2020

hoga AKTIV

Das Mitgliederjournal des Hotel- und Gaststättenverbandes Berlin e. V.

Mediadaten

gültig ab 1. Januar 2020

Bitte beachten Sie die aktuellen Online–Ausgaben: www.tmm.de

Stand Oktober 2019

TMM Magazine GmbH
Franklinstr. 11, 6. OG · 10587 Berlin
Tel.: 030/2359951-71
Fax: 030/2359951-88
hogaaktiv@tmm.de · www.tmm.de

ALLGEMEINES

hoga*AKTIV* ist das offizielle Organ des Hotel- und Gaststättenverband Berlin e. V.

hoga*AKTIV* bietet journalistisch fundierte Inhalte und brancheninterne News im lesefreundlichen Stil und Layout.

hoga*AKTIV* ist die Informationsplattform für alle Gastgeber in Berlin wie zum Beispiel: Hoteldirektoren, Geschäftsführer, Inhaber, F & B Manager.

hoga*AKTIV* ist die praxisbezogene Informationsquelle für Hotels, Pensionen, Restaurants, Gaststätten, Kantinen, Caterer, Clubs, Bars und Cafés in Berlin und dem Umland.

hoga*AKTIV* liefert die Informationen, die ein Hotelier und Gastronom für seinen Erfolg benötigt. Die Bandbreite reicht dabei von Branchen- und Wirtschaftsnews bis hin zu aktuellen Trends, Produkten und Dienstleistungen sowie praxisorientierten Fachthemen.

Herausgeber:
Hotel- und Gaststättenverband Berlin e. V.
Keithstraße 6
10787 Berlin
Tel.: 030. 3180480
Fax: 030. 31804828
Web: www.dehoga-berlin.de

Verlag (Postanschrift):
TMM Magazine GmbH
Franklinstr. 11, 6. OG · 10587 Berlin
Tel.: 030/2359951-71
Fax: 030/2359951-88
E-Mail: hogaaktiv@tmm.de
Web: www.tmm.de

Erscheinungsweise:
Monatlich (Doppelausgabe Juli/August)

TECHNISCHE ANGABEN

Magazinformat:
DIN A4 (210 x 297 mm)

Satzspiegel:
180 mm breit, 255 mm hoch
3 Spalten à 57 mm oder 2 Spalten à 87,5 mm

Druckverfahren:
Offset

Druckunterlagen:
Bitte liefern Sie uns die Druckunterlagen in Datenform. Bevorzugt werden PDF X3-Dateien mit eingebetteten oder in Pfade verwandelten Schriften. Weitere mögliche Formate: TIFF, EPS, JPG, Auflösung: 300 dpi für 4c, 1.200 dpi für Strichvorlagen

Separation: Für optimale Farbanpassung benötigen wir CMYK-Bilder, Schwarz-Weiß-Anzeigen sind in Grautönen angelegt.

Druckdatenanlieferung an:
hogaaktiv@tmm.de

Proofversand an:
Sollte ein farbverbindlicher Abdruck ihrer Anzeige gewünscht sein, senden sie den Proof bitte an:
TMM Magazine GmbH
hogaAKTIV „Ausgabe XY“
Franklinstr. 11, 6. OG
10587 Berlin

Organisatorische Voraussetzungen:
Benennung der Dateien:
Bitte nennen Sie bei der Datenanlieferung **Zeitschrift_Ausgabe_Inserent** und senden parallel die genauen Auftragsdaten sowie einen schrift- und standverbindlichen Abzug der Anzeige.

Anzeigenauftrag:
Die genannten Angaben ersetzen nicht den schriftlichen Anzeigenauftrag.
Senden Sie diesen bitte direkt an die Anzeigenabteilung.
E-Mail: hogaaktiv@tmm.de, Fax: 030 2359951 88

Für telefonische Rückfragen stehen wir Ihnen unter Tel.: 030 2359951 71 gern zur Verfügung.

Auflage:
2.000 Exemplare

THEMENPLAN UND TERMINE 2020

hoga AKTIV

Ausgabe	Anzeigen-schluss	Druckunterlagen-schluss	Erscheinungs-termin	Themenplan	Messen, Kongresse, Events
01	02.01.20	09.01.20	23.01.20	Die Saison im Blick: Personal und Personaldienstleistungen Hygiene und HACCP Management	DEHOGA Berlin Neujahrsempfang, Grüne Woche Berlin, Hotel Kongress Berlin
02	30.01.20	06.02.20	20.02.20	Messe Vorschau Internorga	Fruit Logistica, ambiente, Gastro Vision
03	02.03.20	09.03.20	23.03.20	Frisch in Berlin! Saisonales und Regionales für den Frühling hoga*AKTIV* Visitenkarten-Aktion	Internorga, ProWein, ITB, IHIF, Craft Spirit Festival Berlin
04	26.03.20	02.04.20	17.04.20	Vorgestellt: Messe Neuheiten Saisonstart Außengastronomie	
05	30.04.20	08.05.20	25.05.20	Neues für Frühstück & Brunch Digital: Trends in Marketing, Vertrieb und CRM	Berliner Hoffest
06	08.06.20	15.06.20	29.06.20	Frisch in Berlin! Saisonales und Regionales im Sommer Hotel- und Gastronomie-Einrichtung	DEHOGA Berlin Sommerfest Deutscher Hotelimmobilien-Kongress
07/08	03.08.20	10.08.20	24.08.20	Hotel- und Gastronomie-Technik (IT/TK) und Unterhaltungsmedien	IFA Berlin
09	31.08.20	07.09.20	21.09.20	Energie & Umwelt: Heizen, Kochen, Lüften hoga*AKTIV* Visitenkarten-Aktion	DEHOGA Berlin Golf Trophy Berlin Gastro Gründerpreis Berlin
10	01.10.20	08.10.20	22.10.20	Frisch in Berlin! Saisonales und Regionales zum Herbst Management-Software und Kassensysteme	Bar Convent Berlin Berlin Food Week
11	29.10.20	05.11.20	19.11.20	Mobilität: Nutzfahrzeuge, Car Sharing, Elektromobilität Finanzierung & Leasing	DEHOGA Branchentag Berliner Meisterköche GastRo Rostock
12	26.11.20	26.11.20	17.12.20	Frisch in Berlin: Neuheiten der Grüne Woche Trendgetränke 2020: Sekt, Wein, Spirituosen, Mixgetränke	DEHOGA Jahrestagung

Stand Oktober 2019; Änderungen vorbehalten.

ANZEIGENFORMATE UND -PREISE

hoga AKTIV

1/1 Seite

Satzspiegel:
180 x 255 mm

Anschnitt:
210 x 297 mm
(zzgl. 3 mm
Beschnitt)

2.070 €

Umschlagseiten:

U2 + U3 2.520 €

1/2 Seite

quer
Satzspiegel
180 x 125 mm
Anschnitt:
210 x 146 mm
(zzgl. 3 mm
Beschnitt)

1.160 €

1/2 Seite

hoch
Satzspiegel
87,5 x 255 mm
Anschnitt:
107,5 x 297 mm
(zzgl. 3 mm
Beschnitt)

1.160 €

Anzeigenformate unter 1/2 Seite werden in der Rubrik „Marktplatz“ platziert:

1/4 Seite

hoch
87,5 x 125 mm

quer
180 x 60 mm

620 €

1/6 Seite
87,5 x 82 mm

450 €

1/16 Seite
quer 87,5 x 27,5
hoch 41,5 x 60

190 €

1/32 Seite
41,5 x 27,5 mm

105 €

1/8 Seite

hoch
41,5 x 125 mm

quer
87,5 x 60 mm
oder
180 x 27,5 mm

360 €

Rabatte:

Bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres – Beginn mit Erscheinen der ersten Anzeige Rabatte sind nicht miteinander kombinierbar.

Malstaffel:

3 Anzeigen	5% Rabatt
6 Anzeigen	10% Rabatt
11 Anzeigen	20% Rabatt

Alle Preise zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Stand Oktober 2019

Visitenkarten-Aktion

Produktbeschreibung:

- jährlich zweimalige Versendung (März und September)
- Visitenkarten als Beilage, perforiert zum Heraustrennen
- max. 10 oder 20 Visitenkarten im Format 85 x 55 mm (zzgl. 3mm Beschnitt)
- Papier: Karton mit Grammatur 300 g/m²

Ihre Visitenkarte:

- langfristige Präsenz bei Berliner Hoteliers und Gastronomen
- hohe Aufmerksamkeit durch Karton mit Heftung in Heftmitte
- Nutzung Rückseite möglich (z. B. für ein Foto)
- Nutzung Ihrer Visitenkarte als Vorlage

Einmalige Buchung je Visitenkarte **550,- €***
März oder September

Zweimalige Buchung je Visitenkarte **360,- €*** **pro Ausgabe**
März und September

* Alle Preise zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Stand Oktober 2019

Half Cover

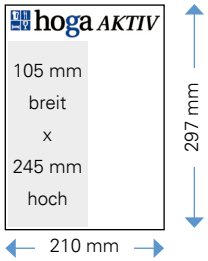
Produktbeschreibung:
Half Cover ist eine DIN-A4-Anzeige, um den Bund der Zeitschrift mittig gefalzt und außen angeheftet.

Der Anzeigenkunde erhält ca. 3 halbe Seiten Werberaum wobei die „erste" halbe Seite das Titelblatt der Zeitschrift überdeckt. Der Zeitschriften-Titel bleibt dabei weiterhin sichtbar. Dem Anzeigenkunden stehen die Innenseiten für Produktinformationen zur Verfügung. Eine Überdeckung der 4. Umschlagseite ist nicht möglich.

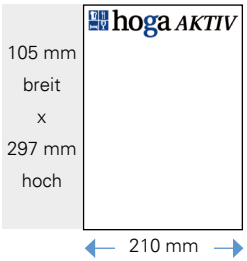
Preis pro Ausgabe: **2.600,- €***

Maße:
Grau: nutzbare Fläche (alle Maße zzgl. 3 mm Beschnitt)

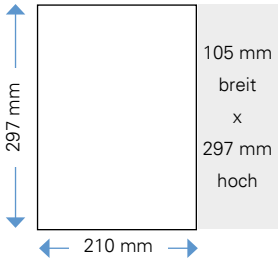
Titelseite außen



Titelseite innen



Innenseite U4



BEILAGEN

Format: Größe maximal 190 x 277 mm ungefalzt

bis 20 g Beilagengewicht	1.500,- EUR*
je weitere 5 g Beilagengewicht:	auf Anfrage

Versandanschrift: Anlieferadresse für Beilagen bitte beim Verlag erfragen

Musterversand:
Für die Beilagen ist die rechtzeitige Zusendung von jeweils **fünf** Mustern an den Verlag mindestens 14 Tage vor Erscheinen erforderlich.

Versandanschrift für Muster:
TMM Magazine GmbH
hogaAKTIV Ausgabe XY
Franklinstr. 11, 6. OG
10587 Berlin

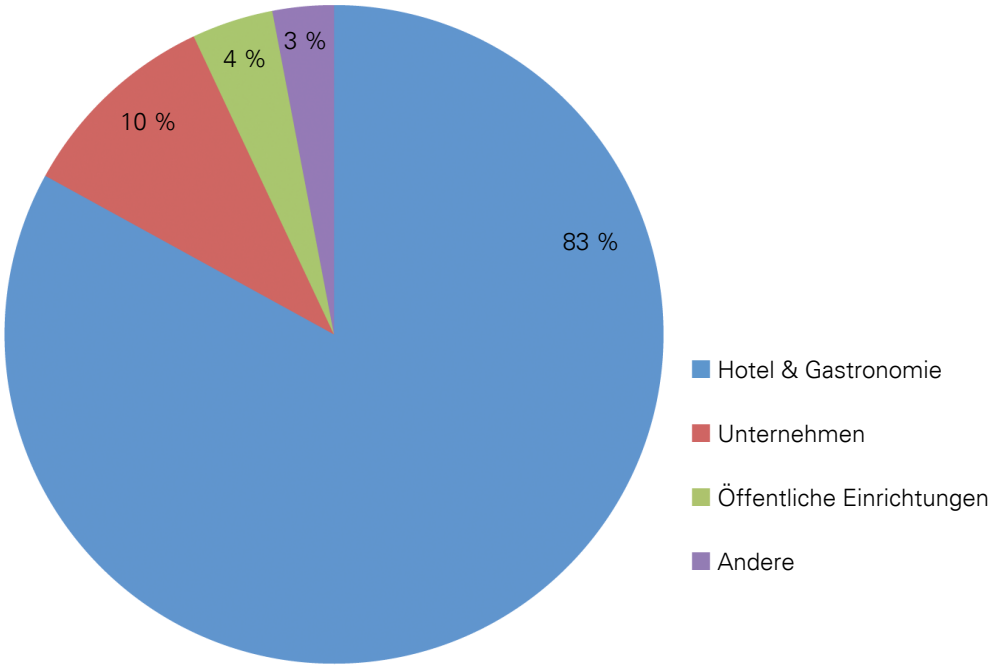
*Alle Preise zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Stand Oktober 2019

LESERSTRUKTUR

hoga AKTIV

Verteilung hoga*AKTIV*:



Verbreitungsgebiet:
ca. 90 % Hauptstadtregion und
ca. 10 % bundesweit

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

der TMM Magazine GmbH (nachfolgend „der Verlag").

Stand: Oktober 2019

1. Definitionen

1.1 „Anzeigenauftrag" im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend „AGB") ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die terminierte Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel wie z. B. Beilagen (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen" bezeichnet) eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Auftraggeber" bezeichnet) in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

1.2 „Abschluss" im Sinne der AGB ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Auftraggeber gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen erst aufgrund des Abrufs des Auftraggebers erfolgen.

1.3 „Anzeigen" und „Abschlüsse" werden im Folgenden zusammen als „Verträge" bezeichnet.

2. Geltungsbereich

2.1 Für alle Verträge zwischen dem Verlag und Unternehmern, juristischen Personen des öffentlichen Rechts und öffentlich-rechtlichen Sondervermögen gelten ausschließlich nachfolgende AGB.

2.2 Entgegenstehende oder abweichende Allgemeine Geschäftsbedingungen des Auftraggebers akzeptieren wir nicht, auch wenn wir ihnen nicht ausdrücklich widersprechen oder den Vertrag in Kenntnis abweichender Bedingungen des Auftraggebers vorbehaltlos durchführen, es sei denn, wir haben deren Geltung ausdrücklich schriftlich akzeptiert. Unsere Bedingungen gelten auch für alle zukünftigen Verträge mit dem Auftraggeber, auch wenn wir die Geltung nicht nochmals ausdrücklich vereinbaren.

3. Anzeigenabruf

3.1 Anzeigen sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss zur Veröffentlichung abzurufen, soweit kein Termin oder eine abweichende Abruffrist für die Veröffentlichung vereinbart ist.

3.2 Bei Abschlüssen ist, soweit nicht anders vereinbart, der gesamte Abschlussvertrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird. Wird die erste Anzeige später als ein Jahr nach Vertragsschluss veröffentlicht, ist der Abschlussvertrag innerhalb von zwei Jahren nach Veröffentlichung der ersten Anzeige abzuwickeln.

3.3 Der Verlag ist verpflichtet, die Veröffentlichung binnen einer Frist von innerhalb der nächsten drei Ausgaben nach einem Abruf in der vereinbarten Art und Weise vorzunehmen. Der Verlag bemüht sich nach bestem Wissen, die Druckvorlage vorlagengetreu wiederzugeben. Voraussetzung zur farbverbindlichen Wiedergabe ist die rechtzeitige Bereitstellung von zertifizierten Proofs nach dem jeweiligen aktuellen technischen Stand bzw. den Vorgaben des Verlags. Anfallende Kosten trägt der Auftraggeber. Der Auftraggeber stellt die zertifizierten Proofs unaufgefordert zur Verfügung.

4. Erstattung von Nachlässen und Rabatten

Werden einzelne oder mehrere Abrufe im Rahmen 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. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

5. Errechnung der Abnahmemengen/Größenberechnung

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

5.2 Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrundegelegt.

6. Druckvorlagen

6.1 Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und die einwandfreie Beschaffenheit der Druckvorlagen ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Die Druckvorlagen müssen dem Format bzw. den technischen Vorgaben des Verlags entsprechen. Bei erkennbar ungeeigneten oder beschädigten Druckunterlagen wird der Verlag den Auftraggeber informieren. Der Verlag ist berechtigt, nach billigem Ermessen technische Veränderungen vorzunehmen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Druckunterlagen auf Vollständigkeit und Richtigkeit sowie inhaltlich zu prüfen.

6.2 Druckvorlagen sind schriftlich oder ggf. digital zu übermitteln. Für Übermittlungsfehler bei telefonisch aufgegebenen Anzeigen, Terminänderungen oder Textkorrekturen trägt allein der Auftraggeber die Verantwortung. Bei digitaler Übermittlung ist der Auftraggeber verpflichtet, die Dateien frei von Viren und sonstigen Schadensquellen zu liefern. Er hat geeignete Schutzprogramme nach dem neuesten Stand der Technik zu verwenden. Für alle Schäden aus der Übermittlung digitaler Dateien haftet der Auftraggeber. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Dateien zu öffnen, bei denen der Verdacht auf eine Schadensquelle besteht, sondern ist in diesem Falle berechtigt, diese Dateien zu löschen. Der Verlag wird den Auftraggeber entsprechend informieren.

6.3 Übernimmt der Verlag auf Wunsch des Auftraggebers die Anfertigung von Druckvorlagen, Entwürfen, Repros, Lithos oder Satzarbeiten oder nimmt er vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen vor, sind die Kosten von dem Auftraggeber zu tragen.

6.4 Die durch den Verlag gestalteten Anzeigen sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Verlages weiterverarbeitet werden.

6.5 Druckvorlagen werden an den Auftraggeber nur dann zurückgesandt, wenn der Auftraggeber die Rücksendung spätestens bei Einlieferung an den Verlag schriftlich verlangt. Die Kosten trägt der Auftraggeber.

7. Auftragsdurchführung

7.1 Die Veröffentlichung erfolgt entsprechend den vertraglichen Vereinbarungen. Der Verlag wird sich bemühen, etwaige über die vertraglichen Vereinbarungen hinausgehenden Wünsche des Auftraggebers, etwa in Bezug auf den Veröffentlichungstermin oder die Platzierung in der Druckschrift, zu berücksichtigen, ohne dass ein diesbezüglicher Anspruch des Auftraggebers besteht. Ein verbindlicher Anspruch des Auftraggebers auf Wahl einer Platzierung bedarf ausdrücklicher Vereinbarung, die einen Platzierungszuschlag von mind. 15 % voraussetzt.

7.2 Termin- und Platzvorschriften des Auftraggebers sind unverbindlich, soweit nicht ein solches einseitiges Bestimmungsrecht des Auftraggebers ausdrücklich vereinbart ist. Der Verlag ist nicht verpflichtet, derartige Anzeigenaufträge und Abrufe auszuführen, nach denen die Anzeige nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift erfolgen darf. Der Verlag wird den Auftraggeber, sofern der Auftrag rechtzeitig eingeht, nach Möglichkeit vor Anzeigenschluss informieren, wenn der Auftrag wegen der Termin- bzw. Platzvorschrift nicht bzw. nicht in dieser Weise ausgeführt wird. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

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

8. Ablehnung der Veröffentlichung

8.1 Der Verlag ist berechtigt, die Veröffentlichung von Anzeigen aufgrund von Abrufen oder Anzeigenaufträgen abzulehnen, wenn der Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, der Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder die Veröffentlichung nach sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages insbesondere wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form für den Verlag unzumutbar ist, die Anzeige Werbung von Dritten oder solche für Dritte enthält oder sich die Anzeige in Bild, Text oder Aufmachung auf die Zeitschrift bezieht. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend.

8.2 Die Ablehnung der Veröffentlichung einer Anzeige wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

9. Probeabzüge

Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch gegen vorherige schriftliche Erklärung der Kostenübernahme durch den Auftraggeber geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist bzw. bei Fehlen einer Frist bis Anzeigenschluss mitgeteilt werden. Sendet der Auftraggeber den Probeabzug nicht fristgerecht zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck erteilt.

10. Anzeigenbeleg

Der Verlag liefert nur auf ausdrücklichen schriftlichen Wunsch und auf Kosten des Auftraggebers nach Veröffentlichung der Anzeige einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegstellen 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.

11. Preise und Zahlungsbedingungen

11.1 Preise, Aufschläge und Nachlässe bzw. Rabatte ergeben sich für alle Auftraggeber einheitlich aus der im Zeitpunkt des Anzeigenauftrages bzw. des Abrufes gültigen Preisliste des Verlages.

11.2 Liegt zwischen dem Zeitpunkt des Anzeigenauftrages bzw. dem Zeitpunkt des Abrufes und der Veröffentlichung der Anzeige ein Zeitraum von mehr als vier Monaten und erhöhen sich während dieser Zeit aufseiten des Verlages die Kostenfaktoren für die Veröffentlichung der Anzeige (insbesondere infolge von Tarifabschlüssen, Lohnerhöhungen oder Materialpreisanhebungen), sodass der Verlag gezwungen ist, seine Preisliste entsprechend anzupassen, ist der Verlag berechtigt, die hieraus resultierenden erhöhten Preise gegenüber dem Auftraggeber geltend zu machen.

11.3 Der Verlag gewährt die in der Preisliste bezeichneten Nachlässe bzw. Rabatte für alle innerhalb eines Jahres erscheinenden Anzeigen eines Auftraggebers. Rabatte werden nicht für Unternehmer gewährt, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge bzw. Abschlüsse zu tätigen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen.

11.4 Bei Stornierung innerhalb von sechs Wochen vor Anzeigenschluss ist der Anzeigenbetrag zu 80 % fällig, bei Stornierung vor dieser Frist werden dem Auftraggeber 40 % des Anzeigenpreises als außerordentliche Aufwandsvergütung berechnet. Eine Stornierung nach Anzeigenschluss ist nicht zulässig. In diesem Fall wird der gesamte Anzeigenbetrag berechnet. Die Stornierung von Anzeigen muss schriftlich beim Verlag erfolgen. Bei Stornierung von Mehrfachschaltungen vor Ablauf des Anzeigenauftrages werden eventuelle Nachlässe, die auf Basis des Vertragsabschlusses einer Mehrfachschaltung gewährt wurden, gemäß der aktuell gültigen Anzeigenpreisliste nachberechnet. Diese Regelung gilt ebenfalls, wenn zusätzliche kostenlose Inserate als Naturalrabatte (z. B. Promotion) vereinbart wurden.

11.5 Rechnungen des Verlages sind sofort zur Zahlung fällig, sofern nicht im Einzelfall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Der Kunde gerät in Verzug, wenn der Rechnungsbetrag nicht innerhalb von 7 Tagen nach Fälligkeit gezahlt wird. Während des Verzugs sind die Entgeltforderungen des Verlags in Höhe des von den deutschen Banken durchschnittlich erhobenen Zinssatzes für offene Kontokorrentkredite zu verzinsen. Die Geltendmachung eines höheren Schadens bleibt vorbehalten. Der Kunde ist berechtigt nachzuweisen, dass infolge des Verzugs kein oder nur ein wesentlich geringerer Schaden entstanden ist. Der Mindestzinssatz während des Verzugs beträgt 8 Prozentpunkte p. a. über dem jeweiligen Basiszinssatz der Europäischen Zentralbank. Die Geltendmachung eines höheren Schadens bleibt vorbehalten.

11.6 Im Falle eines Verzuges des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, die weitere Ausführung des laufenden Anzeigenauftrages bzw. Abschlusses bis zur vollständigen Bezahlung der Außenstände zurückzustellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung zu verlangen. Die sich für den Fall des Verzuges des Auftraggebers aus dem Gesetz ergebenden Ansprüche des Verlages bleiben unberührt.

11.7 Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, die weitere Ausführung des laufenden Anzeigenauftrages bzw. Abschlusses von der teilweisen oder vollständigen Vorauszahlung aller dem Verlag nach dem Anzeigenauftrag zustehenden Beträge abhängig zu machen.

11.8 Zu Beginn einer neuen Geschäftsbeziehung behält sich der Verlag vor, vom Auftraggeber Vorauszahlung bis zum Anzeigenschlusstermin zu verlangen.

11.9 Die Aufrechnung mit Gegenansprüchen des Auftraggebers oder die Zurückbehaltung von Zahlungen wegen solcher Ansprüche ist nur zulässig, soweit die Gegenansprüche unbestritten oder rechtskräftig festgestellt sind.

11.10 Der Verlag ist berechtigt, die Rechte aus jeder Rechnungsforderung an einen Dritten abzutreten. Die Anzeige der Abtretung ist dann auf der Rechnung ersichtlich.

12. Rechte wegen Mängeln

12.1 Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

12.2 Der Auftraggeber hat die Anzeige unverzüglich nach ihrer Veröffentlichung auf etwaige Mängel hin zu überprüfen und, wenn ein Mangel erkennbar ist, diesen dem Verlag binnen einer Frist von einer Woche ab Veröffentlichung schriftlich anzuzeigen. Versäumt der Auftraggeber die vorgenannte Ausschlussfrist, gilt die Anzeige als genehmigt mit der Folge, dass der Auftraggeber seine Mängelrechte verliert.

12.3 Ist die Anzeige mangelhaft, leistet der Verlag Nacherfüllung durch Veröffentlichung einer kostenfreien Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde.

12.4 Der Verlag hat das Recht, die Veröffentlichung einer Ersatzanzeige zu verweigern, wenn dies einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhaltes des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht oder dies für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich ist, wobei insbesondere die Bedeutung des Mangels zu berücksichtigen ist. Der Anspruch des Auftraggebers beschränkt sich in diesem Fall auf eine angemessene Minderung des Entgelts.

12.5 Lässt der Verlag eine ihm für die Veröffentlichung der Ersatzanzeige gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert der Verlag die Veröffentlichung einer Ersatzanzeige, ist diese unzumutbar oder schlägt die Nacherfüllung fehl, weil z. B. die veröffentlichte Ersatzanzeige erneut mangelhaft ist, kann der Auftraggeber die weiteren gesetzlichen Mängelrechte (insbesondere Minderung, Rücktritt) geltend machen. Ein Recht zum Rücktritt vom Vertrag und ein Anspruch auf Schadensersatz anstatt der Leistung besteht nicht, wenn der Mangel nur unerheblich ist. Im Übrigen bestehen Ansprüche auf Schadensersatz wegen Mängeln nur nach Maßgabe der Bestimmungen in Ziffer 13.

12.6 Die Verjährungsfrist für Ansprüche des Auftraggebers wegen Mängeln beträgt ein Jahr nach Veröffentlichung der Anzeige. Abweichend gelten die gesetzlichen Verjährungsfristen für Schadensersatzansprüche wegen Mängeln sowie für Ansprüche wegen arglistigen Verschweigens eines Mangels.

12.7 Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn sie mehr als 25 % beträgt. Gibt der Verlag dem Auftraggeber bei Abschlüssen ein Absinken der Auflage von mehr als 25 % zur Kenntnis, ist der Auftraggeber zum Rücktritt vom Vertrag berechtigt. In diesem Fall sind Preisminderungsansprüche für zukünftige Ausgaben ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber das Absinken der Auflage so rechtzeitig zur Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

13. Haftung

13.1 Der Verlag haftet – bei Vorliegen der sonstigen Anspruchsvoraussetzungen – unbeschränkt für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit.

13.2 Für einfache Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur bei Verletzung einer Pflicht, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrags überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Vertragspartner regelmäßig vertrauen darf (Kardinalpflicht). Im übrigen ist eine Schadensersatzhaftung für Schäden aller Art, gleich aufgrund welcher Anspruchsgrundlage, einschließlich der Haftung für Verschulden bei Vertragsschluss, ausgeschlossen.

13.3 Sofern der Verlag entsprechend vorstehenden Absätzen für fahrlässiges Verhalten haftet, ist die Haftung auf den Schaden begrenzt, mit dessen Entstehen der Verlag nach den bei Vertragsschluss bekannten Umständen typischerweise rechnen musste.

13.4 Der Verlag haftet bei einfacher Fahrlässigkeit höchstens bis zu einem Betrag in Höhe des Gesamtvolumens des Anzeigenauftrages.

13.5 Eine Haftung für mittelbare Schäden, entgangenen Gewinn, ausgebliebene Einsparungen und Vermögensschäden wegen Ansprüchen Dritter ist im Falle einfacher Fahrlässigkeit ausgeschlossen.

13.6 Vorstehende Haftungsausschlüsse und -beschränkungen gelten nicht, sofern der Verlag eine Garantie übernommen hat, für Schäden, die nach dem Produkthaftungsgesetz zu ersetzen sind, sowie für Schäden an Leben, Körper oder Gesundheit.

13.7 Vorstehende Haftungsausschlüsse und -begrenzungen gelten auch zugunsten der Mitarbeiter, Erfüllungsgehilfen des Verlags und sonstiger Dritter, derer sich der Verlag zur Vertragserfüllung bedient.

14. Rechtsgarantie und Rechtseinräumung

14.1 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 Werbemittel. Der Auftraggeber haftet für alle Folgen und Schäden, die sich für den Verlag, insbesondere aufgrund presserechtlicher und gesetzlicher Bestimmungen oder Vorschriften, aus dem Inhalt der Anzeigen durch deren Abdruck und Streuung ergeben können. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrages bzw. Abschlusses von allen Ansprüchen Dritter frei, die von diesen gegen den Verlag im Zusammenhang mit der Veröffentlichung der Anzeigen geltend gemacht werden. Der Auftraggeber stellt den Verlag diesbezüglich zudem von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung frei. Der Auftraggeber verpflichtet sich, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung zu tragen, die aufgrund der Veröffentlichung der Anzeige veranlasst ist, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs. Schließlich ist der Auftraggeber verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen und über Unterlassungserklärungen oder einstweilige Verfügungen im Hinblick auf Rechte Dritter unverzüglich schriftlich zu informieren.

14.2 Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbeanzeigen in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlichen Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, Bearbeitung und Umgestaltung, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages notwendigen Umfang. Die vorgenannten Rechte werden in allen Fällen räumlich unbegrenzt übertragen.

15. Erfüllungsort und Gerichtsstand

15.1 Der Anzeigenauftrag und Abschluss sowie die vorliegenden AGB unterliegen dem Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts (CISG).

15.2 Ausschließlicher Erfüllungsort für alle Pflichten des Auftraggebers ist der Sitz des Verlages.

15.3 Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist als ausschließlicher Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz.

15.4 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 ausschließlicher Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

15.5 Änderungen und Ergänzungen der AGB sowie Nebenabreden bedürfen der Schriftform. Dies gilt auch für eine Abbedingung dieser Schriftformklausel.

15.6 Sollte eine der vorstehenden Bestimmungen unwirksam sein oder werden, bleibt die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen unberührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmung werden die Parteien eine wirksame Bestimmung treffen, die den AGB im Ganzen sowie den vertraglichen Absprachen in tatsächlicher, rechtlicher und wirtschaftlicher Hinsicht möglichst nahekommt. Ebenso ist zu verfahren, wenn die AGB eine Lücke aufweisen sollten.