

# KRAFTHAND *Truck*

## Media-Informationen 2017

Technik. Praxis. Meinung



### KRAFTHAND *Truck*

Fachwissen für die  
Nutzfahrzeug-Werkstatt und das  
Fuhrpark-Management

3

September 2016

- Werkstattpraxis  
Kupplungstausch  
Turbolader
- Equipment  
Spezialwerkzeuge  
Achsmesssysteme
- Messen  
Automechanik  
IAA Nutzfahrzeuge
- Teile & Systeme  
Antriebstechnik /  
Overtrain

#### Starter und Generatoren von febi bilstein: Elektrik-Kompetenz im Aftermarket

Die Vorteile auf einen Blick:

- ✗ febi bilstein bietet mehr als 500 Referenzen für die „Big 7“ der europäischen MKW-Hersteller
- ✗ Ausschließlich Neuteile ohne Pfand und Alttellerückgabe
- ✗ Hoher Qualitätsstandard mit strenger Fertigungskontrolle

Besuchen Sie uns auf den großen Branchenmessen:

Automechanika  
IAA Nutzfahrzeuge

Halle 6.0 / Stand B06  
Halle 12 / Stand B30

### ► Mediaservice:



**Klaus P. Lang**

Leitung Media Sales Print/Digital

☎ +49 (0) 82 47/30 07-62  
✉ klaus.lang@krafthand.de



**Christoph Schluifelder**

Media Sales Print/Digital

☎ +49 (0) 82 47/30 07-160  
✉ christoph.schluifelder@krafthand.de

### ► Redaktion:



**Klaus Kuss**

Chefredakteur

☎ +49 (0) 82 47/30 07-177  
✉ klaus.kuss@krafthand.de



**Ralf Lanzinger**

Online-Redaktion

☎ +49 (0) 82 47/30 07-47  
✉ ralf.lanzinger@krafthand.de



**Sebastian Hoffmann**

Media Sales Print/Digital,  
Projektbetreuung Digital

☎ +49 (0) 82 47/30 07-61  
✉ sebastian.hoffmann@krafthand.de



**Sabrina Bader**

Auftragsmanagement

☎ +49 (0) 82 47/30 07-63  
✉ sabrina.bader@krafthand.de

### **Krafthand Medien GmbH**

Walter-Schulz-Straße 1 • 86825 Bad Wörishofen  
Telefon 0 82 47 / 30 07-63 • Telefax 0 82 47 / 30 07-76

anzeigen.truck@krafthand.de

**www.krafthand-truck.de** • www.krafthand-medien.de

ET = Erscheinungstermin · AS = Anzeigenschluss · DU = Druckunterlagentermin

Redaktionsschluss für Pressemeldungen, Veröffentlichungen etc.  
ist jeweils 4 Wochen vor Erscheinungstermin

Monat	Ausgabe Hef-Nr.	Termine	Themen	Messen/ Ausstellungen
März	1	ET: 22. 3. AS + DU: 1. 3.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bremsen-Service und Bremsen-Technik</li> <li>• Filtersysteme</li> <li>• Turbolader</li> <li>• Klimaanlage: Service und Systeme</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rahmen- und Karosserie-Instandsetzung, Lackierung</li> <li>• Öl- und Schmierstoffe, Additive</li> <li>• Umwelt und Entsorgung</li> <li>• Fahrzeugbauer + Fahrzeugeinrichtung</li> </ul>
Juni	2	ET: 21. 6. AS + DU: 31. 5.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Truck- und Trailer-Diagnose</li> <li>• Motoreninstandsetzung</li> <li>• Achsen- und Fahrwerks-Service</li> <li>• Werkstattkonzepte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reifen-Service und Reifen-Technik</li> <li>• Nutzfahrzeug-Hydraulik</li> <li>• Zubehör und Nachrüstung</li> <li>• Lichtsysteme</li> </ul>
September	3	ET: 20. 9. AS + DU: 30. 8.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abgastechnik</li> <li>• Dieselsysteme</li> <li>• Turbolader</li> <li>• Fahrwerk und Chassis</li> <li>• Antriebstechnik/Powertrain</li> <li>▶ <b>Spezial: Telematik – vernetzt in die Zukunft</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Werkzeug-Spezial</li> <li>• Batterie-Technik und Batterie-Service</li> <li>• Waschen + Reinigen</li> <li>• Teilehandel-Spezial</li> </ul> <p>NUFAM, Karlsruhe, 28. 9. – 1. 10. 2017</p> <p>CARAT Leistungsmesse, Kassel, 13. 10. – 15. 10. 2017</p>
November	4	ET: 23. 11. AS + DU: 2. 11.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Truck- + Trailer-Diagnose</li> <li>• Anhänge- und Zugtechnik</li> <li>• Hebetchnik</li> <li>• Trailer-Spezial</li> <li>• Fahrerassistenz- und Sicherheitssysteme</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Druckluft in der Werkstatt</li> <li>• EDV- und IT-Systeme</li> <li>• Winterservice</li> <li>• Navigation</li> </ul>

### 1 Zeitschriftenprofil und Leserzielgruppen:

KRAFTHAND-Truck versteht sich als Fachmedium und Ratgeber für Praktiker speziell in den Bereichen Nutzfahrzeuge und Transporter ab 3,5 Tonnen. Redaktionelle Schwerpunkte sind Themen wie Werkstattpraxis, Teile und Systeme, Nutzfahrzeugtechnik und Fuhrparkmanagement.

Zielgruppen des Technikmagazins sind Werkstattleiter, Techniker, Meister, Mechaniker, Mechatroniker in Nutzfahrzeug-Werkstätten sowie Betriebs- und Fuhrparkleiter. Das Fachmagazin liefert wertvolle Informationen für freie und markengebundene Nutzfahrzeug-Werkstätten, Systembetriebe, Unternehmen mit angeschlossenen Regiewerkstätten, Speditionen, Busunternehmen, Vertreter der Teile-/Zubehörindustrie, Werkstoffausrüster und die Nutzfahrzeugindustrie.

**2 Erscheinungsweise:** 4 × jährlich

**3 Heffformat:** DIN A4

**4 Jahrgang:** 4. Jahrgang 2017

**5 Bezugspreise:** siehe Impressum

**6 Organ:** –

**7 Mitgliedschaften:** IVW

**8 Unternehmen:** Krafthand Medien GmbH  
Postfach 14 62, 86817 Bad Wörishofen  
Walter-Schulz-Straße 1, 86825 Bad Wörishofen  
Tel. 0 82 47/30 07-0, Fax 0 82 47/30 07-70  
www.krafthand-truck.de, www.krafthand-medien.de

**9 Herausgeber:** –

**10 Anzeigen:** Leitung Media Sales Print/Digital:  
Klaus P. Lang

**11 Redaktion:** Klaus Kuss, Chefredakteur

### 12 Anzeigenpreise und Formate:

Alle Preise sind rabattierbar, zzgl. USt.

Format	Satzspiegel-Formate Breite × Höhe in mm	Anschnitt-Formate Breite × Höhe in mm (+ 3 mm Beschnittzugabe an allen Seiten)	Grundpreise s/w €	4-farbig €
1/1	187 × 270	210 × 297	4.400,–	5.200,–
Juniorpage	139 × 190	150 × 211	2.550,–	3.050,–
1/2 (hoch) (quer)	91 × 270 187 × 134	102 × 297 210 × 154	2.250,–	2.750,–
1/3 (hoch) (quer)	59 × 270 187 × 90	70 × 297 210 × 110	1.540,–	1.890,–
1/4 2-spaltig (hoch) (quer)	91 × 134 43 × 270 187 × 65	102 × 154 54 × 297 210 × 82	1.165,–	1.415,–
1/8 2-spaltig (hoch) (quer)	91 × 65 43 × 134 187 × 32		590,–	740,–

### 13 Vorzugs-Platzierungen:

**Titelseite** (vierfarbig) € 5.600,-  
Format: 150 mm × 220 mm, plus 3 mm Beschnitt rundum.  
Ohne Rücktrittsrecht.

**2. Umschlagseite** (vierfarbig) € 5.400,-

**4. Umschlagseite** (vierfarbig) € 5.400,-

#### Zuschläge:

**Farbe** Genannte Preise gelten für Farben nach der Euroskala.  
Zuschlag für Sonderfarben je Farbe 590,- €.

**Format** Für Anzeigen über Satzspiegel wird ein Anschnittzuschlag  
von 10 % auf den s/w-Preis erhoben.

Die Zuschläge sind rabattierbar.

### 14 Rabatte:

Abnahme innerhalb von 12 Monaten (Insertionsjahr):

Malstaffel		Mengenstaffel	
bei 2 Anzeigen	5 %	1 Seite	5 %
bei 3 Anzeigen	10 %	2 Seiten	10 %
bei 4 Anzeigen	15 %	3 Seiten	15 %
		4 Seiten	20 %

### 15 Sonderwerbformen:

**Beihefter** rabattierbar:  
1 Blatt = 1 Anzeigenseite 1 Blatt = 2 Seiten € 4.400,-  
2 Blatt = 1,5 Anzeigenseiten 2 Blatt = 4 Seiten € 6.600,-

---

<b>Beilagen</b>	Preise je 1.000 St., inkl. Portokostenanteil
	Gewicht Preis
	bis 25 g € 225,-
	bis 30 g € 240,-
	bis 35 g € 255,-
	je 5 g mehr: € 15,-

---

**Beikleber** auf Anfrage

---

### Versandanschrift

Holzmann Druck GmbH & Co. KG, Gewerbestraße 2, 86825 Bad Wörishofen  
Liefervermerk: KRAFTHAND-Truck, Ausgabe \_\_\_\_

### 16 Kontakt: Beratung, Buchung

Klaus P. Lang, Leitung Media Sales Print/Digital  
Sebastian Hoffmann, Media Sales Print/Digital, Projektbetreuung Digital  
Christoph Schluifelder, Media Sales Print/Digital  
Tel., Fax, E-Mail siehe **Ihre Ansprechpartner**

### 17 Zahlungsbedingungen:

Zahlbar innerhalb von 30 Tagen netto. Innerhalb von 8 Tagen unter Abzug  
von 2 % Skonto. Bei Bankeinzug unter Abzug von 3 % Skonto.

#### Bankverbindungen

- Sparkasse Memmingen-Lindau-Mindelheim  
BLZ 731 500 00, Konto-Nr. 103 184  
IBAN: DE92 7315 0000 0000 1031 84, SWIFT (BIC): BYLADEM1MLM
- Postbank München  
BLZ 700 100 80, Konto-Nr. 47 939 807  
IBAN: DE44 7001 0080 0047 9398 07, SWIFT (BIC): PBNKDEFF
- HypoVereinsbank Bad Wörishofen  
BLZ 731 200 75, Konto-Nr. 2 080 161 665  
IBAN: DE86 7312 0075 2080 1616 65, SWIFT (BIC): HYVEDEMM436

### 1 Zeitschriftenformat:

210 mm breit × 297 mm hoch, DIN A4  
unbeschnitten: 216 mm breit × 303 mm hoch

**Satzspiegel:** 187 mm breit × 270 mm hoch,  
4 Spalten à 43 mm Breite

### 2 Druck- und Bindeverfahren:

Bogenoffset, Klebebindung  
Papier – Innenteil: 90 g, Bilderdruck matt  
Umschlag: 200 g, Bilderdruck glänzend

### 3 Datenübermittlung:

**E-Mail-Übertragung an:** [anzeigen.truck@krafthand.de](mailto:anzeigen.truck@krafthand.de)

- Bitte bei der Übertragung auf die Größe der Datei achten.  
Maximale Übermittlungsgröße per E-Mail: 7 MB

#### **FTP-Übertragung möglich**

- **Wir können Ihre Datei von Ihrem FTP-Server downloaden.**  
Hierzu benötigen wir Ihre Zugangsdaten per E-Mail.
- **Sie können Ihre Datei auf unseren FTP-Server uploaden.**  
Hierzu erhalten Sie auf Anfrage unsere Zugangsdaten per E-Mail.

### 4 Datenformate:

Hochauflösende, druckfähige PDF-Datei mit mindestens 300 dpi Auflösung.  
Wir empfehlen die Anlieferung von PDF/X-1a-Daten – alle verwendeten Schriften sind einzubetten. Rasterweite: 80er-Raster

### 5 Farben:

Der Druck erfolgt in Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz nach ISO 12647-2 (PSO), Sonderfarben (Pantone und HKS) sind nach Absprache möglich.  
Verwendetes Druckprofil: ISO Coated v2 (ECI).

### 6 Proof:

Farbverbindliches Proof nach „Medienstandard Druck“ (bvdm).  
Digital erstellte Prüfdrucke müssen zur Kontrolle der Farbverbindlichkeit den FOGRA Medienkeil enthalten (kostenpflichtig zu beziehen bei [www.fogra.org](http://www.fogra.org)).  
Andrucke müssen einen offiziellen Druckkontrollstreifen aufweisen.  
Farbandrucke vom Farbkopierer oder -drucker ohne Farbkeil sind nicht druck- und farbverbindlich.

### 7 Datenarchivierung:

Daten werden archiviert, unveränderte Wiederholungen sind deshalb in der Regel möglich. Eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.

### 8 Gewährleistung:

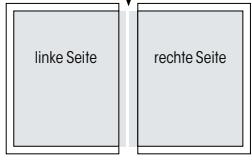
Bei Anlieferung von unvollständigen oder abweichenden Daten (Texte, Farben, Abbildungen) übernehmen wir keine Haftung für das Druckergebnis.  
Fehlbelichtungen aufgrund von unvollständigen oder fehlerhaften Daten, falschen Einstellungen oder unvollständigen Angaben werden berechnet. Dies gilt auch für zusätzliche Satz- oder Reproarbeiten sowie für fehlerhaft gelieferte Proofs.

### 9 Kontakt:

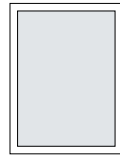
Martin Dörfler  
Telefon 0 82 47/ 30 07-84

### Formate im Satzspiegel

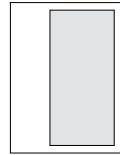
Beschnitt in der Mitte 3 mm, bei überlaufendem Motiv  
zuzüglich 5 mm Überlappung je Seite.



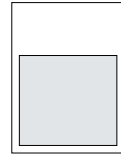
**2/1 über Bund**  
198 × 270 mm  
(je Seite + 3 mm Beschnitt im Bund)



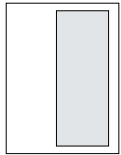
**1/1**  
187 × 270



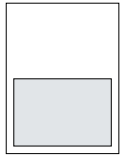
**2/3 hoch**  
123 × 270



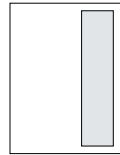
**2/3 quer**  
187 × 180



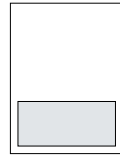
**1/2 hoch**  
91 × 270



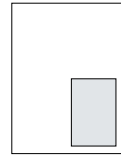
**1/2 quer**  
187 × 134



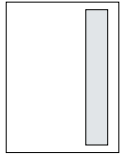
**1/3 hoch**  
59 × 270



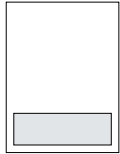
**1/3 quer**  
187 × 90



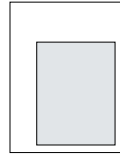
**1/4 2-spaltig**  
91 × 134



**1/4 hoch**  
43 × 270



**1/4 quer**  
187 × 65



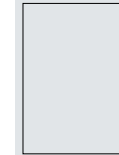
**Juniorpage**  
139 × 190

### Formate über Satzspiegel

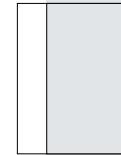
Beschnitt in der Mitte 3 mm, bei überlaufendem Motiv  
zuzüglich 5 mm Überlappung je Seite.



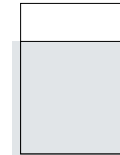
**2/1 über Bund angeschnitten:**  
210 × 297 mm (+ Beschnitt)



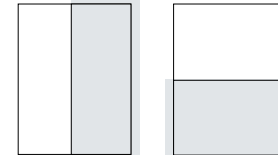
**1/1 angeschnitten**  
210 × 297  
(+ Beschnitt)



**2/3 hoch**  
135 × 297  
(+ Beschnitt)



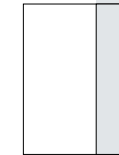
**2/3 quer**  
210 × 200  
(+ Beschnitt)



**1/2 hoch**  
102 × 297  
(+ Beschnitt)



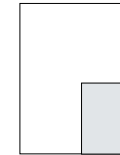
**1/2 quer**  
210 × 154  
(+ Beschnitt)



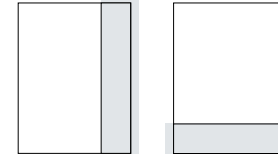
**1/3 hoch**  
70 × 297  
(+ Beschnitt)



**1/3 quer**  
210 × 110  
(+ Beschnitt)



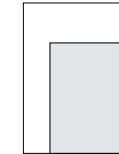
**1/4 2-spaltig**  
102 × 154  
(+ Beschnitt)



**1/4 hoch**  
54 × 297  
(+ Beschnitt)



**1/4 quer**  
210 × 82  
(+ Beschnitt)



**Juniorpage**  
150 × 211  
(+ Beschnitt)

**zuzüglich Beschnittzugabe: je Schnittkante 3 mm**  
(Schnittkanten siehe Skizzen)

### 1 Aufgaben-Kontrolle:



### 2 Auflagen-Analyse:

Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt  
(1. Juli 2015 bis 30. Juni 2016)

Druckauflage	18.130	davon Ausland	14
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	17.926		
Verkaufte Auflage	489		
Freistücke	17.437		
Rest-, Beleg- und Archivexemplar	204		

### 3 Geografische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	99,9	17.912
Ausland	0,1	14
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>17.926</b>

### 3.1 Verbreitung nach Postleitzonen:

PLZ	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Postleitzone 0	6,3	1.129
Postleitzone 1	4,7	842
Postleitzone 2	9,1	1.630
Postleitzone 3	8,8	1.576
Postleitzone 4	8,6	1.540
Postleitzone 5	8,2	1.469
Postleitzone 6	6,1	1.093
Postleitzone 7	14,3	2.561
Postleitzone 8	20,4	3.654
Postleitzone 9	13,5	2.418
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) Inland</b>	<b>100,0</b>	<b>17.912</b>

#### Kurzfassung der Erhebungsmethode:

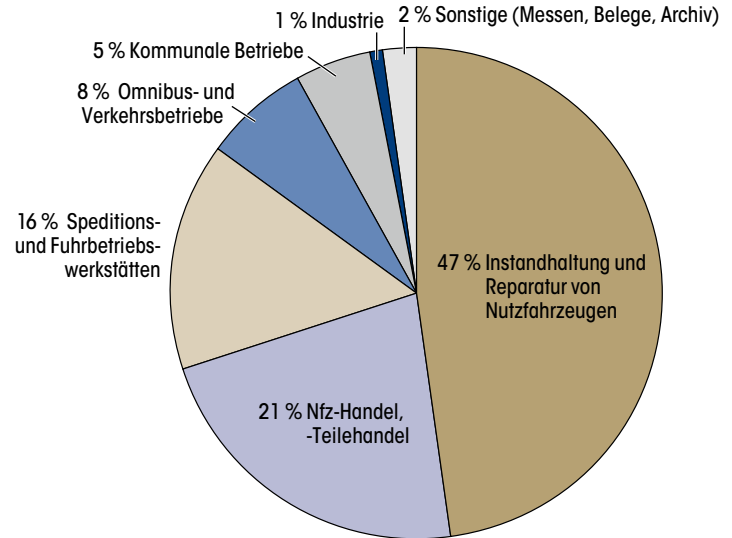
- Methode:** Verbreitungs-Analyse durch Dateiauswertung – Totalerhebung (Wechselversand)
- Grundgesamtheit:** tvA Inland 17.912 = 99,9 %  
In der Untersuchung nicht erfasst 14 = 0,1 %
- Stichprobe:** Totalerhebung
- Zielperson der Untersuchung:** entfällt
- Zeitraum der Untersuchung:** September 2016
- Durchführung der Untersuchung:** KraftHand Medien GmbH

Die detaillierte Beschreibung der Erhebungsmethode kann unter [www.krafthand-truck.de](http://www.krafthand-truck.de) > Media > Verbreitungsanalyse eingesehen werden.



## 4 Empfänger-Struktur:

Branchen/Wirtschaftszweige/Fachrichtungen/ Berufsgruppen	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Instandhaltung und Reparatur von Nutzfahrzeugen	47	8.425
Nfz-Handel, -Teilehandel	21	3.764
Speditions- und Fuhrbetriebswerkstätten	16	2.868
Omnibus- und Verkehrsbetriebe	8	1.434
Kommunale Betriebe	5	896
Industrie	1	180
Sonstige (Messen, Belege, Archiv)	2	360
	100	17.926



**Web-Adresse:** www.kraffhand-truck.de

### Werbeformen und Preise:

Werbeform	Platzierung	Format/Größe in Pixel	Preis pro Monat
Kopf-Banner	links oder rechts	468 × 60	290,- €
News-Banner 1, 2, 3, 4	Newsbereich	468 × 60	230,- €
Skyscraper		120 × 600	335,- €
Rectangle		300 × 250	345,- €
Video	wie Rectangle	300 × 250	375,- €

Alle Preise zzgl. USt.

**Dateiformate:** GIF, JPG, HTML

**Lieferadresse-/termin:** Bitte senden Sie das Werbemittel bis spätestens 3 Tage vor Kampagnenbeginn an folgende E-Mail-Adresse:  
anzeigen.truck@kraffhand.de

### Whitepage: **Preis: 3.000 € (Mindestlaufzeit: 3 Monate)**

Nutzen Sie unsere Whitepage auf kraffhand-truck.de als digitales Kommunikations- und Werbeinstrument. Profitieren Sie vom Look & Feel des Kraffhand-Truck-Online-Portals und präsentieren Sie Ihr Unternehmen, Ihre Produkte/Dienstleistungen auf einem digitalen branchenrelevanten Themenkanal. Sie erreichen eine interessierte, themenaffine Zielgruppe und erzielen dadurch hochwertige Kundenkontakte.

### Digitale Sonderwerbeformen

Sprechen Sie mit uns über Ihre digitale Strategie, wir machen Ideen gerne zu Konzepten.



### Zielgruppen-Marketing mit KRAFTHAND-Truck

„B2B-Entscheider sind ‚always on for business‘ – sie schauen ständig nach Informationen, egal ob während der Arbeit, unterwegs oder zu Hause. Dabei sind sie permanent erreichbar und empfänglich für B2B-Werbung. Dass B2B-Werbung aber auch sehr gut wirkt, wenn B2B-Entscheider privat im Netz unterwegs sind – also in einer Consumer-Situation – ist mittlerweile auch durch Studien belegt.“

*Stefan Hentschel, Google Industry Leader Technology & Mobile Advertising*

*Quelle: Marconomy Januar 2015.*

### Wie funktioniert Zielgruppen-Marketing?

- 1 Wir markieren alle Besucher von [krafthand-truck.de](http://krafthand-truck.de) mit einem Cookie und speichern deren konkretes Produkt- und Brancheninteresse.
- 2 Damit können diese Besucher beim weiteren Surfen wieder gefunden werden.
- 3 Dann spielen wir Ihre Werbebanner gezielt an Interessenten aus, die zuvor auf [krafthand-truck.de](http://krafthand-truck.de) markiert wurden.
- 4 Die Interessenten erhalten in Echtzeit Ihre Werbebanner.  
Das ergibt maximale Präsenz in Ihrer Kernzielgruppe und optimiert die Performance der gesamten Bannerkampagne.

**Buchbar nur in Kombination mit Bannerwerbung auf [krafthand-truck.de](http://krafthand-truck.de)**

### Angebote + Preise:

#### Display-Ad-Kontakte (pro Banner):

- je User 20.000 Ausspielungen je Monat
- auf allen Seiten-Segmenten von [krafthand-truck.de](http://krafthand-truck.de)
- ab 3 Monate Laufzeit bekommen Sie on top Social-Media-Werbung auf Facebook, zielgerichtet auf Nutzer von [krafthand-truck.de](http://krafthand-truck.de), ohne Zusatzkosten

**Preis:** 250 Euro pro Monat zusätzlich auf Banner-Schaltungen

#### Social-Media-Kampagne:

Lassen Sie uns hierzu grundlegende Daten zu Umfang, Frequenz und Wunschreichweite besprechen, danach haben wir die Basis für ein passendes Angebot.

**Preis:** richtet sich nach Reichweiten-Zielen und Umfang

#### YouTube-Videos:

Hier gibt es ebenfalls vorab wichtige Dinge zu klären, damit Ihre Kampagne mit Videos auch richtig wirkt. Wir freuen uns auf einen Ideenaustausch.

**Preis:** richtet sich nach Reichweiten-Zielen und Umfang

#### Technische Informationen:

- Ausspielung aller angebotenen Bannerformate möglich
- zulässige Formate: GIF, JPG, PNG, SWF, FLASH
- maximale Dateigröße: 200 KB
- Ziel-URL, auf die der Banner verlinkt werden soll, bitte mitsenden

Das Krafthand-Truck-  
Zielgruppen-Marketing  
im Internet:

1.  
NUTZER  
MARKIEREN

2.  
NUTZER  
WIEDER-  
FINDEN

3.  
NUTZER  
ERREICHEN

Auf diesen Websites  
finden wir die Nutzer wieder:



### Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und sonstige Werbemittel in Zeitschriften und ihren elektronischen Ausgaben

#### 1. Anzeigenauftrag

- 1.1. „Anzeigenauftrag“ ist der Vertrag zwischen Medien-Unternehmen und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (im folgenden Anzeige) von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten als Auftraggeber (im folgenden AG) in einer Zeitschrift, einem ePaper oder einem eMagazin zum Zweck der Verbreitung.
- 1.2. „ePaper“ ist eine ausschließlich in elektronischer Form, ohne Trägermedium verbreitete Ausgabe einer Zeitung oder Zeitschrift, deren redaktioneller und werblicher Inhalt (ungeachtet etwaiger Zusatzfunktionen), die sich unmittelbar aus den technischen Nutzungsmöglichkeiten ergeben, z. B. Verlinkungen) weitgehend identisch ist mit der gleichnamigen Printausgabe und die im Hinblick auf die darin enthaltenen Anzeigen gemeinsam mit der Printausgabe vermarktet wird.
- 1.3. „eMagazine“ ist eine ausschließlich in elektronischer Form ohne Trägermedium verbreitete Publikation, deren redaktioneller und werblicher Inhalt in der Regel eigenständig ist (auch vom Inhalt einer etwaigen gleichnamigen Printausgabe einer Zeitschrift abweicht) und die im Hinblick auf die darin enthaltenen Anzeigen eigenständig (unabhängig von einer etwaigen gleichnamigen Printausgabe) vermarktet wird.

#### 2. Anzeige und sonstige Werbemittel

- 2.1. Eine Anzeige kann aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen:
  - aus einem Bild oder Text,
  - aus Tonfolgen und Bewegtbildern,
  - aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom AG genannten Online- und Mobile-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des AG oder eines Dritten liegen.
- 2.2. Anzeigen, die auf Grund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden durch das Medien-Unternehmen kenntlich gemacht.
- 2.3. Für die Veröffentlichung von Anzeigen kommen grundsätzlich die Formate in Frage, die in der jeweils gültigen Preisliste ausgewiesen sind. Sonderwerbformen sind nach Rücksprache und Prüfung durch das Medien-Unternehmen möglich.

#### 3. Abschluss

- 3.1. 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 AG 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.
- 3.2. Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Umständen nicht erfüllt, die das Medien-Unternehmen nicht zu vertreten hat, so hat der AG, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Medien-Unternehmen zu erstatten.  
Der AG hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.
- 3.3. 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 das Medien-Unter-

nehmen. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernabfertigung.

#### 4. Anzeigen-Millimeter

Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

#### 5. Ablehnungsbefugnis

- 5.1. Das Medien-Unternehmen 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 das Medien-Unternehmen wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist
  - Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthält.
- 5.2. Aufträge für sonstige Werbemittel in Zeitschriften sind für das Medien-Unternehmen erst nach Vorlage des Musters und dessen Billigung bindend.
- 5.3. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Medien-Unternehmens. Diese berechtigt das Medien-Unternehmen zur Erhebung eines Verbundaufschlages.  
Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem AG unverzüglich mitgeteilt.
- 5.4. Das Medien-Unternehmen ist berechtigt, die Schaltung der Anzeige in elektronischen Ausgaben vorübergehend zu unterbrechen, falls ein hinreichender Verdacht auf rechtswidrige Inhalte der Website vorliegt, auf die der Hyperlink in der Anzeige verweist. Dies gilt insbesondere in den Fällen der Ermittlungen staatlicher Behörden oder einer Abmahnung eines vermeintlich Verletzten, es sei denn, diese ist offensichtlich unbegründet. Der AG wird über die Sperrung unterrichtet und hat die vermeintlich rechtswidrigen Inhalte unverzüglich zu entfernen oder deren Rechtmäßigkeit darzulegen und ggf. zu beweisen. Das Medien-Unternehmen kann dem AG anbieten, die Anzeige durch eine andere Anzeige und/oder durch einen Hyperlink auf eine andere Website zu ersetzen. Die insoweit entstehenden Mehrkosten können dem AG nach Nachweis durch das Medien-Unternehmen in Rechnung gestellt werden; die Entscheidung darüber obliegt dem Medien-Unternehmen. Die Sperrung ist aufzuheben, sobald der Verdacht entkräftet ist.
- 5.5. Das Medien-Unternehmen ist insbesondere berechtigt, eine bereits veröffentlichte Anzeige aus der elektronischen Ausgabe zurückzuziehen, wenn der AG nachträglich unabgesprochene Änderungen der Inhalte der Anzeige vornimmt oder die URL der Verlinkung ändert oder der Inhalt der Website, auf die verlinkt ist, wesentlich verändert ist. In diesem Fall steht dem AG keine kostenfreie Ersetzungsbefugnis zu, wobei das Medien-Unternehmen seinen vereinbarten Vergütungsanspruch behält.

#### 6. Druckunterlagen für Zeitschriften

- 6.1. Aufträge für Anzeigen mit besonderen Platzierungswünschen müssen so rechtzeitig beim Medien-Unternehmen eingehen, dass dem AG 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.
- 6.2. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder sonstige Werbemittel in Zeitschriften ist allein der AG verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der AG verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Medien-Unternehmens entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern.
- 6.3. Kosten des Medien-Unternehmens für vom AG gewünschte oder zu verletzende Änderungen der Druckvorlagen hat der AG zu tragen. Vereinbart ist die für den belegten Zeitschriftenanteil nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder sonstigen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der AG die Vorgaben des Medien-Unternehmens zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.

- 6.4. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der AG Anspruch auf Zahlungsinderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde.
- 6.5. Das Medien-Unternehmen 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 AG steht, oder
  - diese für das Medien-Unternehmen nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre.
- Lässt das Medien-Unternehmen eine ihm für die Ersatzanzeige gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der AG ein Recht auf Zahlungsinderung 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.

## 7. Bereitstellung Anzeigen für elektronische Ausgaben

- 7.1. Der AG ist verpflichtet zur vollständigen Anlieferung einwandfreier und geeigneter Anzeigen für elektronische Ausgaben (Banner, Ziel-URL, Alt-Text und ggf. Motipläne) in der endgültigen digitalen Form bis spätestens fünf Werktage vor dem vereinbarten ersten Veröffentlichungstermin an das Medien-Unternehmen per E-Mail. Für Sonderwerbeformen gilt eine Frist von zehn Werktagen.
- 7.2. Sind die Dateien auf dem Server des AG oder eines Dritten abgespeichert, teilt der AG unter Berücksichtigung der zuvor genannten Bedingungen die URL der zu schaltenden Anzeige mit.
- 7.3. Etwaige Abweichungen sind mit dem Medien-Unternehmen unverzüglich in Textform abzustimmen. Das Vorstehende gilt sinngemäß auch für die vom AG genannten Adressen, auf die die Anzeige verweisen soll.
- 7.4. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Anzeigen fordert das Medien-Unternehmen Ersatz an. Bei nicht ordnungsgemäßer, insbesondere verspäteter Anlieferung oder nachträglicher Änderung wird keine Gewähr für die vereinbarte Verbreitung der Anzeige übernommen.
- 7.5. Will der AG nach Ablauf der vorstehenden Fristen Anzeigen austauschen oder verändern oder von einem evtl. bestehenden Motiplan abweichen, wird das Medien-Unternehmen prüfen, ob diese Änderungen bzgl. des ursprünglich vereinbarten Veröffentlichungstermins noch vorgenommen werden können. Ist dies nicht der Fall, verbleibt es bei der ursprünglichen Vereinbarung.

## 8. Gewährleistung und Haftung

- 8.1. Das Medien-Unternehmen gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine, dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe der Anzeige. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler. Dem AG ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jederzeit eine gänzlich fehlerfreie Wiedergabe einer Anzeige zu ermöglichen. Ein Fehler in der Darstellung der Anzeige liegt insbesondere dann nicht vor, wenn er hervorgerufen wird:
- durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoff- oder -hardware (z.B. Browser) des Users oder des Internetdienleisters oder
  - wenn die Beeinträchtigung bei der Wiedergabe der Anzeige dessen Zweck nicht wesentlich beeinträchtigt oder
  - durch Störung der Kommunikationsnetze (z.B. aber nicht ausschließlich Leitungs- oder Stromausfall) beim Medien-Unternehmen oder anderer Betreiber oder
  - durch Rechnerausfall auf Grund Systemversagens oder Leitungsausfall oder
  - durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte zwischengespeicherte Angebote auf sog. Proxy-Servern (Zwischenspeichern) oder im lokalen Cache oder
  - durch einen Ausfall des vom Medien-Unternehmen genutzten Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.
- 8.2. Von der Gewährleistung ausgenommen sind Störungen, die aus Mängeln oder Unterbrechung des Rechners des AG sowie der Kommunikationswege vom AG zu den Servern des Medien-Unternehmens entstehen.
- 8.3. Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 Prozent der gebuchten Zeit) einer zeitgebundenen Festbuchung, wird das Medien-Unternehmen versuchen, den Ausfall an Medialeistung nachzuliefern. Im Falle des Scheiterns einer Nachlieferung, entfällt die Zahlungspflicht des AG für die in dem Zeitraum nicht realisierten bzw. durchschnittlich nicht angefallenen Medialeistungen. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.
- 8.4. Außerhalb seines Herrschaftsbereiches trägt das Medien-Unternehmen nicht die Gefahr des Datenverlustes auf dem Übertragungswege und übernimmt auch keine Gewährleistung und/oder Haftung für die Datensicherheit. Gefährübergang ist mit Eingang der Anzeige auf einem der Server des Medien-Unternehmens.
- 8.5. Das Medien-Unternehmen wird mehr als unerhebliche Störungen und Fehler seiner Server schnellst möglich beseitigen und ist bemüht, unerhebliche Beeinträchtigungen in angemessener Frist zu beseitigen.

- 8.6. Das Medien-Unternehmen ist nicht verpflichtet, die zur Verfügung gestellten Anzeigen bzw. sonstigen Werbemittel auf deren Richtigkeit, Aktualität, Vollständigkeit, Seriosität, Qualität und/oder Freiheit von Fehlern zu überprüfen und übernimmt dafür weder ausdrücklich noch konkludent die Gewähr oder die Haftung.
- 8.7. Das Medien-Unternehmen leistet nur Schadensersatz
- bei Vorsatz, grober Fahrlässigkeit und Fehlen einer zugesicherten Eigenschaft;
  - in allen anderen Fällen aus Verletzung einer Kardinalspflicht, aus Verzug oder aus Unmöglichkeit für Schäden, mit deren Eintritt bei Vertragsschluss vernünftigerweise zu rechnen war, jedoch nicht für irgendwelche besonderen, zufällig entstandenen oder indirekten Schäden oder Folgeschäden. Gegenüber Kaufleuten ist in jedem Fall die Haftung für grobe und leichte Fahrlässigkeit, bei Erfüllungsgehilfen, die nicht gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte sind, auch für Vorsatz, auf den üblicherweise und typischerweise in derartigen Fällen vorausehnbaren und vom AG nicht beherrschbaren Schaden begrenzt. Soweit eine Kardinalspflicht im vorgenannten Sinne fahrlässig verletzt wurde, haftet das Medien-Unternehmen höchstens bis zur Höhe der Vergütung, die er für die Schaltung des jeweiligen Werbemittels erhält oder erhalten hätte.
- 8.8. Die Haftung für Schäden wegen der Verletzung von Körper, Leben und Gesundheit und nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt hiervon unberührt.
- 8.9. Auf Mängel können Schadensersatzansprüche des AG nur gestützt werden, soweit sie vom Medien-Unternehmen gem. §§ 276, 278 BGB zu vertreten sind.
- 8.10. Das Medien-Unternehmen übernimmt, abgesehen von Vorsatz und grober Fahrlässigkeit, keine Haftung für die Zugangsqualität und -möglichkeit und die Qualität der Darstellung, für Speicherausfall, Unterbrechung, evtl. Verspätung, Löschung und Fehlerübertragung bei der Kommunikation.
- 8.11. Ziff. 8.10. gilt nicht für Staaten bzw. Geschäftsbereiketen, die den Ausschluss oder die Begrenzung der Haftung für Folge- oder zufällig entstandene Schäden nicht gestatten.
- 8.12. Alle gegen das Medien-Unternehmen gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.
- 8.13. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Medien-Unternehmens als auch in fremden Betrieben, derer sich das Medien-Unternehmen zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat das Medien-Unternehmen Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Medien-Unternehmensobjekt mit 80 % der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Medien-Unternehmen ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Auslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

## 9. Zahlungsfrist

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.

## 10. Zahlungsverzug

Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Das Medien-Unternehmen 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 AG ist das Medien-Unternehmen berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenabschlussstermin und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

## 11. Anzeigenbeleg bei Anzeigen in Zeitschriften

Das Medien-Unternehmen liefert Anzeigen in Zeitschriften 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 Medien-Unternehmens über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

## 12.a. Aufgabeminderung

Aus einer Aufgabeminderung kann – vorbehaltlich der Regelung der Ziffer 12b – 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 Garantiefaufgabe unterschritten wird. Eine Aufgabeminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie

bei einer Garantieaufgabe bis zu 50.000 Exemplaren mindestens 20 v. H.,  
bei einer Garantieaufgabe bis zu 100.000 Exemplaren mindestens 15 v. H.,  
bei einer Garantieaufgabe bis zu 500.000 Exemplaren mindestens 10 v. H.,  
bei einer Garantieaufgabe über 500.000 Exemplaren mindestens 5 v. H.  
beträgt.

Als Garantieaufgabe 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 vorausgegangenen Kalenderjahres.

Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn das Medien-Unternehmen dem AG von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

#### 12b. Sondervorschrift bei Auflagenminderungen für Titel, die heftbezogene Auflagendaten veröffentlichen

Abweichend von Ziffer 12a berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagendaten veröffentlichen, nur dann zu einer Preisminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (Garantieaufgabe) von bis zu 500.000 Exemplaren 10 v. H. und bei einer Auflage (Garantieaufgabe) von über 500.000 Exemplaren 5 v. H. überschreitet. Die der Garantie zugrundeliegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IVW. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr aus dem Auflagendurchschnitt der vier Quartale vor dem Insertionsjahr, soweit nicht vom Medien-Unternehmen eine absolute Auflagenzahl als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengentafel und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisminderung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde. Die mögliche Auflagenminderung errechnet sich als Saldo der Aufgabener- und Aufgabenerüberschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Insertionsjahres. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalgutschrift oder wenn dies nicht mehr möglich ist als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2.500 Euro beträgt.

#### 13. Ziffernanzeige

- 13.1. Bei Ziffernanzeigen wendet das Medien-Unternehmen für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe 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, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet das Medien-Unternehmen zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein.
- 13.2. Dem Medien-Unternehmen kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des AG zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 (Gewicht 500 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen 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 AG die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

#### 14. Gerichtsstand und anwendbares Recht

- 14.1. Erfüllungsort ist der Sitz des Medien-Unternehmens.
- 14.2. Im Geschäftsverkehr mit Käuflern, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Medien-Unternehmens. Soweit Ansprüche des Medien-Unternehmens nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Käuflern nach deren Wohnsitz.
- 14.3. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des AG, auch bei Nicht-Käuflern, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der AG nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Medien-Unternehmens vereinbart.

#### 15. Werbemittel und Werbeagenturen

Die Werbemittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Medien-Unternehmens zu halten.

#### 16. Preisänderungen

Preisänderungen für erteilte Auftragsaufträge sind gegenüber Unternehmern wirksam, wenn sie vom Medien-Unternehmen mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem AG ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

#### 17. Rechteeinräumung und -gewährleistung

- 17.1. Der AG gewährleistet, dass er alle zur Veröffentlichung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der AG trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Veröffentlichung zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelieferten sonstigen Werbemittel. Er stellt das Medien-Unternehmen im Rahmen des Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird das Medien-Unternehmen von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der AG ist verpflichtet, das Medien-Unternehmen nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.
- 17.2. Die rechtliche Verantwortung, insbesondere die wettbewerbsrechtliche Verantwortung für den Inhalt sämtliche bereitgestellte Anzeigen, trägt ausschließlich der AG. Er ist verpflichtet, sorgfältig zu überprüfen, dass die Inhalte nicht gegen gesetzliche Bestimmungen verstoßen und gewährleistet, dass durch den Inhalt der jeweiligen Anzeigen keine Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Er gewährleistet, im Rahmen der Vertragsbeziehung keine rechts- oder sittenwidrigen Inhalte zu verbreiten oder auf diese Bezug zu nehmen.
- 17.3. Der AG überträgt dem Medien-Unternehmen sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print-Online-Medien aller Art erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlichen Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar im Rahmen der Vertragserfüllung auf Dritte übertragbar und zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen. Vorgenannte Rechte berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

#### 18. Datenschutz

- 18.1. Der AG wird hiermit gemäß Telemediengesetz (TMG), Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) sowie sonstiger datenschutzrechtlicher Bestimmungen davon unterrichtet, dass die im Rahmen der Inanspruchnahme der Leistungen vom Medien-Unternehmen, insbesondere die der Auftragserteilung und -bearbeitung angegebene personenbezogenen Daten ausschließlich zu dem Zwecke maschinenlesbar gespeichert, verarbeitet und genutzt werden, zu dem der AG dieses angegeben hat, sofern keine Einwilligung in eine andere Nutzungsart erteilt wurde sowie zum Zwecke der Abrechnung und Vergütung.
- 18.2. Das Medien-Unternehmen ist berechtigt, die personenbezogenen Daten des AG bzw. des Interessenten im Rahmen der Auftragserteilung und -bearbeitung sowie der Verfügbarkeitsanfrage zu erheben, zu verarbeiten, zu speichern und zu nutzen, soweit dies erforderlich ist, um dem AG die Schaltung und die Inanspruchnahme der Leistungen des Medien-Unternehmens zu ermöglichen und um eine Abrechnung vornehmen zu können. Ferner ist das Medien-Unternehmen berechtigt, auf diese zur Erhaltung seiner Betriebsfähigkeit zuzugreifen. Das Medien-Unternehmen gewährleistet die vertrauliche Behandlung dieser Daten.
- 18.3. Der AG kann jederzeit – nach schriftlicher Anfrage – die zu seiner Person gespeicherten persönlichen Daten, unentgeltlich beim Medien-Unternehmen einsehen.
- 18.4. Das Medien-Unternehmen verpflichtet sich seinerseits, im Rahmen des TMG, BDSG sowie der sonstigen Datenschutzbestimmungen, die ihm aus dem Nutzungsverhältnis bekannt werdenden Daten des AGs, vorbehaltlich einer anderweitig erteilten Einwilligung, nur für die Erfüllung der Zwecke dieser AGB zu verwenden, das Datengeheimnis zu wahren und seine Mitarbeiter entsprechend zu verpflichten, soweit dies gesetzlich erforderlich ist.
- 18.5. Um feststellen zu können, inwiefern das Angebot für die AG von Interesse ist und verbessert werden kann, werden allgemeine, nicht-personenbezogene insbesondere statistische Daten über die Nutzung der Online- und Mobile-Leistungen des Medien-Unternehmens festgehalten. Dazu werden Umfragen durchgeführt und Daten und Informationen aus Server-Protokolldateien auf ganzheitlicher Basis zusammengefasst und für Statistiken und Analysen genutzt.
- 18.6. Im Bemühen, das Angebot noch effektiver zu gestalten, ist der AG damit einverstanden, dass das Medien-Unternehmen als Teilnehmender an führenden Marktforschungsvorhaben Bruttoverbeurteilungen des AG auf Produktebene an die durchführende Unternehmung zur Veröffentlichung übermittelt, sofern diese die ausschließliche Verwendung der Daten zu werbestatistischen Zwecken garantiert.

**Starke Medienmarken**

**Mobile Anwendungen**

Zeitschriften

**Bücher**

Broschüren

Schulungen

**Filmproduktion**

**Werkstatt- und Bürobedarf**

Medien-**360°**  
Dienstleistungen

Webdesign  
und -entwicklung

**Social Media**

Kundenmagazine

**Produktfotografie**

**Krafthand Medien GmbH**

Walter-Schulz-Straße 1 | 86825 Bad Wörishofen | Telefon: +49 8247 3007 -10 | Fax: +49 8247 3007 -70  
www.krafthand-medien.de, E-Mail: info@krafthand.de

[www.krafthand-medien.de](http://www.krafthand-medien.de)