

Media-Informationen

Der Aufsichtsrat

2010

Kernzielgruppe:

- Aufsichtsratsmitglieder in Aktiengesellschaften, GmbHs, Genossenschaften und anderen Rechtsformen
- Mitglieder freiwilliger Überwachungsorgane, zum Beispiel in GmbHs
- Mitglieder von Aufsichtsorganen der Sparkassen, kommunalen Eigenbetriebe und eingetragenen Vereine
- Berater und Rechtsanwälte, die sich mit Aufsichtsratsfragen beschäftigen

FACHVERLAG
Verlagsgruppe Handelsblatt



www.aufsichtsrat.de

Der Aufsichtsrat

FACHINFORMATIONEN FÜR VERANTWORTUNGSVOLLE ÜBERWACHUNG UND BERATUNG VON UNTERNEHMEN

Preisliste Nr. 7
Gültig ab 1. Januar 2010

Monatlich vorbereitete Auflage:
2.000 Exemplare

Erscheinungsort: Düsseldorf

Format: 210 mm breit x 297 mm hoch
Satzspiegel: 165 mm breit x 227 mm hoch
Druckanschnitt*: 210 mm breit x 297 mm hoch

Anzeigenpreise:	Format	4c (Euro)
	1/1 Seite	3.050,-

Platzierung: 2./3./4. Umschlagseite

Anzeigenformate:	Format	Satzspiegel B x H in mm	Anschnitt* B x H in mm
	1/1 Seite	165 x 227	210 x 297

**Anzeigenpreise
Sonderheft:** **5.000 Exemplare erhöhte Auflage**

Format	4c (Euro)
1/1 Seite	3.650,-
1/2 Seite hoch	2.450,-
1/2 Seite quer	2.450,-
1/3 Seite quer	2.080,-

Weitere Formate Beilagen/Beihefter auf Anfrage

**Anzeigenformate
Sonderheft:**

Format	Satzspiegel B x H in mm	Anschnitt* B x H in mm
1/1 Seite	165 x 227	210 x 297
1/2 Seite hoch	80 x 227	105 x 297
1/2 Seite quer	165 x 114	210 x 135
1/3 Seite quer	165 x 76	210 x 96

*Die Formate im Anschnitt sind exklusive Beschnittzugabe, bitte je 3 mm oben, unten, links und rechts für den Beschnitt zugeben.

**Datenübertragung
per ISDN:** Macintosh (Leonardo) 03 51/4203-190

**Datenübertragung
per E-Mail:** satz@sdv.de (nicht größer als 7 MB)

Dateien Mac oder PC: QuarkXPress, PageMaker, InDesign, Freehand, Illustrator, Photoshop, CorelDraw (PC), PDF-Dateien
Bei offenen Dateien bitte unbedingt Schriftenkoffer mitliefern.

Beilagen: Höchstformat: 200 mm breit x 290 mm hoch
Mindestformat: 60 mm breit x 75 mm hoch

Preis bis 25 g (nicht rabattfähig) pro Ts.: € 385,00
je weitere 5 g € 19,50, zuzüglich Portomehrkosten

Beihefter: sind fest in die Zeitschrift eingehaftete Drucksachen/
Prospekte. Sie müssen verarbeitungsfertig vom Auftrag-
geber zur Verfügung gestellt werden.

Beihefterpreise: 4 Seiten € 5.650,00
Auf Beiheftern aufgeklebte Produkte sind postgebühren-
pflichtig. Für Postgebühren kann weder Provision noch
Skonto gewährt werden.

Belegungsmöglichkeiten: Gesamtauflage

Beihefterformate: Höhe 297 mm (zzgl. je 4 mm Anschnitt oben und unten),
Breite linke Seite 210 mm (zzgl. 4 mm Anschnitt links),
Breite rechte Seite 210 mm (zzgl. 4 mm Anschnitt und
10 mm Nachfalz rechts).

Rabatt: Beihefter werden nach der Mengenstaffel rabattiert.

Mindestpapiergewicht: Für den 4-seitigen Beihefter 115 g

Muster: Senden Sie bitte vorab 3 Muster an die Anzeigenabteilung.

Beikleber: werden auf Trägeranzeigen (mindestens 1/1 Seite) so
aufgeklebt, dass sie mühelos abgelöst und verwendet
werden können. Beikleber sind:
a) Postkarten oder andere rechteckige, ungefaltete
Drucksachen, leere Briefumschläge (Lasche geschlossen),
b) gefüllte Briefumschläge (Lasche geschlossen),
gefaltete Drucksachen,
c) Warenproben auf Anfrage mit Muster.

Andere Ausführungen sind nur nach besonderer
Vereinbarung möglich.

Beikleberpreise: Postkarten oder andere rechteckige,
(je Tausend) ungefaltete Drucksachen, leere Briefumschläge
(Lasche geschlossen) € 106,00
Briefumschläge mit Inhalt,
gefaltete Drucksachen, CD-ROM € 116,00
Andere auf Anfrage, zuzüglich Portomehrkosten

Vor der Übermittlung von Dateien bitte die Sendung mit Angabe des Dateinamens telefonisch ankündigen.

Ansprechpartner: Frau Löttsch
Telefon: 0351/4203-165
Fax: 0351/4203-125
E-Mail: susanne.loettsch@sdv.de

Ein Original-Andruck des Motivs muss parallel an die Druckerei gehen, da sonst keine Farb-Garantie übernommen werden kann.

Außerdem wird das Motiv der Anzeige per Fax an den Verlag erbeten.

Ansprechpartner: Beate Dohmen
Telefon: 02 11/887-14 87
Fax: 02 11/887-1500

Anzeigenschluss, Druckunterlagen- und Rücktrittstermine:

Nach dem jeweils gültigen Terminkalender. Die Rücktrittstermine sind jeweils identisch mit den Anzeigenschlussterminen. Durch die äußerst knapp kalkulierten Anzeigen- und Druckunterlagenchlussstermine kann verspätete Druckunterlagen-Anlieferung das Druckergebnis beeinträchtigen. Eventuelle Reklamationen sind in solchen Fällen ausgeschlossen.

Farbanzeigen, zusammengefasste Formate:

Sonderfarben oder Farbtöne, die durch den Zusammendruck von Farben der verwendeten Skala nicht erreicht werden können, bedürfen besonderer Vereinbarung. Einzelheiten auf Anfrage.

Anschnitt oder Satzspiegelüberschreitung werden nicht berechnet.

Druckverfahren: Bogenoffset
Verarbeitung: Rückendrahtheftung
Belege: bis zu 3 Vollbelege kostenlos
Bankverbindung: Dresdner Bank AG, Konto 212 665 500, BLZ 300 800 00
Swift Code: DRESDEFF300
IBAN: DE07 3008 0000 0212 6655 00
Ust-IdNr.: DE 814828360

Zahlungsbedingungen: Bei Vorkasse und Bankeinzug 2% Skonto.
Innerhalb von 8 Kalendertagen nach Erscheinungstermin
1% Skonto.
Innerhalb von 15 Kalendertagen nach Erscheinen
netto Kasse.

Alle Preise zuzüglich Mehrwertsteuer.

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften, Anzeigenpreise, Formate, Nachlässe.

Belegungs- möglichkeiten:

Platzierung:

Technische Hinweise:

Muster:

Versandanschrift für Beilagen und Beikleber:

Verlag:

Telefon:

Fax:

Erscheinungsweise:

Nachlässe:

Rücktrittsrecht:

Anzeigenleitung:

Anzeigendisposition:

Basisanzeige in der Gesamtauflage

Die Platzierung der Anzeige sowie der Stand des Beiklebers auf der Anzeige bedarf der Abstimmung mit der Anzeigenabteilung.

Papiergewicht für Postkarten 170 g/m²
Höchstgewicht für gefüllte Umschläge 20 g

Vorab 3 Exemplare an die Anzeigenabteilung erbeten

Frei Haus an:

Sächsisches Druck- und Verlagshaus AG
Tharandter Straße 23-27, D-01159 Dresden
mit Hinweis für „Der Aufsichtsrat, Nr. ...“

Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH
Kasernenstraße 67
D-40213 Düsseldorf,
Postfach 10 11 02
D-40002 Düsseldorf

02 11/8 87-15 25

02 11/8 87-15 00

monatlich

Mengenstaffel

3 Seiten = 5%
6 Seiten = 10%
9 Seiten = 15%
12 Seiten = 20%

Für Anzeigen und Beilagen/Beihefter zum
Anzeigenschluss, Beikleber 6 Wochen vor Erscheinen

Regina Hamdorf

Telefon: 02 11/887-1484

E-Mail: fz.rws@fachverlag.de

Beate Dohmen

Telefon: 02 11/887-14 87

Fax: 02 11/887-1500

E-Mail: fz.rws@fachverlag.de

Erscheinungstermine 2010

Heft-Nr.	Erscheinungs-termin	Anzeigen- schlussstermin	Druckunterlagen- schlussstermin
1	15.01.2010	04.01.2010	07.01.2010
2	16.02.2010	04.02.2010	08.02.2010
3	15.03.2010	04.03.2010	08.03.2010
4	15.04.2010	06.04.2010	08.04.2010
5	14.05.2010	03.05.2010	06.05.2010
6	14.06.2010	02.06.2010	07.06.2010
7/8	15.07.2010	05.07.2010	07.07.2010
Sonderheft	02.09.2010	19.08.2010	23.08.2010
	Innere Organisation von Aufsichtsräten und Beiräten		
9	15.09.2010	02.09.2010	06.09.2010
10	15.10.2010	04.10.2010	07.10.2010
11	15.11.2010	04.11.2010	08.11.2010
12	15.12.2010	02.12.2010	06.12.2010

Redaktion: Dr. Annette Jünger-Fuhr
Telefon: 02 11/887-1448
Fax: 02 11/887-97-1448
E-Mail: a.fuhr@fachverlag.de

Redaktionsprogramm **Der Aufsichtsrat**

Überwachungsaufgabe des Aufsichtsrats

Aufgaben des Aufsichtsrats; Umfang der Überwachungspflichten; Strategiefragen; Prüfung der Rechnungslegung durch den Aufsichtsrat; Informationsrechte und -pflichten; Sorgfaltspflichten; Deutscher Corporate Governance Kodex

Innere Organisation des Aufsichtsrats

Vorbereitung und Ausgestaltung von Aufsichtsratssitzungen; Ausschussbildung; Fragen zur Geschäftsordnung; Zusammenwirken von gesamtem Gremium und Ausschüssen; Vergütungsfragen

Rechte und Pflichten des Aufsichtsratsmitglieds

Persönliche Voraussetzungen für die Mitgliedschaft im Aufsichtsrat; von den Aufsichtsratsmitgliedern zu fordernde Mindestkenntnisse und -fähigkeiten; Fortbildung; Rechte und Pflichten der einzelnen Mitglieder gegenüber dem gesamten Gremium; Gebot persönlicher und eigenverantwortlicher Amtsausübung

Haftung von Aufsichtsratsmitgliedern

Rechtliche Entwicklung der Haftung; Haftungstatbestände; D&O-Versicherung

Der Aufsichtsrat im System zur Unternehmensüberwachung

Zusammenwirken des Aufsichtsrats mit anderen Überwachungsträgern; Rolle des Aufsichtsrats im System zur Unternehmensüberwachung

Vergleichbare Themen für Mitglieder anderer Überwachungsgremien, z.B. Beiräte und Verwaltungsräte, werden ebenfalls behandelt.

Der Aufsichtsrat

FACHINFORMATIONEN FÜR VERANTWORTUNGSVOLLE ÜBERWACHUNG UND BERATUNG VON UNTERNEHMEN

Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH · Kasernenstraße 67, D-40213 Düsseldorf · Postfach 10 11 02, D-40002 Düsseldorf · Telefon 02 11/887-1525 · Fax 02 11/887-1500 · E-Mail: fz.rws@fachverlag.de

Der Aufsichtsrat Online

www.aufsichtsrat.de ist die Online-Version zu Der Aufsichtsrat, der monatlich erscheinenden Zeitschrift für betriebswirtschaftliche und juristische Fachinformationen für Mitglieder von Aufsichtsratsorganen.

Weshalb der Aufsichtsrat-Online, wenn es Der Aufsichtsrat gibt?

Weil Der Aufsichtsrat-Online andere Funktionen hat. Permanent aktualisierte Kurzmeldungen aus der Welt der Unternehmensüberwachung, das Archiv und ein Kurzüberblick über das aktuelle Heft unterstützen bei der Lektüre und Recherchearbeit.

Und obwohl die beiden Der Aufsichtsrat-Varianten unterschiedliche Varianten unterschiedliche Aufgaben wahrnehmen, unterscheiden sie sich in einem Punkt nicht: in der hohen redaktionellen Qualität.

Aufsichtsrat-Online – nur für Aufsichtsrat-Leser?

Mit Online-Werbung profitieren Sie von einem erweiterten Nutzerkreis, der nicht ausschließlich das gedruckte Heft liest, sondern gezielt die Vorteile des Mediums Internet nutzt. So erreichen Sie über die Der Aufsichtsrat-Leser hinaus relevante Personengruppen, die sich für Themen rund um die Aufgaben/Pflichten der Überwachungsorgane, relevante Rechtsprechung sowie Haftungsfragen interessieren.

Aber warum nun online werben?

Im Vergleich zu Print bietet Werbung im Internet andere Möglichkeiten: Bild, Ton und Animation verzahnen effektiv die multimedialen Möglichkeiten des neuen Mediums und steigern die Aufmerksamkeit beim Nutzer. Innovative Online-Werbeformen verstärken die positiven Aspekte des Markenbildes, der Markensympathie und sie kommunizieren Produkte und Inhalte klar, eindeutig und einzigartig.

Werbeformen und Preise

- Halfsize-/Fullsize-Banner
- Microsite
- Content Integration
- Flash-Layer/Layer-Ads
- Content Ad
- Sponsoring-Einbindung
- Bigsize-Banner/Skyscraper
- Pop-Up/Pop-Under

Eine anschauliche Beschreibung der einzelnen Werbeformen haben wir für Sie auf unserer Website **www.ad-on-line.de** in der Rubrik „Werbeformen“ zusammengestellt. In unserem Internetangebot finden Sie auch die aktuellen Preise (Rubrik Portfolio) und technische Spezifikationen. Auf Grund der Dynamik des Internets entwickeln wir aufmerksamkeitsstarke Werbeformen kontinuierlich weiter. Was können wir für Sie tun?

Kontakt

Steigen Sie ein in die virtuelle Werbewelt des WWW. Das Team von ad-on-line begleitet Sie kompetent und zielgerichtet.

Jochen Kolb: Telefon: 02 11/887-1493 E-Mail: fz.rws@fachverlag.de Fax: 02 11/887-1500
Beate Dohmen: Telefon: 02 11/887-1487 E-Mail: fz.rws@fachverlag.de Internet: www.ad-on-line.de



Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen

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) eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.
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, 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 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 von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.
4. Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen in Spezial-Beilagen oder Kollektiven Sonderpreise festzusetzen.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen.
7. 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.
8. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
9. Der Verlag behält sich ohne Anerkennung einer Prüfungspflicht vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen, insbesondere wenn
- deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
- deren Veröffentlichung für den Verlag u.a. wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder
- diese Anzeigen Werbung Dritter oder für Dritte enthalten.
Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Musters und dessen Billigung bindend. Soweit der Verlag von seinem Ablehnungsrecht bezüglich von Werbemitteln, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), keinen Gebrauch macht, bedürfen diese in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages. Die Ablehnung einer Anzeige wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
10. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druck-

15. 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.
16. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 8% über dem Basiszinssatz im kaufmännischen Verkehr bzw. 5% über dem Basiszinssatz im nichtkaufmännischen Verkehr 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, vor Beginn einer neuen Geschäftsverbindung und auch während der Laufzeit eines Abschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
17. Bei Anzeigen aus dem Ausland erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung unter der Voraussetzung, dass die Steuerbefreiung besteht und anerkannt wird. Der Verlag behält sich die Nachberechnung der Mehrwertsteuer in der gesetzlich geschuldeten Höhe für den Fall vor, dass die Finanzverwaltung die Steuerpflicht der Anzeige bejaht.
18. 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 rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
19. Aus einer Auflagenminderung kann 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 Inseritionsjahres die zugesicherte Auflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie bei einer zugesicherten Auflage bis zu 50 000 Exemplaren mindestens 20 v. H., bei einer zugesicherten Auflage bis zu 100 000 Exemplaren mindestens 15 v. H., bei einer zugesicherten Auflage bis zu 500 000 Exemplaren mindestens 10 v. H. beträgt.
Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziffer 26 dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen bleibt unberücksichtigt. 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.
20. 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.
21. Anzeigenaufträge durch eine Agentur werden in deren Namen und auf deren Rechnung angenommen. Die Werbungsmitler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren

unterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für die belegte Druckschrift nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen im Rahmen der durch die Druckunterlagen und der von der Druckerei eingesetzten Technik gegebenen Möglichkeiten. Die Übersendung von mehr als 2 Farbvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus. Der Verlag muss sich die Berechnung entstandener Mehrkosten vorbehalten.

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

12. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstöcke, Matrern und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

13. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige des anderen Werbemittels, 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 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 gesetzte 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 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 Veröffentlichung 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.

14. 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.

Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Vertrag gewährte Mittelvergütung in Höhe von 15% bezogen auf das jeweils vermittelte Kundennetto (Bruttotarifpreis abzüglich kundenorientierter Rabatte) darf an den Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

22. Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge. Dies gilt gegenüber Nicht-Kaufleuten nicht bei Aufträgen, die innerhalb von vier Monaten nach Vertragsabschluss abgewickelt werden sollen.

23. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis einer Kapitalbeteiligung von mehr als 50% erforderlich. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen schriftlichen Bestätigung durch den Verlag.

24. 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 zugelierten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen oder aufgrund presserechtlicher Vorschriften entstehen können. Bei Veröffentlichung von Gegendarstellungen bestimmen sich die zu ersetzenden Kosten nach Maßgabe des Anzeigentarifs. 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.

25. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht 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.

26. 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 die Druckschrift mit 80% der im Durchschnitt der letzte 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 zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht. Auflagenminderungen aus Gründen des vorstehenden Satz 1 bleiben im Rahmen von Ziffer 19 dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen unberücksichtigt.

27. Advertorials sind fremdproduzierte Teile, die sich in Form und Aufmachung deutlich von den redaktionellen Teilen der Druckschrift (in Typo, graphischen Elementen, Farbigkeit, Spaltigkeit) unterscheiden müssen. Sie enthalten Text und Werbung Dritter. Sie sind grundsätzlich mit einem eigenen Impressum zu versehen. Das Advertorial kann durch den Verlag mit dem Wort „Anzeige“ ohne Rücksprache gekennzeichnet werden. Der Verlag behält sich die Veröffentlichung nach Vorlage eines verbindlichen Muster vor sowie das Recht, bei besonderen Publikationen Sonderpreise festzusetzen. Dem Verlag ist das Advertorial mindestens 10 Werktage vor Druckunterlagenschluss zur Prüfung und Billigung vorzulegen.

Verlag

Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH
Kasernenstraße 67
40213 Düsseldorf,
Postfach 101102
40002 Düsseldorf

Gesamtanzeigenleitung

Sandro Cristofoli
Tel. (02 11) 8 87-14 80
Fax (02 11) 8 87-15 00
E-Mail: fz.rws@fachverlag.de

Anzeigenleitung

Regina Hamdorf
Tel. (02 11) 8 87-14 84
Fax (02 11) 8 87-15 00
E-Mail: fz.rws@fachverlag.de

Crossmediasales

Bernd Erbes
Tel. (02 11) 8 87-15 25
Fax (02 11) 8 87-15 00
E-Mail: fz.rws@fachverlag.de

Disposition

Beate Dohmen
Tel. (02 11) 8 87-14 87
Fax (02 11) 8 87-15 00
E-Mail: fz.rws@fachverlag.de

Im Ausland: Schweiz

Edirep AG, Vittorio Tottoli
Alte Landstraße 55
Postfach 458
CH-8802 Kilchberg/ZH
Tel. (+41) 43 31 10-8 30
Fax (+41) 43 31 10-8 31