

textintern

Analysen – Hintergründe – Meinungen

**Unser Anzeigen-Angebot im
Doppelpack: Print und Online
crossmedial zum „One for free“-Preis!**

Seit 49 Jahren für Sie da: Auch **2016**
erreichen Sie mit **textintern** Ihre Zielgruppe täg-
lich aktuell mit dem **textintern**-Newsletter und
14-tägig exklusiv in der Printausgabe von **textin-**
tern im Umfeld von Hintergrundberichten und
Analysen.



Die crossmediale Vermarktung bei textintern

Der Branchendienst **textintern** liefert seit 49 Jahren Entscheidungen in deutschen Medien die wesentlichen News- und Hintergrundinformationen.

Bei Buchung einer Print-Anzeige bieten wir unseren Kunden eine Bannerwerbung in unserem vielgelesenen Newsletter inklusive.

Diese All Inclusive-Offerte können Sie auch in verschiedenen Varianten einbuchen. Sprechen Sie mit unseren Vermarktern.



Heft-Format: DIN A4, 210 x 297 mm

Formate und Preise im Satzspiegel					
Format	Maße in mm		Preise		
	Breite	Höhe	4c	s/w	4c
1/1 Seite	185	270	2.790 €	1.200 €	1.395 €
2/3 Seite quer	185	180	2.100 €	900 €	1.050 €
hoch	120	255			
1/2 Seite quer	185	135	1.650 €	700 €	825 €
hoch	95	255			
1/3 Seite quer	185	90	1.250 €	500 €	625 €
hoch	60	255			
1/4 Seite quer	185	65	940 €	375 €	470 €
hoch	95	135			
1/8 Seite quer	185	33	500 €	200 €	250 €

Rabatte:

Malstaffel	3 Anzeigen	3 %
	6 Anzeigen	5 %
	12 Anzeigen	7 %
	24 Anzeigen	15 %
	36 Anzeigen	20 %
Mengenstaffel	3 Seiten	5 %
	6 Seiten	10 %
	12 Seiten	15 %
	24 Seiten	20 %

Sonderplatzierungen - nur in 4c

Fußleiste Titelseite	(185 x 40 mm)	800 €
Textteilanzeige Titelseite	(60 x 75 mm)	390 €
Inselanzeige	(90 x 90 mm)	800 €
Kreativformate	auf Anfrage	

Sonderwerbeformen

- 1/1 Seite mit aufgeklebter Postkarte
- Banderole um die komplette Ausgabe
- Produkt-Präsentation (auch mit Banderole)

Preise auf Anfrage, benötigte Menge: 2.200 Exemplare

Versandadresse: Verlagsgesellschaft Ottensen UG
(LTV)
Ottensener Str. 10 a
22525 Hamburg

gültig ab 1. Januar 2016

Homepage

Wallpaper / Platzierung oben Preis	1.000 x max. 200 Pixel pro Woche: 950 €
Text-Banner / Platzierung im oberen Artikelbereich Preis	690 x 150 Pixel (Höhe variabel) auch kleiner, zentriert möglich pro Woche: 550 €
Banner / Platzierung rechts unter dem textintern -Titelbild Preis	230 x 230 Pixel (Höhe variabel) pro Woche: 350 €
Skyscraper / Platzierung rechts Preis	100 - 200 x 400 - 800 Pixel auch in Kombination mit Wallpaper pro Woche: 860 €
Textanzeigen	1 Tag: 150 € 1 Woche: 480 €
Rabatte nach Schaltvolumen	1.000 € 3 % 3.000 € 5 % 6.000 € 10 % 9.000 € 15 % 12.000 € 20 %

Newsletter

E-Mail Newsletter Preise	560 Pixel (Höhe variabel) 1 Tag: 150 € 1 Woche: 500 €
Anzeigenschluss	3 Tage vor Beginn des Belegungs- zeitraums
AE-Provision	15 % weitere Formate und Sonder- werbformen auf Anfrage, z.B. Movie Canvas (HTML5)
E-Mail Adresse	anzeigen@textintern.de

Reichweite: 91.289 Kontakte

Crossmedial-Angebot:
**Print-Anzeige + Newsletter-Banner im
Doppelpack zum „One for free“-Preis!**



Titelschutzanzeige

95,00 €

60 mm x 75 mm
jede weitere: 20 €

Crossmedial-Angebot:

Titelschutz-Anzeige + 2 Tage

Newsletter-Banner

im Doppelpack zum

„One for free“- Preis!



323 **bb) Formalisierte Titelschutzanzeige.** Die Art und Weise der öffentlichen und branchenüblichen Werktitelankündigung zur Prioritätswahrung bestimmt sich nach den tatsächlichen Verhältnissen in der Praxis der entsprechenden Werkkategorie. Die öffentliche Ankündigung eines Werktitels vor der endgültigen Markteinführung des zu kennzeichnenden Werkes erfolgt auf dem Gebiet der *Druckschriften* durch die Veröffentlichung einer Titelschutzanzeige auf branchenübliche Weise in einer entsprechenden Fachzeitschrift (*formalisierte Titelschutzanzeige*; s. Merkblatt für Titelschutzfragen des Börsenvereins des deutschen Buchhandels; s. dazu HansOLG Hamburg WRP 1981, 30, 32 - WOCHE aktuell; LG Stuttgart GRUR 1985, 230 - CHIP; BGH GRUR 1989, 760, 761 - Titelschutzanzeige; *Deutsch/Ellerbrock*, Titelschutz, Rn 86) Titelschutzanzeigen veröffentlicht für die Printmedien das *Börsenblatt des deutschen Buchhandels*, für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, digitale Medien, Hörfunk, TV und Film das Spezialmedium für Titelschutz [redacted] und für Bücher insbesondere die Zeitschriften [redacted] und *textintern*. Die öffentliche Ankündigung der Werktitel von *Kinofilmen* erfolgt regelmäßig durch Eintragung in das Titelregister bei der *Spitzenorganisation der Filmwirtschaft e.V.* (SPIO) Rechts- und Verwaltungsträgerin der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft e.V. (FSK) und der anschließenden Bekanntmachung in der Fachzeitschrift *Blickpunkt Film*, früher in einer Beilage der Zeitschrift *Film und Recht* (s. dazu 1382).

Zitat aus: Beck'scher Kurz-Kommentar, Band 13b, Markenrecht, Kommentar zum Markengesetz, zur Pariser Verbandsübereinkunft und zum Madrider Markenabkommen, Dokumentation des nationalen, europäischen und internationalen Kennzeichnungsrechts, Professor Dr. Karl-Heinz Fezer, Vierte, neubearbeitete Auflage

Gewerbliche Stellenanzeigen Millimeterpreis: 1,90 €

Private Stellenanzeigen Millimeterpreis: 0,50 €
zzgl. 4,- € Chiffre-Gebühr

Beilagen Höchstformat: DIN A4
Bis 20 Gramm: 1.430,- €
zzgl. derzeit gültige Postgebühren

Produkt-Präsentation siehe Seite 11

2., 3., 4. Umschlagseite Festplatzierung
10 % Aufschlag auf den jeweiligen
Anzeigenpreis

Vorauszahlung 3 % Skonto

Druck Offset

Anlieferung Druckunterlagen PDF X3

Bezugspreis 37 € im Monat zzgl. Versandkosten
und MwSt.

Administration:

**Verlagsgesellschaft Ottensen UG
Silke Koch**

Tel.: 040/30 68 52 13
koch@textintern.de
anzeigen@textintern.de

textintern – jede Woche die wichtigsten Analysen, Hintergründe und Meinungen

textintern ist der unabhängige, kritische Medien-Informationsdienst, der mit seinen Themen wie kaum ein anderer die Diskussion der Branche seit Jahren immer wieder bestimmt. Damit erreicht textintern als Info-Börse für das Top Management jeden zweiten Donnerstag zielgenau die Führungskräfte in werbungstreibenden Unternehmen, Agenturen und Medien.

textintern bringt die Hintergründe zu den Meldungen, die die Branche bewegen. Konzentration auf das Wesentliche sowie Verdichtung der Inhalte nach sorgfältiger Recherche – dieser bewährte Grundsatz der erfahrenen Redaktion von textintern steht seit Jahrzehnten für die hohe journalistische Qualität.

Schon immer zeichnen Exklusivgeschichten, pointierte Aktualität und fundierte Fachkompetenz textintern aus. Ergänzt um die aktuellen Personalien, Berichte über die wichtigsten Veranstaltungen und die Vorschau auf die Geburtstage der führenden Köpfe der Branche, findet textintern jeweils Mitte der Woche seinen Platz im knappen Zeitbudget der Entscheider. Gerade die Informationen über die Macher der Branche lassen textintern zu einem Meeting Point der Kommunikationswelt werden.

Jeden Monat vermitteln Specials über wesentliche Branchen-Segmente oder zu den wichtigsten Kongressen und Tagungen noch mehr aktuelle Informationstiefe. Durch Interviews mit den Meinungsführern und Gastbeiträge hochrangiger Experten werden Diskussionen angestoßen.

Zu dem gedruckten Informationsangebot kommt der täglich aktualisierte Online-Dienst der Redaktion von textintern. Hier finden jeden Tag viele tausend interessierte Leser die wichtigsten Infos via Newsletter. Brandaktuelle und besonders gewichtige Meldungen werden mit dem Spezial-Dienst „textintern extra“ per Mail verschickt.

Nutzen Sie jetzt dieses aufmerksamkeitsstarke Umfeld für Ihre Botschaft. Mit einer Anzeige in textintern erreichen Sie die Entscheider in Marketing, Medien und Werbung. Denn die hohe Kompetenz wissen die Leser an textintern zu schätzen.



Heftformat: A4
210 x 297 mm

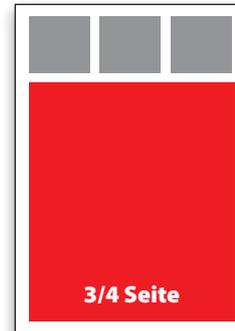
Satzspiegel: 185 x 270 mm

AS: Anzeigen im Anschnitt, bitte mit 3 mm Beschnitt über den Satzspiegel hinaus.



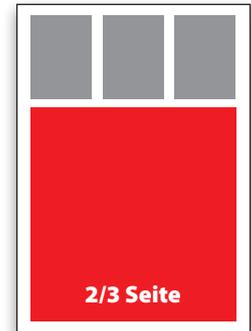
1/1 Seite

210 x 297 mm
+ 3 mm Beschnitt
4c: 2.790 €



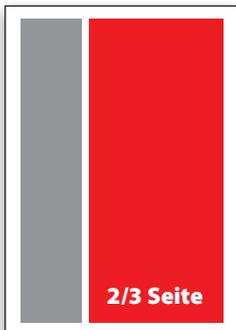
3/4 Seite

185 x 203 mm
AS: 210 x 216 mm
4c: 2.210 €



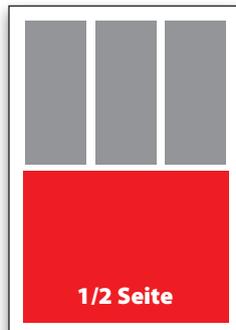
2/3 Seite

185 x 180 mm
AS: 210 x 194 mm
4c: 2.100 €



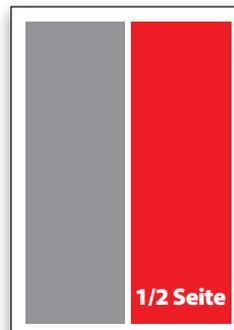
2/3 Seite

120 x 255 mm
AS: 130 x 297 mm
4c: 2.100 €



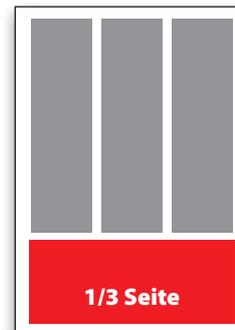
1/2 Seite

185 x 135 mm
AS: 210 x 150 mm
4c: 1.650 €



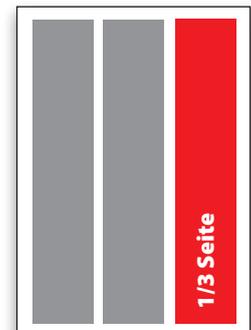
1/2 Seite

95 x 255 mm
AS: 105 x 297 mm
4c: 1.650 €



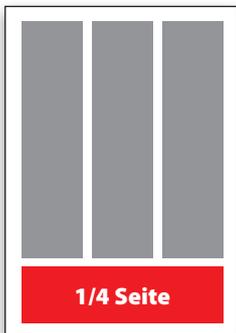
1/3 Seite

185 x 90 mm
AS: 210 x 105 mm
4c: 1.250 €

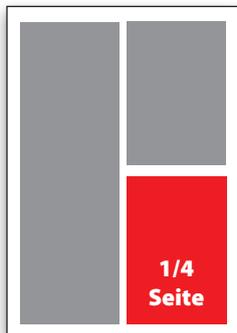


1/3 Seite

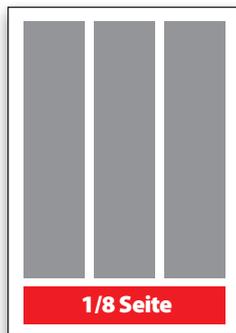
60 x 255 mm
AS: 70 x 297 mm
4c: 1.250 €



185 x 65 mm
AS: 210 x 80 mm
4c: 940 €



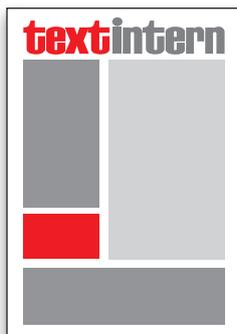
95 x 135 mm
AS: 105 x 150 mm
4c: 940 €



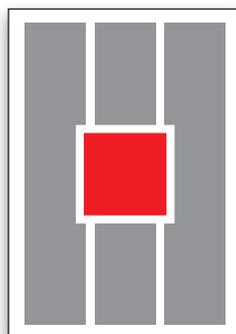
185 x 33 mm
AS: 210 x 48 mm
4c: 500 €



Fußleiste Titelseite
185 x 40 mm
4c: 800 €



Textteilanzeige Titelseite
60 x 75 mm
4c: 390 €



Inselanzeige
90 x 90 mm
4c: 800 €



Beispiel Titelschutzanzeige

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

Beispiel-Titelschutz BeispielTitelschutz Der Titelschutz

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Darstellungsformen, Anwendungen, Variationen, Kombinationen, Verbindungen, Zusätzen, Übersetzungen und grafischen Darstellungen in allen Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke (einschließlich CD-Rom, CD-I, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien und -Produkte und Internet) sowie Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich UMTS, SMS, WAP).

**Verlagsgesellschaft Ottensen UG,
Ottensener Straße 8, 22525 Hamburg**

textintern erscheint jede 2. Woche am Donnerstag. Für die Planung legen wie Ihnen hier eine Terminübersicht vor.

Ausgabe	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss	
1/2	14.01.	08.01.	Ausblick 2016
3/4	28.01.	22.01.	
5/6	11.02.	05.02.	Jugendmedien
7/8	25.02.	19.02.	Abomodelle
9/10	10.03.	04.03.	Social Media
11/12	24.03.	18.03.	Radio
13/14	07.04.	01.04.	
15/16	21.04.	15.04.	BVDA Frühjahrstagung
17/18	04.05	29.04.	Fachpresse
19/20	19.05.	13.05.	Lesezirkel
21/22	02.06.	27.05.	Werbung/ Marketing
23/24	16.06.	10.06.	Online-Bezahlsystem
25/26	30.06.	24.06.	Start-ups
27/28	14.07.	08.07.	Games-Szene
29/30	28.07.	22.07.	Journalismus
31/32	11.08.	05.08.	Kinder-/ Jugendmedien
33/34	25.08.	19.08.	
35/36	08.09.	02.09	Presse-Grosso / BDZV-Kongress
37/38	22.09.	16.09.	BVDA Herbsttagung
39/40	06.10.	30.09.	
41/42	20.10.	14.10.	Publishers' Summit
43/44	03.11.	28.10.	
45/46	17.11.	11.11.	
47/48	01.12.	25.11.	
49/50	15.12.	09.12.	Jahresrückblick

Änderungen vorbehalten

Im Laufe des Jahres veröffentlicht **textintern** zu den verschiedensten Branchen-Veranstaltungen Specials, die jeweils am Veranstaltungsort ausliegen.

Hier eine vorläufige Übersicht:

BVDA Frühjahrs- und Herbsttagung, Kongress der Deutschen Fachpresse, Tagung des Verbandes Deutscher Lesezirkel, Tagung des Bundesverbandes Presse Grosso, BDZV-Tagung, VDZ Publisher's Summit.

Anzeigenleitung:

**Verlagsgesellschaft Ottensen UG
Silke Koch**

Tel.: 040/30 68 52 13

koch@textintern.de

anzeigen@textintern.de

Verlag/Postanschrift: Verlagsgesellschaft Ottensen UG
Ottensener Str. 8, 22525 Hamburg
Telefon 040/30 68 52 0
Telefax 040/30 68 52 10
E-Mail: anzeigen@textintern.de

Erscheinungstag: Jede 2. Woche, donnerstags

Schlussstermine: 3 Werktage vor Erscheinen

Auflage

Druckauflage **2.200 Exemplare**

Verkaufte Auflage **1.465 Exemplare**
(textintern wird nur
im Abonnement geliefert)

tatsächlich verbreitete
Auflage **2.087 Exemplare**

**Jedes Exemplar wird
durchschnittlich von
6,7 Personen gelesen.**

Zielgruppe

(nach verbreiteter Auflage)

Werbungtreibende **31,0 %**
(Markenartikel-Unternehmen, Dienstleister,
Investitionsgüter)

Werbeagenturen **34,0 %**
(Fullservice-, Media-, Pharma-, Online-, PR-Agenturen)

Medienwirtschaft **35,0 %**
(Verlage, Fernsehen, Funk, Film, Messen, Technik, Sonstige)

Geschäftsführung / Chefredaktion / Ressortleitung **46,3 %**

Werbung / Anzeigen / Verkauf **20,1 %**

Redaktion / Text / Gestaltung **25,0 %**

Kommunikation / PR **7,5 %**

Sonstige **1,1 %**

Quelle: Verlagsangaben

Anlieferung	Komplett gedruckte Exemplare drei Werktage vor Erscheinen
Verarbeitung	Ihr Objekt wird mit textintern verbunden (klammern, heften, leimen, Banderole) oder beigelegt
Formate	Kleinere und größere Formate als DIN A4 sind möglich. Muster erbeten.
Disposition	1 Woche vor Erscheinen
Lieferanschrift	Verlagsgesellschaft Ottensen UG (LTV) Ottensener Str. 10 a 22525 Hamburg
Preise	2.950 € (Festpreis bis 350 Gramm) inkl. 1/1 Seite 4c in textintern zzgl. Postgebühren und Verarbeitung

Preis bei Erstellung der gesamten Broschüre durch die Redaktion von **textintern** auf Anfrage.

Einige Vorteile der Kampagne

- keine eigene kostspielige, zeitraubende Direct Mail-Aktion.
- Direkter Objekt-Kontakt mit den Entscheidungsträgern.
- Hoher Lese- und Aufmerksamkeitswert.
- Kommt direkt „auf den Schreibtisch“ durch **textintern** als Absender.



- 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 als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in text intern zum Zweck der Verbreitung.
- 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. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzumachen.
- 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 entsprechenden Nachlass innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.
- 4. Bei der Errechnung der Abnahmengrößen** werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
- 5. Aufträge für Anzeigen**, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckerschaft 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.
- 6. Textteil-Anzeigen** sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an Text angrenzen und nicht an andere Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
- 7. 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 oder deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist, oder Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten. Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Musters und dessen Billigung bindend. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
- 8. 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 und den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckunterlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für den bestellten 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.
- 9. 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.
- 10. Entspricht die Veröffentlichung** der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, 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 über die Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses

und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Miss-Verhältnis 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 gestellte 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 vorhersehbarer 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 vorhersehbarer 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.

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

13. Die Rechnung ist sofort fällig und zahlbar, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

14. 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 Voraussetzung 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 ursprüngliches vereinbartes Zahlungszugloß von der Voraussetzung des Betrages zum Anzeigenschlussstermin und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. 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 Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

16. Aus einer Auflagenminderung kann nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt dies mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantiefußnote unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie bei einer Garantiefußnote bis zu 50 000 Exemplaren mindestens 20 v. H., bei einer Garantiefußnote bis zu 100 000 Exemplaren mindestens 15 v. H., bei einer Garantiefußnote bis zu 500 000 Exemplaren mindestens 10 v. H., bei einer Garantiefußnote über 500 000 Exemplaren mindestens 5 v. H. beträgt. Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt.

Als Garantiefußnote gilt die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder, wenn eine Auflage nicht genannt ist, die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vorausgehenden Kalenderjahres. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche 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.

17. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Ein-

schreibebriefe und Expressbriefe 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, dürfen vernichtet werden. 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 A 4 (Gewicht ... g) überschreiten, sowie Waren, Bücher, Katalogendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

18. Erfüllungsort ist Hamburg. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand Hamburg.

19. Die Werbungsmitrler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten.

20. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen.

Der Nachweis muss spätestens bis zum Abschluss des Insertionsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

21. 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 zugeliferten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrags 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 überläßt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlicher Urheberrechte, 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.

22. 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 das Verlagsobjekt mit 80% der Im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauft oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.