als druckfähige PDF-Datei angenommen.

Druckunterlagen:

Daten: PDF druckfähig und hoch aufgelöst. Farben: cyan, magenta, yellow, schwarz (EUROSKALA).

Für eine einwandfreie Druckqualität sollten Ihre Halbtonebilder mit mind. 300 dpi gescannt werden.

Für Strich-Abbildungen sind 1200 dpi (mind. 600 dpi) erforderlich. Alle verwendeten Bildelemente dürfen nicht komprimiert sein (keine offenen Dokumente, z. B. Büroanwendungen).

Eingebundene Farbbilder nur im CMYK-Modus, nicht im RGB-Modus, kein DCS2-Format, keine JPEG-Komprimierung.

Schriften:

Fügen Sie bitte alle Zeichensätze, auch Logo- und Zeichen-Fonts, bei. Zusammengehörige Dateien (Layout-, Bild-, Schrift-Dateien) müssen sich immer innerhalb eines Verzeichnisses/Ordners befinden.

Eine Überprüfung eingehender Daten wird von uns binnen eines Arbeitstages gewährleistet.

Bei nicht korrekten Daten/Dateien werden Sie bzw. der uns genannte Ansprechpartner umgehend unter der uns übermittelten Telefonnummer benachrichtigt.

Der Mittelstand.

MEDIADATEN 2010/2011

Anzeigenpreisliste gültig ab Ausgabe 1/2010 (Stand I. Quartal 2010)

Termine & Schwerpunktthemen:

Ausgabe	Erscheinungstag	Anzeigenschluss	Schwerpunktthemen
05/10	15.10.2010	01.10.2010	Bildung, Fachkräfte, Arbeitsmarkt
06/10	15.12.2010	01.12.2010	Löhne, Abgaben, Subventionen
01/11	17.02.2011	04.02.2011	Innovation, Forschung, Technologie
02/11	15.04.2011	01.04.2011	Globalisierung, Nachhaltigkeit, Fairer Handel
03/11	15.06.2011	01.06.2011	Steuern, Recht, Finanzen
04/11	15.08.2011	02.08.2011	Auto, Umwelt, Energie
05/11	17.10.2011	04.10.2011	Bildung, Fachkräfte, Arbeitsmarkt
06/11	15.12.2011	02.12.2011	Löhne, Abgaben, Subventionen

Regelmäßige Rubriken in jeder Ausgabe:

Travel- und Eventmanagement

Alles rund um das Thema Geschäfts-, Incentive- und Seminarreisen, z. B. mit Porträts von Hotels und Destinationen, Informationen über Reise- und Mietwagenanbieter u. v. m.

Büroorganisation und -einrichtung

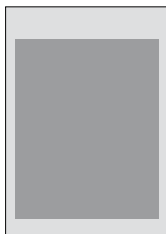
Praxistipps und Produktinformationen zu allem, was das Arbeiten schöner, einfacher und ergonomischer macht, z. B. Büromöbel, Organisationshilfen, Ordnungs- und Ablagesysteme u. v. m.

Der Mittelstand.

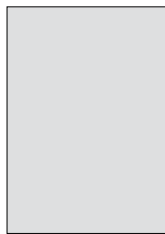
MEDIADATEN 2010/2011

Anzeigenpreisliste gültig ab Ausgabe 1/2010 (Stand I. Quartal 2010)

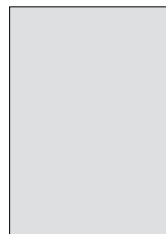
Anzeigenformate:



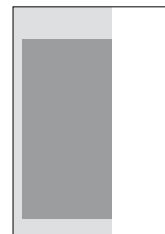
1/1 Seite
Satzspiegel 186 x 233 mm
Anschnitt 210 x 297 mm
Listenpreis 2.900,00 €



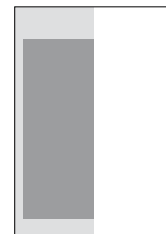
2. und 3. Umschlagseite
Anschnitt 210 x 297 mm
Listenpreis 4.900,00 €



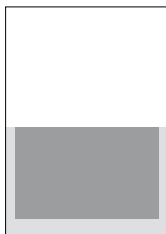
4. Umschlagseite
Anschnitt 210 x 297 mm
Listenpreis 5.720,00 €



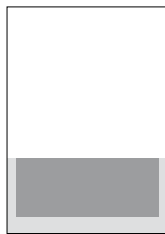
2/3 Seite senkrecht
Satzspiegel 122,5 x 233 mm
Anschnitt 134,5 x 297 mm
Listenpreis 1.950,00 €



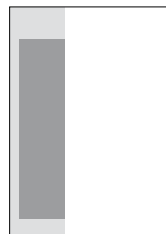
1/2 Seite senkrecht
Satzspiegel 91 x 233 mm
Anschnitt 103 x 297 mm
Listenpreis 1.460,00 €



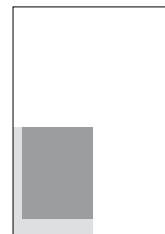
1/2 Seite waagrecht
Satzspiegel 186 x 118,5 mm
Anschnitt 210 x 140,5 mm
Listenpreis 1.460,00 €



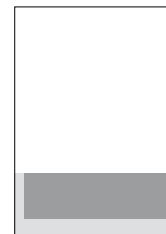
1/3 Seite waagrecht
Satzspiegel 186 x 76,5 mm
Anschnitt 210 x 98 mm
Listenpreis 980,00 €



1/3 Seite senkrecht
Satzspiegel 59 x 233 mm
Anschnitt 71,5 x 297 mm
Listenpreis 980,00 €



1/4 Seite senkrecht
Satzspiegel 91 x 118,5 mm
Anschnitt 103 x 140,5 mm
Listenpreis 730,00 €

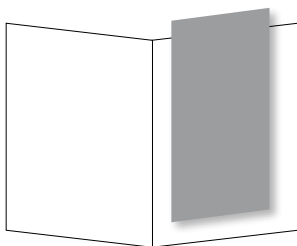


1/4 Seite waagrecht
Satzspiegel 186 x 59,5 mm
Anschnitt 210 x 81,5 mm
Listenpreis 730,00 €

Abweichende Formate, Mengen, Sonderfarben und Sonderproduktionen auf Anfrage.

Preise zzgl. gesetzlicher
Mehrwertsteuer.

Sonderwerbeformen:



Beilagen / Flyer bis max. 20g
Höchstformat: DIN A4 210 x 297 mm
Minimalformat: DIN A6 (Postkartenformat)

Preis pro Tausend,
Vollbelegung
Listenpreis 180,00 €

Preis pro Tausend,
Teilbelegung nach Nielsen-Gebieten
Listenpreis 220,00 €

Zuschlag Beilage je 10g über Maximalgewicht:
Vollbelegung 15,00 €
Teilbelegung 18,00 €

Beilagen sind verarbeitungsfertig angelieferte Printprodukte, die dem Magazin lose beigelegt werden.

Einhefter sind auf Anfrage möglich.

Der Auftrag für Sonderwerbeformen muss spätestens bis zum ersten Werktag des Erscheinungsmonats vorliegen. Anlieferungs-termin: 4 Tage vor Erscheinungstermin.

Die Vorlage eines Musters ist bei Auftragserteilung erwünscht.

Weitere Werbemaßnahmen und Kooperationsmodelle sind möglich nach Absprache mit der Marketingabteilung des BVMW.



Tip-On-Karte/Postkarte
Beikleben nur in Verbindung mit einer ganzseitigen Trägeranzeige möglich.

Format: 148 x 105 mm

Preis pro Tausend (nur Vollbelegung)
Listenpreis 180,00 €

Alle Preise verstehen sich einschließlich Portoanteil und zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Der Mittelstand.

MEDIADATEN 2010/2011

Anzeigenpreisliste gültig ab Ausgabe 1/2010 (Stand I. Quartal 2010)

Geografische Verbreitung:

Gebiet	%	Absolut
Nielsen Gebiet I (Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein, Niedersachsen)	10	3.000
Nielsen Gebiet II (Nordrhein-Westfalen)	26,7	8.000
Nielsen Gebiet IIIa (Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland)	7,7	2.300
Nielsen Gebiet IIIb (Baden-Württemberg)	5,5	1.650
Nielsen Gebiet IV (Bayern)	4,3	1.300
Nielsen Gebiet V (Berlin)	4	1.200
Nielsen Gebiet VI (Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt)	14	4.200
Nielsen Gebiet VII (Thüringen, Sachsen)	20	6.000
Bundespressekonferenz, Deutscher Bundestag, Eigenverteilung, Belegexemplare	7,3	2.200
Archiv	0,5	150
Druckauflage	100	30.000

Stand: III. Quartal 2009 (Zahlenwerte gerundet)

Der Mittelstand.

MEDIADATEN 2010/2011

Anzeigenpreisliste gültig ab Ausgabe 1/2010 (Stand I. Quartal 2010)

Allgemeine Geschäftsbedingungen:

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) von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in dem Magazin „Der Mittelstand“ zum Zweck der Verbreitung.

2. Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung einer oder 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 keine gegenteilige Regelung vereinbart 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, dem Verlag den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass 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. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

5. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

6. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen – 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, deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist. Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells und dessen Billigung bindend. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber baldmöglichst mitgeteilt.

7. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig zum Druckunterlagenschluss anzuliefern.

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

9. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn dies 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 oder die Veröffentlichung des anderen Werbemittels ge-

Der Mittelstand.

MEDIADATEN 2010/2011

Anzeigenpreisliste gültig ab Ausgabe 1/2010 (Stand I. Quartal 2010)

Allgemeine Geschäftsbedingungen:

stellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels 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 Eingang von Rechnung und Beleg 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.

10. 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 Druckunterlagenschluss oder innerhalb einer zwischen den Parteien vereinbarten Frist mitgeteilt werden.

11. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

12. Die Rechnung ist innerhalb von 14 Tagen 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. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen 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, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

14. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Auftrages 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.

15. Erfüllungsort ist Berlin. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand Berlin. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz.

16. Preisänderungen für erteilte Aufträge sind gegenüber Unternehmern wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.

Allgemeine Geschäftsbedingungen:

17. 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 Auftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. 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. 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 zu 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. Zusätzliche Geschäftsbedingungen für die digitale Übermittlung von Druckunterlagen für Anzeigen:

a) Digitale Druckvorlagen sind solche, welche per Datenträger (z. B. Disketten, Cartridges, CD-ROMs), direkt oder indirekt per Fernübertragung papierlos übermittelt werden.

b) Unerwünschte Druckresultate (z. B. fehlende Schriften, falsche Rasterweite), die sich auf eine Abweichung des Kunden von den Empfehlungen des Verlages zur Erstellung von Druckunterlagen zurückführen lassen, führen zu keinem Preiserminderungsanspruch.

c) Bei Übermittlung von mehreren zusammengehörenden Dateien hat der Kunde dafür Sorge zu tragen, dass diese Dateien innerhalb eines gemeinsamen Verzeichnisses (Ordner) gesendet bzw. gespeichert werden.

d) Digital übermittelte Druckvorlagen für Farbanzeigen können nur mit einem auf Papier gelieferten Farb-Proof zuverlässig verarbeitet werden. Ohne Farb-Proof sind Farbabweichungen unvermeidbar, die deshalb keinen Preiserminderungsanspruch auslösen können. In jedem Fall ist ein Ausdruck per Fax an die Druckerei zu senden, um die sachliche Richtigkeit überprüfen zu können. Ein Korrekturfax muss vom Kunden ausdrücklich angefordert werden. Nur bei richtiger Farbanpassung ist eine farblich richtige Umsetzung in üblichen Toleranzen gewährleistet.

e) Werden digital übermittelte Druckvorlagen per Datenträger an den Verlag übermittelt, werden diese nur auf besonderen Wunsch an den Kunden zurückgeschickt.

f) Der Kunde hat vor einer digitalen Übermittlung von Druckvorlagen dafür Sorge zu tragen, dass die übermittelten Dateien frei von evtl. Computerviren sind. Entdeckt der Verlag auf einer ihm übermittelten Datei Computerviren, wird diese Datei sofort gelöscht, ohne dass der Kunde hieraus Ansprüche geltend machen kann. Der Verlag behält sich zudem vor, den Kunden auf Schadenersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Kunden infiltrierten Computerviren dem Verlag Schäden entstanden sind.