

Media-Daten 2017

Kurzcharakteristik:

Das VDL-Journal berichtet viermal im Jahr über wechselnde Schwerpunktthemen kombiniert mit Berichten über aktuelle Entwicklungen im Agrarbereich, Bildungsfragen, Berufsbilder und Aktivitäten des VDL-Bundesverbandes und seiner Mitgliedsverbände. Der Leserkreis setzt sich zusammen aus Hochschulabsolventen der Agrar-, Ernährungs- und Gartenbauwissenschaften sowie der Landespflege und des Umweltmanagements, die als Führungs-, Fach- und Beratungskräfte an den Schaltstellen von Wirtschaft, Behörden, Wissenschaft, Politik und Verbänden arbeiten. Sie entscheiden über Investitionen im staatlichen und privaten Bereich und sind verantwortlich für zukunftsweisende Planungen und Maßnahmen in der deutschen Agrar- und Ernährungswirtschaft. Studierende dieser Fachrichtungen erhalten das VDL-Journal ebenfalls.

Anzeigenpreisliste Nr. 51
Gültig ab Folge 1/2017



Angaben zur Zeitschrift:

Zeitschriftenformat:

210 mm breit, 297 mm hoch, DIN A4

Satzspiegel:

180 mm breit, 248,5/266 mm hoch,
4 Anzeigenspalten je 41,5 mm
= 994/1.064 mm Seiteninhalt

Druck- und Bindeverfahren:

Offset-Druck, Rückenheftung

Bunddurchdruck/Anschnitt:

Beschnittzugabe 5 mm (Mindestformat ½ Seite)

Durchschnittlich verbreitete Auflage:

Im 1. Halbjahr 2016: 5.700 Exemplare

Herausgeber/Verlag/Druckunterlagenannahme:

VDL Bundesverband
Berufsverband Agrar, Ernährung, Umwelt e.V.
Claire-Waldoff-Str. 7
10117 Berlin
Tel.: 030/31904-585
Fax: 030/31904-588
E-Mail: info@vdl.de
Homepage: www.vdl.de

Digitale Datenübertragung:

per E-Mail: info@herbell.net oder grafik@herbell.net
per FTP-Server: auf Anfrage
Daten im PDF-Format (hochaufgelöst) oder als EPS.
Bitte darauf achten, dass alle Schriften und Bilder mit 300 dpi im CMYK-Modus integriert sind.
Zur Sicherstellung der Qualität bitte Proof/Andruck (bei Farbanzeigen Farbproof/Farbandruck) an den VDL Bundesverband e. V. liefern.

Datenanlieferung auf Datenträger:

per CD an:
Thomas Herbell
Konzeption Grafik Layout
Kopenhagener Straße 78
10437 Berlin

Redaktion:

Dr. Dieter Barth
Tel. / Fax: 02506/811805
E-Mail: dr-barth@muenster.de

Anzeigenleitung/Anzeigendisposition:

VDL Bundesverband e.V.
Dr. Astrid Kubatsch
Tel.: 030/ 31904-585
Fax: 030/ 31904-588
E-Mail: info@vdl.de

Zahlungsbedingungen:

Sofort ohne Abzug nach Rechnungserhalt

Bankverbindung:

DKB AG
IBAN: DE91120300001020170096
BIC: BYLADEM1001

Anzeigenformate und Preise 2017

Format	Spalten	Breite x Höhe in mm	Grundpreis	
			2c und 3c Euroskala	4c Euroskala
			€	€
1/1 Seite	4	180 x 266	2093,00	2761,00
1/2 Seite	2	87,5 x 266	1203,00	1587,00
	4	180 x 133		
1/3 Seite	4	180 x 88	837,00	1104,00
	1	57 x 266		
1/4 Seite	4	180 x 66	655,00	863,00
	1	41,5 x 266		
1/8 Seite	2	87,5 x 133	340,00	450,00
	4	180 x 32		
	1	41,5 x 133		
	2	87,5 x 66		

Mehrfaches dieser Seitenteile möglich.

Alle Preise zzgl. ges. MwSt. Anzeigenpreisliste Nr. 51, gültig ab 01.01.2017.

Rabatte

Mengenstaffel		Malstaffel	
1/2 Seite	3%	3 Anzeigen	3%
1/1 Seite	5%	6 Anzeigen	5%
3 Seiten	10%	9 Anzeigen	10%
6 Seiten	15%	12 Anzeigen	20%

Termine

Nr.	Monat	Erscheinungstermin (Postauslieferung)	Anzeigen- schluss	Druckunterlagen- schluss
1	Februar	15.03.2017	01.03.2017	03.03.2017
2	Juni	21.06.2017	31.05.2017	06.06.2017
3	September	13.09.2017	30.08.2017	03.09.2017
4	Dezember	13.12.2017	29.11.2017	04.12.2017

Einhefter

Vor Auftragsannahme ist dem Herausgeber ein verbindliches Muster vorzulegen. Einhefter dürfen nur das Verkaufsprogramm eines Werbungstreibenden beinhalten.

Format: Mind. auf 90 g/qm Bilder- oder Offsetpapier produziert.

- 4-Seiter offen: 43 x 30,7 cm, (inkl. Rundumbeschnitt 5 mm), formatbeschnitten ungefalzt anliefern
- 8-Seiter zu 2 x 4 Seiten anliefern, Format wie 4-Seiter (s.o), formatbeschnitten und ungefalzt anliefern
- 6-Seiter: vorherige Absprache mit der Druckerei nötig

Anlieferung: Zeitschriftenauflage plus 2 % Zuschuss, 8 Tage vor Erscheinen

Preise:

4-seitiger Einhefter: 1.655,00 €
 6-seitiger Einhefter: 2.483,00 €
 8-seitiger Einhefter: 3.241,00 €

Ermäßigte Preise (ohne Nachlässe)

Millimeterpreis (41,5-mm-Spalten)

Stellenangebote*: s/w 1,63 € zzgl. MwSt.
 4c 2,44 € zzgl. MwSt.
Stellengesuche: s/w 1,20 € inkl. MwSt.
 4c 1,80 € inkl. MwSt.
Chiffregebühr: 6,83 € inkl. MwSt.

* Der Preis für Stellenangebote beinhaltet eine Veröffentlichung unter www.agrarzeitung.de/jobs und unter www.vdl.de.

Beilagen

Vor Auftragsannahme ist dem Herausgeber ein verbindliches Muster vorzulegen.

Format:

bis höchstens 205 mm breit, 295 mm hoch

Höchstgewicht:

bis 25 g

Preis:

je Tausend 173,- € zzgl. der jeweils gültigen Post- oder Versandkosten

Anlieferung:

Zeitschriftenauflage plus 2 % Zuschuss
 8 Tage vor Erscheinen

Versandanschrift

für Beilagen und Einhefter:

Gribsch & Rochol Druck GmbH & Co. KG,
 Uwe Przybilla, Gabelsbergerstraße 1,
 59069 Hamm

(Bitte geben Sie den Zeitschriftennamen, die Ausgabe und die Liefermenge an.)

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Anzeigen und andere Werbemittel in Zeitungen und Zeitschriften

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 Werbung-treibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Zeitung oder Zeitschrift 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 Aufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird.

3. Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechts-pflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme ent-sprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.

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

5. Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Hefnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

6. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. 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

– 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 oder 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 Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.

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 bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn

– diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder

– diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre.

Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängig-machung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden. Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

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 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.

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 Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlussstermin und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenauschnitte, 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.

16a. Aus einer Auflagenminderung kann – vorbehaltlich der Regelung der Ziffer 16b – 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 Garantiae Auflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie bei einer Garantiae Auflage bis zu 50 000 Exemplaren mindestens 20 v. H., bei einer Garantiae Auflage bis zu 100 000 Exemplaren mindestens 15 v. H., bei einer Garantiae Auflage bis zu 500 000 Exemplaren mindestens 10 v. H., bei einer Garantiae Auflage über 500 000 Exemplaren mindestens 5 v. H. beträgt. Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt. Als Garantiae Auflage 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 der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

16b. (Sondervorschrift bei Auflagenminderungen für Titel, die heftbezogene Auflagedaten veröffentlichten) Abweichend von Nummer 16a berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagedaten veröffentlichen, nur dann zu einer Preisminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (Garantie Auflage) von bis zu 500 000 Exemplaren 10 v. H. und bei einer Auflage (Garantie Auflage) von über 500 000 Exemplaren 5 v. H. überschreitet. Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt. Die der Garantie zugrunde liegende 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 für das Insertionsjahr absolute Auflagenzahl als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengenstaffel 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 Auflagenüber- und Auflagenunterschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Insertionsjahres. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennetzes unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agentenvergütung als Naturalgutschrift oder wenn dies nicht mehr möglich ist als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2500 Euro beträgt.

17. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag 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 Ziffer-anzeigen 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 A 4 (Gewicht 1000 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 Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

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

19. Die Werbungsmitte l und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlerprovision darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

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

21. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. 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 Konzern-rabattierung.

22. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelieferten Werbe-mittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Auftragsauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrecht-lichen 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.

23. 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, derer 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 verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

Zusätzliche Bedingungen des Verlages

a) Mit der Erteilung eines Auftrages erkennt der Auftraggeber die Allgemeinen und die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Verlages an.

b) Unterläuft bei der Wiederholung einer Anzeige der gleiche Fehler wie in der ersten Veröffentlichung, so sind Ansprüche auf Zahlungsminderung oder Ersatz ausgeschlossen, wenn der Auftraggeber nach der ersten Veröffentlichung nicht sofort reklamiert hat.

c) Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden sie erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungtreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.

d) Im Falle höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz. Insbesondere wird auch kein Schadenersatz für nicht oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen geleistet.

e) Der Verlag ist berechtigt, im Einzelfall das allgemeine Zahlungsziel zu verkürzen.