

Sicherheits- Berater

Informationsdienst zur Sicherheit in Wirtschaft und Verwaltung

- **Charakteristik**
- **Mediainformationen**
- **Print: Anzeigenformate und Preise**
- **Online: Werbeformate und Preise**
- **Herausgeber und Verlag**
- **AGB**

Sicherheits-Berater • TeMedia Verlags GmbH
Alte Heerstraße 1 • 53121 Bonn, Deutschland
Telefon: +49(0)228 96293-88 • Telefax: +49(0)228 96293-90
E-Mail: info@sicherheits-berater.de • Internet: www.sicherheits-berater.de

Mediadaten 2012

– jetzt PRINT + ONLINE –



Redaktionskonzept

Im Vordergrund steht die Nutzenorientierung der Information. Wir legen daher Wert auf eine gute Themenmischung. Unsere Abonnenten, die den **Sicherheits-Berater** als Printmedium und / oder online lesen, sollen nicht nur die Informationen bekommen, die sie brauchen. Sie sollen sie auch wiederholt und schnell nutzen können.

Unser Hauptaugenmerk legen wir auf die checklistenartig aufgebaute Information und den Praxis-Tipp. Ohne lange verbindende Texte, dafür mit vielen, straff formulierten Anregungen. Der Aufsatz steht nicht im Mittelpunkt, außer wenn es sich wirklich um Grundsätzliches handelt.

Praktische Hilfe zur Prävention ist das Ziel. Fälle, über die wir berichten, werden in Problem- und Maßnahmandarstellung strukturiert. Ziel ist es, Nutzen aus den Ereignissen zu ziehen und aus den Erfahrungen anderer zu lernen, um diese nicht selbst machen zu müssen.

Die redaktionelle Qualität des **Sicherheits-Berater** hat zu einer hohen Akzeptanz bei seinen Lesern geführt. Und das seit 1974. Der **Sicherheits-Berater** wird nicht von reinen Journalisten gemacht, sondern von Praktikern der VON ZUR MÜHLEN'SCHE GmbH, der in Deutschland ältesten und führenden Sicherheitsberatung, sowie ihrem Geschäftsbereich Ingenieurplanung RZ-Plan. Hier fließen internationale Erfahrung aus hunderten von Sicherheitsanalysen für Industrie und Verwaltung, Planungen von hochverfügbaren Rechenzentren, aus Werkschutzberatungen und Sicherheitskonzepten aller Art erkennbar in die Redaktionsarbeit ein.

Themen

- Werkschutz und Objektschutz
- IT- und TK-Sicherheit
- Hochverfügbarkeit von Infrastrukturen
- RZ-Planung und EDV-Revision
- Sicherheit durch Technik
- Arbeitsschutz
- Brandschutz
- Bankensicherheit
- Aktuelle Warnungen
- Hintergrundinformationen
- Revision
- Spionage / Wirtschaftsspionage
- Rechtsfragen, Berichte über Urteile, Konsequenzen, Haftungsprobleme

Struktur Online Ausgabe (www.sicherheits-berater.de)

- Themen-Kanäle
- Schwerpunktheft
- Archiv
- Aktuelles
- Metadaten
- Abonnement

Erscheinungsweise

Seit über 35 Jahren (genau seit dem 1. September 1974) erscheint der **Sicherheits-Berater** zweimal monatlich jeweils am 1. und 15. des Monats. Zwei Ausgaben eines Jahres erscheinen als Doppelhefte.

Auflagenhöhe

Standardausgaben: 2.100

Schwerpunktausgaben: 4.000

Termine

Die Anzeigen-/Druckunterlagenschlusstermine für Standardausgaben sind der 1. bzw. 15. jeden Monats, d.h. der Erscheinungstermin der vorangehenden Ausgabe.

Alle anderen, gegebenenfalls abweichenden Schlusstermine, sind der für das Kalenderjahr gültigen Liste „Themenschwerpunkte“ dieser Mediainformation zu entnehmen.

Themenschwerpunkte 2012

Ausgabe	Themenschwerpunkt/ Messen	Anzeigenschluss	Erscheinungstermin
1/2	Doppelausgabe Jahresinhaltsverzeichnis 2011	04.01.	15.01.
4	Schwerpunktausgabe Klimatisierung im Rechenzentrum CeBIT 2012, Hannover, 06. - 10.03.	01.02.	15.02.
9	Schwerpunktausgabe Türen: Verriegelungssysteme	15.04.	01.05.
	Sonderausgabe 2012 Videoüberwachung/CCTV Das Themenspecial „Videoüberwachung/CCTV mit umfassender Marktübersicht“ ist eine gemeinsame Publikation der MediaSec AG, Zürich (u.a. Herausgeber des SicherheitsForum) und der TeMedia GmbH, Bonn. Für diese Ausgabe gelten besondere Anzeigenformate und Preise (www.sicherheits-berater.de/mediadaten oder auf Anfrage).	03.05.	05.06.
16	Vorbericht SECURITY Essen, 25. - 28.09.	01.08.	15.08.
17	Schwerpunktausgabe Vorbericht, Hallenpläne, Ausstellerverzeichnis SECURITY Essen, 25. - 28.09.	15.08.	01.09.
18	Messeausgabe SECURITY Essen, 25. - 28.09.	01.09.	15.09.
23	Schwerpunktausgabe Krisenmanagement	15.11.	01.12.

Leserstruktur

Der **Sicherheits-Berater** wird von seinen Beziehern archiviert und 80% der Leser greifen auf frühere Ausgaben zurück, wenn sie ein Problem recherchieren. Wie wohl kein anderes Blatt der Branche ist der **Sicherheits-Berater** zudem ein klassisches Umlaufblatt. Durchschnittlich wird er von 6 bis 9 Mitlesern genutzt. Beidem wird durch die Online-Ausgabe noch mehr Rechnung getragen. Dadurch kann jeder Mitarbeiter des abonnierenden Unternehmens, der ein Passwort erhalten hat, die Quellen immer wieder nutzen.

Die faktische Zahl der Leser und der Bekanntheitsgrad des **Sicherheits-Berater** sind daher sehr hoch, teilweise höher als bei anderen Zeitschriften mit größeren Auflagen.

Erstleser sind zu etwa

- 45 % im Bereich IT- und TK-Sicherheit und deren organisatorischer und technischer Infrastruktur
- 45 % im Bereich der Objektsicherung (Werkschutz, Arbeitsschutz, Brandschutz, Hausverwaltung, FM oder direkt der Unternehmensleitung)
- 10 % Revision, Controlling oder Verantwortungsträger in Grenzbereichen der Sicherheit sowie Dienstleister (Wirtschaftsprüfer, Wach- und Sicherheitsunternehmen etc.).

Zu über 80% zählen die Erstleser zu den Entscheidungsträgern. Bei den Zweit- und Folgelesern im Firmenumlauf sind es immerhin noch mehr als 60%. Die verbleibenden ca. 35 bis 40% sind Entscheidungsvorbereiter oder für Entscheidungen in ihren Arbeitsgebieten Verantwortliche oder Beteiligte.

Die Zweit- und Folgeleser tragen in den jeweiligen Bezieherfirmen Sicherheitsverantwortung in den Bereichen:

1. IT, TK und Organisation
2. Werkschutz
3. Revision
4. Brandschutz, Werkfeuerwehr
5. Facility Management
6. Arbeitsschutz.

Preise

		Bezugspreis	Versand
Abonnement Inland	pro Jahr **	264,00 €	inklusive
Studentenabo	pro Jahr **	132,00 €	inklusive
Abonnement Ausland	pro Jahr *	252,00 €	18,50 €
Einzelheft		15,00 €	zuzüglich

Die Preise enthalten die gesetzliche Mehrwertsteuer.

* EU-Länder zzgl. Mehrwertsteuer.

** Abonnenten erhalten automatisch einen Account für den Zugang zum Online-Archiv des **Sicherheits-Berater**. Es werden alle Beiträge ab Beginn des Abonnements freigeschaltet. Weiter zurückliegende Jahrgänge können gegen Gebühr freigeschaltet werden.

USfIDNr.: DE 173 423 512

Buchhändlerabbatt: 15 %

ISSN 0344-8746

Kündigungsbedingungen:

Das Abonnement verlängert sich automatisch um ein Jahr, wenn es nicht spätestens mit einer Frist von vier Wochen zum Laufzeitende gekündigt wurde.

Anzeigenformate und Preise

Print: Anzeigenformate und Preise

Standardausgaben (Auflage: 2.100) und Schwerpunktausgaben ** (Auflage: 4.000)

Format	s/w	2c *	3c *	4c *
1/1 Seite	1.000,00 €	1.260,00 €	1.520,00 €	1.750,00 €
1/2 Seite	600,00 €	860,00 €	1.120,00 €	1.350,00 €
1/3 Seite	400,00 €	660,00 €	920,00 €	1.150,00 €
1/4 Seite	250,00 €	510,00 €	770,00 €	1.000,00 €
1/8 Seite	180,00 €	440,00 €	700,00 €	930,00 €
4. Umschlagseite				1.950,00 €

* = Euroskala

** = siehe Seite 3 'Themenschwerpunkte 2012'

**Für das Themenspecial » Videoüberwachung/CCTV«
gelten besondere Anzeigenformate und Preise!!**

Zuschläge (nicht rabattfähig)

je Sonderfarbe		260,00 €
Platzierung		200,00 €
Beihefter	4-seitig (unbeschnittenes Format 216 x 306 mm)	1.500,00 €
Beikleber	incl. Porto	
	Postkarte	200,00 €
	CD / Diskette	350,00 €
Beilagen	incl. Porto	
min. 105x148 mm	bis 25 gr.	550,00 €
max. 200x290 mm	bis 50 gr.	650,00 €
	bis 100 gr.	750,00 €

Nachlässe	Anzahl Anzeigen	
	2	10 %
	4	12 %
	6	30 %
	12	40 %

- ▶ Die Rabattstaffel gilt für Anzeigen in allen TeMedia-Print-Publikationen des Buchungszeitraums
- ▶ Die Nachlässe gelten bei Buchung vor Belegungsstart.
- ▶ Der Buchungszeitraum beträgt max. 12 Monate
- ▶ Motivwechsel ist möglich
- ▶ Berechnung jeweils nach Veröffentlichung

Bei gleichzeitiger Schaltung einer Print- sowie einer Online-Anzeige für einen Monat: 10% Rabatt auf den Preis der Online-Anzeige.

Agenturrabatt (AE)	15 %
---------------------------	------

Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. Mehrwertsteuer.

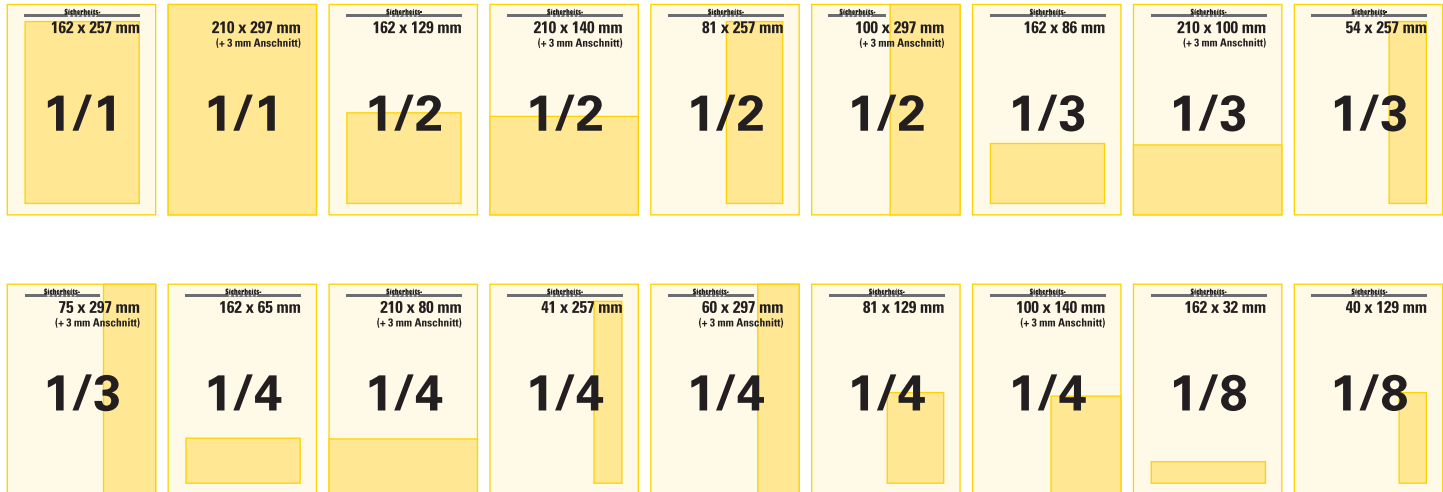
Zahlungsbedingungen:

1 % Skonto innerhalb 8 Tagen
15 Tage netto Kasse

Bankverbindung

Kreissparkasse Köln
Kto.Nr. 133 030 044, BLZ 370 502 99

Formatbeispiele



Technische Angaben

Druckverfahren:	Offset
Format:	210 x 297 mm hoch
Satzspiegel:	162 x 270 mm hoch
Druckanschnitt:	216 x 303 mm hoch
Bindung:	Rückenstichheftung

Druckdaten:

- ▶ High-End PDF (plattformunabhängig);
- ▶ Bildformate (.tif, .jpg) mit einer Auflösung ab 300 dpi.
- ▶ Für alle Daten und Formate muss die entsprechende Beschnittzugabe (je Beschnittkante 3 mm) berücksichtigt sein.
- ▶ Ein druckverbindliches Proof als Kontrollinstanz ist unbedingt erforderlich und mitzuliefern.

Vorbereitung Ihrer Druckdaten für die Zusendung:

- ▶ Datei mit dem Kundennamen, Ausgabejahr und -Nr. bezeichnen.
- ▶ Info-Textdatei beifügen mit kompletten Versenderangaben bzw. Ansprechpartner sowie Kundenname und Ausgabennummer;
- ▶ Versand der Druckdaten an druckunterlagen@sicherheits-berater.de;
- ▶ Kontrollausdruck per Telefax 0228 96293-95 zur Vorkontrolle.

Anzeigenformate und Preise

Online: Werbeformate und Preise

Format	Größe in Pixel	Dateigröße	Homepage	Aktuell-Seiten	Themen
Button	120 * 60	15 kB	100,00 €	100,00 €	90,00 €
Vertikales Banner	120 * 240	30 kB	200,00 €	200,00 €	180,00 €
Skyscraper	120 * 600	40 kB	600,00 €	500,00 €	400,00 €

* = in Euro pro Monat

Weitere Optionen für Ihre Online-Präsenz (Microsites, Stellenanzeigen, Terminankündigungen, Video- und Audiobeiträge, Whitepaper, Firmenprospekte o.ä.) auf Anfrage.

Formate: GIF, JPEG, FLASH

Streckenrabatt:	6 Monate	10%
	12 Monate	15%

Bei gleichzeitiger Schaltung einer Print- sowie einer Online-Anzeige für einen Monat: 10% Rabatt auf den Preis der Online-Anzeige.

Bannerwechsel während der Laufzeit möglich.

Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. Mehrwertsteuer.

Zahlungsbedingungen:

1% Skonto innerhalb 8 Tagen
15 Tage netto Kasse

Bankverbindung:

Kreissparkasse Köln
Kto.Nr. 133 030 044, BLZ 370 502 99

Datenanlieferung:

1 Woche vor Beginn der Schaltung per E-Mail an daten@sicherheits-berater.de

The screenshot shows the Sicherheits-Berater website interface. At the top, there's a navigation bar with 'Startseite | Login | Suche | Impressum | Kontakt'. Below that, a main content area displays several news articles with titles like 'Trends 2012', 'Wirtschaftslage', 'Informationsbeschaffung', 'Digitale Welt', 'Normen im Brandschutz', and 'Jahrelang Vertrauensstellung missbraucht'. On the right side, there are three distinct ad format boxes: 'Button 120 x 60 Px', 'Vertikales Banner 120 x 240 Px', and 'Skyscraper 120 x 600 Px'. The website footer contains the text '© 2012 TeleMedia-Verlage GmbH' and 'VOR ZUR HILLERLEN-Gruppe VZM RZ-BSM SIMEDIA'.

Herausgeber und Verlag

Herausgeber und Chefredaktion

Rainer A.H. von zur Mühlen
Peter Stürmann

Redaktionsadresse

von zur Mühlen'sche GmbH
Alte Heerstraße 1
53121 Bonn, Deutschland
Telefon: +49(0)228 96293 - 88
Telefax: +49(0)228 96293 - 90

Ansprechpartner Redaktion

Peter Stürmann
Rainer A. H. von zur Mühlen
E-Mail: redaktion@sicherheits-berater.de

Verlag

TeMedia Verlags GmbH
Alte Heerstraße 1
53121 Bonn, Deutschland
Telefon: +49(0)228 96293 - 88
Telefax: +49(0)228 96293 - 90
E-Mail: info@sicherheits-berater.de

Ansprechpartner Anzeigen Print + Online

E-Mail: anzeigen@sicherheits-berater.de

Alice M.W. Hoffmann
Telefon: +49(0)228 96293 - 21

Versandadresse für Druckunterlagen

Sicherheits-Berater
Alte Heerstraße 1
53121 Bonn, Deutschland
E-Mail: druckunterlagen@sicherheits-berater.de

Versandadresse für Beilagen

h. mailconcept directmarketing e.K.
Venloer Straße 1271 (Ecke Rath-Mengenicher Weg)
50829 Köln, Deutschland

Versandadresse für Online-Werbung

daten@sicherheits-berater.de

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. 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 der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
4. Wird ein Auftrag 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. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, 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.
7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen.

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

8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden.

Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für den Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt.

Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt.

Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zugesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber vierzehn Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurück stellen 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 und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Der Verlag liefert mit der Rechnung 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.

16. 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.

17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres, 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 vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie

bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20 %

bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren 15 %

bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren 10 %

bei einer Auflage über 500.000 Exemplaren 5 % beträgt.

Darüber hinaus sind bei den 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.

18. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein.

Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 50 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

19. Filme werden nthal 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.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für das Werbegeschäft in Online-Medien

1. Werbeauftrag

1. „Werbefauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem Internet, zum Zwecke der Verbreitung.

2. Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Anbieters, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bildet. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers oder sonstiger Inserenten ist, soweit sie mit diesen allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen. Bei Aufträgen für Werbeschaltungen, die sich auf Online-Medien und andere Medien beziehen, gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen für das betreffende Medium entsprechend.

2. Werbemittel

1. Ein Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen:

- ▶ aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegungsbildern (u.a. Banner),
- ▶ aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers liegen (z.B. Link).

2. Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden als Werbung deutlich kenntlich gemacht.

3. Vertragsschluss

1. Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich durch schriftliche oder durch E-Mail erfolgende Bestätigung des Auftrags zustande.

Auch bei mündlichen oder fermündlichen Bestätigungen liegen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen zugrunde.

2. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. Die Anbieter sind berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.

3. Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftritts (z.B. Banner-, Pop-up-Werbung ...) bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.

4. Abwicklungsfrist

Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht des Auftraggebers zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Vertragsabschluss abzuwickeln.

5. Auftragsverweiterung

Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 4 genannten Frist unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel abzurufen.

6. Nachlasserstattung

1. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Anbieter nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Anbieter zu erstatten.

2. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Werbemitteln innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Vertrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt.

Der Anspruch auf den Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb von drei Monaten nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.

7. Datenanlieferung

1. Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben der Anbieter entsprechende Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern.

2. Die Pflicht des Anbieters zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei Monate nach seiner letztmaligen Verbreitung.

3. Kosten des Anbieters für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen.

8. Chiffrewerbung

1. Für den Fall, dass Chiffrewerbung geschaltet werden kann, werden die Eingänge vier Wochen aufbewahrt oder gespeichert. Zuschriften, die in dieser Zeit nicht abgeholt oder abgerufen wurden, werden vernichtet bzw. gelöscht.

2. Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 (Gewicht 50 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen werden nicht entgegengenommen. Eingehende E-Mails werden nur bis zu einer Datenmenge von 300 Kilobyte pro E-Mail weitergeleitet.

9. Ablehnungsbefugnis

1. Der Anbieter behält sich vor, Werbeaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen bzw. zu sperren, 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 Anbieter wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist.

2. Insbesondere kann der Anbieter ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden, auf die durch einen Link verwiesen wird und hierdurch die Voraussetzungen des Absatzes 1 erfüllt werden.

10. Rechtsgewährleistung

1. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt den Anbieter im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Anbieter von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Anbieter nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

2. Der Auftraggeber überträgt dem Anbieter sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für das Werbe-geschäft in Online-Medien

Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

11. Gewährleistung des Anbieters

1. Der Anbieter gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler.

Ein unwesentlicher Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere vor, wenn er hervorgerufen wird

- ▶ durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoftware- und/oder Hardware (z.B. Browser) oder
- ▶ durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder
- ▶ durch Rechnerausfall aufgrund Systemversagens
- ▶ durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sogenannten Proxies (Zwischenspeichern) oder
- ▶ durch einen Ausfall des Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.

Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 Prozent der gebuchten Zeit) im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

2. Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlägen oder Unzumutbarkeit der Ersatzwerbung, hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.

3. Sind etwaige Mängel bei den Werbungsunterlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

12. Leistungsstörungen

Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die der Anbieter nicht zu vertreten hat (etwa softwarebedingt oder aus anderen technischen Gründen), insbesondere wegen Rechnerausfalls, höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und für den Auftraggeber zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Anbieters bestehen.

13. Haftung

1. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsschluss und unerlaubter Handlung bestehen nur bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit des Anbieters, seines Vertreters oder Erfüllungsgehilfen. Dies gilt nicht für die Haftung für zugesicherte Eigenschaften und für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten; im letzten Fall ist die Haftung auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind bei leichter Fahrlässigkeit beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens.

2. Bei grober Fahrlässigkeit des einfachen Erfüllungsgehilfen ist die Haftung gegenüber Unternehmern dem

Umfang nach auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Die gilt nicht für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten.

14. Preisliste

1. Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung im Internet veröffentlichte Preisliste. Gegenüber Unternehmen bleibt eine Änderung vorbehalten.

Für vom Anbieter bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie vom Anbieter mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden.

Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

2. Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des jeweiligen Anbieters zu halten.

15. Zahlungsverzug

1. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen und Einziehungskosten berechnet. Der Anbieter kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.

2. Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen den Anbieter, auch während der Laufzeit des Vertrages, das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

16. Kündigung

Kündigungen von Werbeaufträgen müssen schriftlich oder per E-Mail erfolgen.

17. Informationspflichten des Anbieters

Soweit nichts anderes vereinbart ist, obliegt es dem Anbieter, innerhalb von zehn Werktagen nach Ausführung des Auftrags folgende Informationen für den Auftraggeber zum Abruf bereitzuhalten:

- ▶ die Zahl der Zugriffe auf das Werbemittel
- ▶ die Ausfallzeit des Ad-Servers, soweit sie eine zusammenhängende Stunde überschreitet.

18. Datenschutz

Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

19. Erfüllungsort/Gerichtsstand

Erfüllungsort ist der Sitz des Anbieters.

Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Anbieters. Soweit Ansprüche des Anbieters nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Es gilt deutsches Recht.

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 Anbieters vereinbart, wenn der Vertrag schriftlich geschlossen wurde.