IHK Berlin

Erreichen Sie **70.000** Entscheider

Alles, was Berliner Unternehmer bewegt.

Berliner Wirtschaft

Preisliste Nr.58 gültig ab 01.01.2023

axel springer
corporate solutions

Das Magazin der IHK Berlin: Berliner Wirtschaft

Der beste Zugang zur Zielgruppe für Sie als Werbekunde

Die Berliner Wirtschaft ist die Informationsquelle für Unternehmensentscheidungen.

Während TV, Internet und Radio parallel zu anderen Aktivitäten genutzt werden, erhalten Print-Medien überwiegend die ungeteilte Aufmerksamkeit.

Die Industrie- und Handelskammer zu Berlin hilft bei Fragen zur Ausbildung und Existenzgründung, zum Recht, zu Steuern und zur aktuellen Wirtschaftspolitik. Sie ist zudem Herausgeberin des Magazins **Berliner Wirtschaft**.

Die Printausgabe der **Berliner Wirtschaft** steht seit Jahren für glaubwürdige und zeitnahe Informationen. Sie zeichnet sich schon aufgrund ihrer einzigartigen regionalen Nähe zu den Leserinnen und Lesern aus.

Das Magazin der IHK Berlin: Berliner Wirtschaft

Vorteile im Überblick

- **Leserschaft:** 70.000 Geschäftsführer: innen, Selbstständige sowie Multiplikatoren aus Politik, Medien und großen Unternehmen
- **Reichweite:** Metropolregion Berlin-Brandenburg
- **Zielgruppe:** Hohes Einkommen (HNE) und hohe Investitionsbereitschaft
- **Personalisierte Zustellung** durch die Deutsche Post AG
- **Relevante Informationen** für Unternehmensentscheidungen
- **Erscheinungsweise**: 10x jährlich, davon mit 2 Doppelausgaben

Das Magazin der IHK Berlin: Berliner Wirtschaft

Erscheinungstermine, Anzeigen- und Druckunterlagenschluss

AUSGABEN	ERSCHEINUNGSTERMIN	ANZEIGENSCHLUSS	DRUCKUNTERLAGEN-SCHLUSS	ANLIEFERUNGSTERMIN BEILAGEN/ EINHEFTER	ANZEIGENSCHLUSS ADVERTORIALS
Februar	01.02.2023	05.01.2023	11.01.2023	18.01.2023	14.12.2022
März	08.03.2023	09.02.2023	15.02.2023	22.02.2023	26.01.2023
April	05.04.2023	09.03.2023	15.03.2023	22.03.2023	23.02.2023
Mai	03.05.2023	30.03.2023	06.04.2023	18.04.2023	23.03.2023
Juni	07.06.2023	05.05.2023	17.05.2023	23.05.2023	27.04.2023
Juli	26.07.2023	29.06.2023	05.07.2023	12.07.2023	15.06.2023
September	06.09.2023	10.08.2023	16.08.2023	23.08.2023	27.07.2023
Oktober	04.10.2023	04.09.2023	13.09.2023	19.09.2023	24.08.2023
November	01.11.2023	05.10.2023	11.10.2023	18.10.2023	21.09.2023
Dezember	06.12.2023	09.11.2023	15.11.2023	22.11.2023	26.10.2023

Das Magazin der IHK Berlin: Berliner Wirtschaft

Themenübersicht 2023

Januar und Februar

IHK-Fokus
Fachkräfte
Der Bedarf ist groß und wächst weiter. Kaum ein Unternehmen kann sich der Herausforderung entziehen. Für die IHK Berlin ist es das Thema des Jahres. Zum Auftakt geht es um innovative Strategien zur Fachkräftegewinnung, Good Practice sowie vorhandene und benötigte Qualifikationen.

Verlagsthema
Banking für Unternehmer
Ob klassisches Firmenkonto bei der etablierten Bank oder Online-Banking beim FinTech: Möglichkeiten und Wege gibt es viele und für jeden Bedarf. Welche Form passt zu wem, und braucht überhaupt jeder ein Firmenkonto? Ein Überblick zu Angeboten und Anforderungen.

Anzeigenschluss: 5. Januar 2023
E-Tag: 1. Februar 2023

März

IHK-Fokus
Wie resilient ist Berlin?
Wo steht die Hauptstadt-Wirtschaft nach Corona und einem Jahr Krieg in der Ukraine? Was bedeutet der Ausgang der Wiederholungswahl für den Standort? Wie sicher sind Strom-, Energie- und Wasserversorgung?

Verlagsthema
KI: Investition in die Zukunft
Auch kleine und mittelständische Unternehmen denken an morgen und setzen verstärkt Mittel für zukunftsweisende Strategien der Digitalisierung ein. Ganz oben auf der Liste: Die künstliche Intelligenz auf immer mehr Anwendungsgebieten.

Anzeigenschluss: 9. Februar 2023
E-Tag: 8. März 2023

Themenübersicht 2023

April

IHK-Fokus
Open Data
Die IHK plant ein eigenes Open-Data-Angebot. Mit Berlin Partner laufen Gespräche über einen groß angelegten Dataton/Hackathon. Außerdem will das Land Berlin eine Open-Data-Strategie verabschieden.

Verlagsthema
E-Mobilität im Flottenmanagement
Die Umstellung in Fuhrparks und Dienstwagen-Flotten ist im vollen Gange, der Weg in die E-Mobilität vorgezeichnet. Weil sich Förderbedingungen ändern, müssen Unternehmen jetzt bei ihren Fahrzeugen und der Ladeinfrastruktur sinnvoll vorgehen.

Anzeigenschluss: 9. März 2023
E-Tag: 5. April 2023

Mai

IHK-Fokus
Pragmatische Stadtentwicklung
Ob das Prinzip Kaufhaus noch zu retten ist, gilt als fraglich, und auch sonst hat vor allem der Online-Handel die Innenstädte stark verändert. Bleibt die Frage, wie das Vorhandene sinnvoll in eine gute Zukunft geführt werden kann.

Verlagsthema
Unternehmensnachfolge
Generationswechsel in der Familie oder externe Lösung: Für viele Unternehmerinnen und Unternehmer ist die Übergabe ihres Lebenswerks ein schwieriger Schritt. Rechtzeitige und kompetente Beratung erleichtern den Weg in eine neue Firmenzukunft.

Anzeigenschluss 30. März 2023
E-Tag: 3. Mai 2023

Juni

IHK-Fokus
Hidden Champions
In Berlin gibt es einige sehr erfolgreiche Unternehmen, die kaum im Licht der Öffentlichkeit stehen. Besonders interessant wird der Blick auf diese Hidden Champions unter dem Aspekt der Entwicklung neuer Technologien (KI, IoT, Blockchain, Metaverse).

Verlagsthema
Digitalisierung und Klimaschutz
Der gezielte Einsatz moderner Technologien bringt Unternehmen in Sachen Klimaschutz voran. Digitalisierung erweist sich auch hier als der entscheidende Treiber. Nicht jedes Tool passt überall, aber für jedes Unternehmen gibt es die richtigen Angebote.

Anzeigenschluss: 5. Mai 2023
E-Tag: 7. Juni 2023

Das Magazin der IHK Berlin: Berliner Wirtschaft

Themenübersicht 2023

Juli und August

IHK-Fokus
Wirksame Bildung
Jüngste Studien haben einmal mehr bestätigt: Das Lernniveau der Berliner Schülerinnen und Schüler weist gravierende Mängel auf. Wie kann man Schulen und Bildungsqualität verbessern, auch mit Blick auf Berufsorientierung und Berufsbildung.

Verlagsthema
Intermodaler Verkehr
Aus nebeneinander bestehenden Verkehrsangeboten wird eine jederzeit und überall flexibel nutzbare urbane Mobilitätskette. Sharing und öffentlicher Nahverkehr ergänzen sich, dank Mobility Hubs und vernetzter App-Lösungen.

Anzeigenschluss: 29. Juni 2023
E-Tag: 26. Juli 2023

September

IHK-Fokus
Kreislaufwirtschaft
Nicht nur das veränderte Konsum- und Einkaufsverhalten verändert die Branche. Second Hand, Backmarket und „Mieten statt Kaufen“ verdeutlichen insgesamt einen Trend zu mehr Nachhaltigkeit.

Verlagsthema
MICE
Kunden und Mitarbeiter gewinnen und binden, Netzwerken und produktiver Austausch, all das wird durch Messen, Incentives, Kongresse und Meetings ermöglicht. Die Pandemie, aber auch der Einsatz neuer Technologien, bringen einen Wandel mit sich.

Anzeigenschluss: 10. August 2023
E-Tag: 6. September 2023

Themenübersicht 2023

Oktober

IHK-Fokus
Visionen für den Berliner Verkehr
Die Verteilung des Straßenraums ist ein Dauerbrenner in Berlin. Infrastrukturprobleme, das Erreichen von Klimazielen, Bevölkerungswachstum und das Fehlen von Fachkräften erfordern tragbare Lösungen.

Verlagsthema
Smart City
Wie sieht ein Berlin aus, das den Anforderungen als Wirtschaftsstandort für die nächsten Jahrzehnte gerecht wird? Digitale Infrastruktur gehört ebenso zur Grundausstattung wie eine effiziente, nachhaltige Energieversorgung.

Anzeigenschluss: 4. September 2023
E-Tag: 4. Oktober 2023

November

IHK-Fokus
Außenhandel
Ein Blick auf globale Märkte vor dem Hintergrund der aktuellen politischen Lage und dem Thema CSR. Die EU will 2023 eine Lieferkettenrichtlinie verabschieden, die Konsequenzen für die Unternehmen haben dürfte.

Verlagsthema
Airport-Region
Kein anderes Infrastrukturprojekt in Berlin und Brandenburg hat einen größeren Einfluss auf die Entwicklung von Stadtquartieren und den Verflechtungsraum zwischen den Bundesländern. Im Südosten Berlins ist der BER ein Motor der Entwicklung.

Anzeigenschluss: 5. Oktober 2023
E-Tag: 1. November 2023

Dezember

IHK-Fokus
Digitale Verwaltung
Wo stehen wir, was brauchen wir? Immer noch ist die Berliner Wirklichkeit weit entfernt von dem, was man unter modernen Behördendienstleistungen versteht. Ein Blick auf innovative Ideen von Berliner Unternehmen.

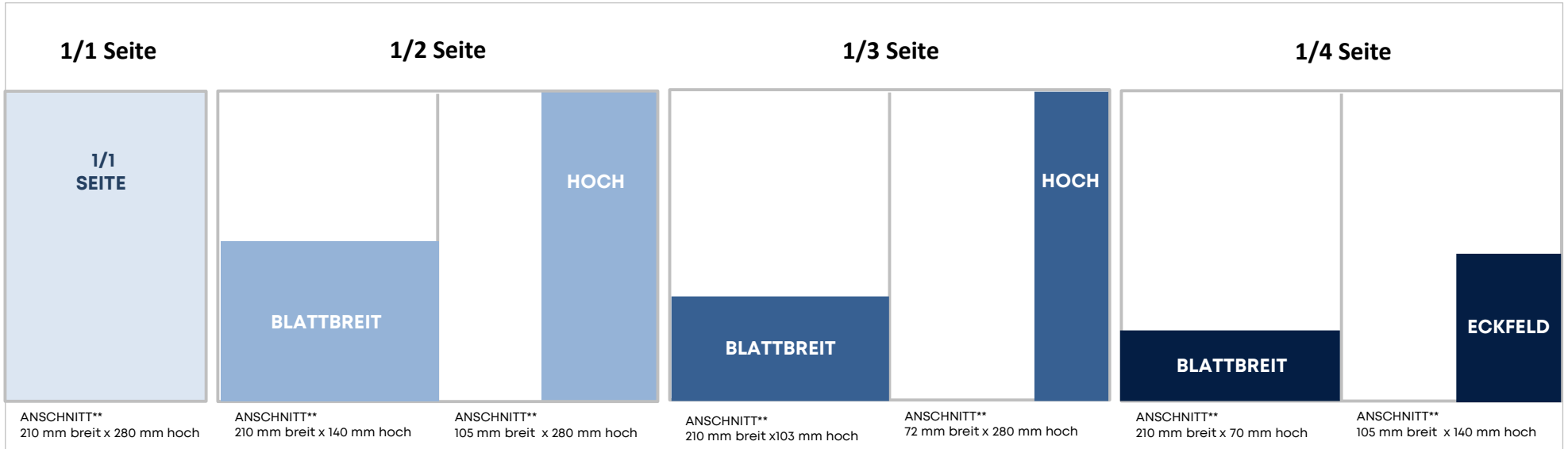
Verlagsthema
New Work
Arbeitsformen und die Beziehung zwischen Unternehmen und Mitarbeitern werden neu definiert. Wie können Betriebe in geeigneter Weise in ihre Belegschaft investieren, um sie beim Wandel in der Arbeitswelt am besten mitzunehmen.

Anzeigenschluss: 9. November 2023
E-Tag: 6. Dezember 2023

Das Magazin der IHK Berlin: Berliner Wirtschaft

Werbemuster

Ihr Werbeformat, Ihre Entscheidung



***Alle Preise in € zzgl. MwSt.** ****Anschnitt: Jede Seite mit 5 mm Beschnitt-Zugabe**

Unser Tipp für noch mehr Reichweite: Kombinieren Sie die Berliner Wirtschaft mit weiteren IHK-Titeln. Dadurch sind punktuelle Schaltungen genauso einfach möglich, wie die Selektion von Wirtschaftsräumen, die Belegung nach Nielsengebieten oder bundesweite Kampagnen.

Das Magazin der IHK Berlin: Berliner Wirtschaft

Sonderwerbeformen

POST-IT

aufgeklebter Memo Stick innerhalb des Magazins

Format	mind. 15mm x 40 mm max. 60 mm x 90 mm
Platzierung	auf Trägeranzeige / mind. ½ Seite
Anlieferung	EPS-Dateien, Version 1.3; Auflösung von Bildern, Logos etc. in mind. 300 dpi
Druck-unterlagen	Anlieferung 7 Tage vor dem regulären Druckunterlagen-Schlusstermin
Preis	3.570,00 €* zzgl. Kosten für eine Trägeranzeige

TIP-ON-CARD

aufgeklebte Postkarte innerhalb des Magazins

Format	148 mm x 105 mm
Platzierung	auf Trägeranzeige mind. ½ Seite - Platzierung im Heft auf der Seite 19
Flächen-gewicht	min. 135 g/qm bis 250 g/qm Postkarte A6 (mind. 150g/qm)
Preis	2.500,00 €*, zzgl. Kosten für eine Trägeranzeige Postkarte A6, (mind. 150g/m2)

BEILAGEN

Beigelegte Drucksachen
(Karten, Mailings, Prospekte und Flyer)

Höchstformat	200 mm x 270 mm
Mindestbreite	10,5 cm
Preis und Gewicht	130,00 €* / 1.000 Exemplare bis 30 g, Aufschlag weitere 10 g: 10,00 €* / 1.000 Exempl.
Druck-unterlagen	**70.000** Exemplare zzgl. Zuschuss 1.000 Exempl.
Teilbelegung	ab 10.000 Exemplaren nur auf Anfrage

EINHEFTER

fertig angelieferte Drucksachen,
fest eingeheftet im Magazin

Format	200 mm x 270 mm, zzgl. Beschnitt Gewicht: bis 40g, darüber nach Absprache
Anlage-beschnitte	Kopfbeschnitt = 25 mm Seitlicher Beschnitt mind. 4 mm Greiffalz hinten = 8-15 mm.
Preis	120,00 €* / 1.000 Exemplare zzgl. Zuschuss 500 Exempl.

***Alle Preise in € zzgl. MwSt.**

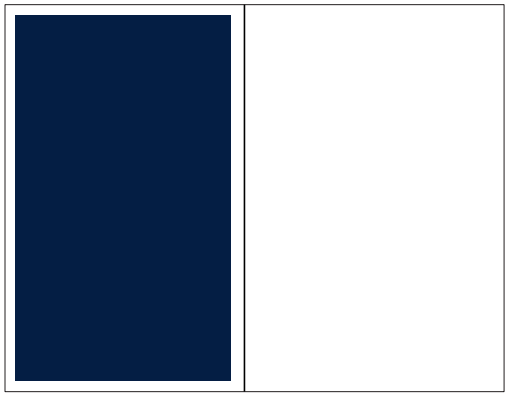
Anlieferung: Die Produkte sind für die maschinelle Weiterverarbeitung geeignet anzuliefern (nicht banderolieren o.ä.). Die Begleitpapiere müssen Angaben über Stückzahl, die Transporteinheiten, Zeitschriftentitel und Nummer der Heftfolge enthalten. An jeder Verpackungseinheit bitte sichtbar ein Muster anbringen.

Versandanschrift: Dierichs Druck + Media GmbH & Co. KG, Frankfurter Straße 168 in 34121 Kassel

Das Magazin der IHK Berlin: Berliner Wirtschaft

Advertorial

1/1 Seite



S: 174 mm breit x 236 mm hoch

EUR 8.900,00*

1/2 Seite

S: 174 mm breit x 118 mm hoch

EUR 4.450,00*

Unser Service für Sie:
Gerne erstellen wir Ihr Advertorial und achten zugleich auf die erforderlichen Gestaltungsrichtlinien. Bitte beauftragen Sie uns 10 Tage vor Anzeigenschluss, damit wir Ihnen diesen Service vollumfänglich anbieten können.

Berechnung: Wir berechnen für die Dienstleistung (Layout und/oder Text) je angefangener Seite EUR 250,00**. Zwei Korrekturschleifen sind im Preis inklusive.

*Alle Preise in € zzgl. MwSt.
**Die Leistung der Art Direktion ist weder Rabatt- noch AE-abzugsfähig.

1. Gestaltungsrichtlinie

Wenn Sie das Advertorial selber gestalten und fertig bei uns anliefern wollen, gelten neben den Eckdaten der Anzeigenpreisliste folgende Informationen:

Eckdaten des Magazins:
- Seitenformat: 210×280mm (+3mm Beschnittzugabe)
- Satzsspiegel: 174×236 mm
- Anlieferung als PDF x3 im Farbprofil PSO LWC improved

Richtlinie zur Gestaltung
- Generell: Advertorials müssen sich in Form und Aufmachung für den flüchtigen Leser deutlich erkennbar von den redaktionellen Teilen der BERLINER WIRTSCHAFT unterscheiden.
- Typo: Die Typo der BERLINER WIRTSCHAFTwird für Advertorials NICHT verwendet. Die im Magazin für den Fließtext verwendete Typogröße ist 9 pt
Bitte NICHT verwenden:
o Velino
o Velino Text
o Velino Headline
Serifenschriften
- Kennzeichnung: Jede Seite des Advertorials wird in der oberen äußeren Ecke mit dem Wort „ANZEIGE" gekennzeichnet. Die Größe der Kennzeichnung ist mindestens 12 pt und immer in Versalien. Das Advertorial wird durch eine Umrahmung oder einen über die gesamte Breite der Anzeige am oberen Satzspiegelrand platzierten Balken gekennzeichnet.
- Farben: Die Farben der BERLINER WIRTSCHAFT werden nicht für die Gestaltung des Advertorials genutzt. Die im aktuellen Heft für Überschriften genutzte Farbkombination steht für Advertorialüberschriften nicht zur Verfügung.
- Grafische Elemente: Wesentliche typische graphische Elemente des BERLINER WIRTSCHAFT (z.B. Kästen etc.) können im Advertorial nicht verwendet werden. Der Firmenname/das Firmenlogo des Inserenten muss im Advertorial deutlich platziert werden.

Das Magazin der IHK Berlin: Berliner Wirtschaft

Marktplatz Anzeigen

Alle Anzeigen erhalten eine eigene Rubriken-Überschrift

Mindestgröße 54 mm breit x 10 mm hoch

Preis*

1-spaltig (54 mm): 4,00 € pro mm
2-spaltig (113 mm): 7,00 € pro mm
3-spaltig (174 mm): 10,00 € pro mm

Anzeigenbeispiel 2-spaltig**

40 mm hoch = **280,00 €***

Anzeigenbeispiel 1-spaltig**

50 mm hoch = **200,00 €***

***Preise gelten für 4c und s/w. Anzeigen werden nach Abdruckhöhe in mm berechnet. Alle Preise in € zzgl. MwSt.**
****Anzeigenbeispiele entsprechen nicht der Originalgröße.**

Das Magazin der IHK Berlin: Berliner Wirtschaft

Allgemeine Verlagsangaben

Verlag	Axel Springer Corporate Solutions GmbH & Co.KG Axel-Springer-Strasse 65 10969 Berlin
Jahrgang	74. Jahrgang / 2023
Erscheinungsweise	10 x jährlich
Einzelverkaufspreis	4,00 Euro (inklusive Porto)
Auflage	70.000 Exemplare je Ausgabe
Zeitschriftenformat	210 mm breit x 280 mm hoch
Satzspiegel	174 mm breit x 236 mm hoch
Druck	Rollenoffset, Vierfarbendruck, Euroskala
Dateiformate	EPS-Dateien mit eingebundenen Schriften oder druckfähige PDF/X-3-Dateien, Version 1.3; Auflösung von Bildern, Logos etc. mindestens 300 dpi
Druckprofile	Innenteil: PSO LWC Improved (Fogra45L) Umschlagseiten: ISO coated v2 300% (Fogra39L)
Daten-Übertragung	berliner.wirtschaft-anzeigen@axelspringer.de evelyn.claus@axelspringer.de

NACHLÄSSE

Malstaffel

Bei	3 Anzeigen	10%
bei	6 Anzeigen	20%
bei	10 Anzeigen	25 %

Mengenstaffel

Bei	3 Anzeigen	10%
bei	6 Anzeigen	20%
bei	10 Anzeigen	25 %

Nachlässe werden nur gewährt, wenn die Anzeigen innerhalb eines Abschlussjahres erscheinen. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige. Abschlüsse müssen vor der ersten Anzeige vereinbart werden.

Anzeigenbuchungen sind mit Annahme durch den Verlag bindend. Bei Stornierungen nach Anzeigenannahme fallen 30%, nach Anzeigenschluss fallen 75% pauschalisierte Stornokosten an.

ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

Zahlung nach Rechnungserhalt netto Kasse. 1% Skonto bei Vorauszahlung von Beträgen über 100,00 Euro oder bei Bankeinzug, sofern ältere Rechnungen nicht überfällig sind.

Bei neuen Geschäftsverbindungen oder bei Zahlungsverzug behält sich der Verlag das Recht vor, die Veröffentlichung der Anzeigen und Beilagen von der Vorauszahlung der Insertionskosten abhängig zu machen.

Bei Stundungen oder Zahlungsverzug werden die üblichen Bankzinsen für Dispositionskredite berechnet. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Berlin.

BANKVERBINDUNG

Deutsche Bank Filiale Berlin
IBAN DE 06 1007 0000 0052 4262 00 **BIC** DEUTDEBB

AGB

Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen, abrufbar in ihrer gültigen Fassung auf unserer Internetseite: www.media-impact.de

Gute Entscheidung für Ihre Werbung

Berliner Wirtschaft

Bestes Preis-Leistungs-Verhältnis

Nehmen Sie mit uns Kontakt auf !

Evelyn Claus
Senior Sales Manager
+49 (0) 170 375 3281

Axel Springer Corporate Solutions GmbH & Co. KG
Axel-Springer-Straße 65
10969 Berlin

evelyn.claus@axelspringer.com
www.as-corporate-solutions.de
www.axelspringer.com

Das Magazin der IHK Berlin: Berliner Wirtschaft

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend „die AGB") regeln das Verhältnis zwischen dem und dem Auftraggeber bei der Erteilung und Abwicklung von Anzeigenaufträgen für das vom Verlag vermarktete Magazin „Berliner Wirtschaft" einschließlich der darauf basierenden und offline lesbaren Mobile- und Tablet-PC-Applikationen („Apps") und E- Paper (nachfolgend gemeinsam „Zeitschriften"), soweit schriftlich nicht etwas anderes vereinbart wurde. Ferner gelten diese AGB sinngemäß auch für die Aufträge von Beiheften, Beiklebern oder technischen Sonderausführungen. Der Auftraggeber kann Diese AGB jederzeit aufrufen, ausdrucken, speichern und herunterladen auf www.media-impact.de

1. Definitionen

1.1 „Angebot" im Sinne dieser AGB ist das
Angebot der Axel Springer SE, Corporate Solutions, (nachfolgend: „Verlag") über die Schaltung und Veröffentlichung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Zeitschriften zum Zwecke der Verbreitung. Soweit nicht ausdrücklich anders als verbindliches Angebot bezeichnet, sind Angebote des Verlag freibleibend, d.h. nicht bindend, und stehen unter dem Vorbehalt der Verfügbarkeit der angebotenen Leistung.

1.2 „Anzeigenauftrag" im Sinne dieser AGB ist das Angebot eines Auftraggebers 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 Zeitschrift zum Zweck der Verbreitung. Auftraggeber kann eine Agentur oder direkt ein Werbungtreibender sein.

1.3 Ein „Abschluss" ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Auftraggeber gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so muss das Erscheinungsdatum der letzten Anzeige innerhalb eines Jahres nach Erscheinen der ersten Anzeige liegen (nachfolgend als „Insertionsjahr" bezeichnet), sofern nicht im Einzelfall ausdrücklich etwas anderes vereinbart worden ist.

1.4 Der Verlag kann einen Dritten zur Durchführung der Anzeigenvermarktung beauftragen. Der Beauftragte handelt im Namen und auf Rechnung des Verlags.

2. Vertragsschluss

2.1 Bei einem Anzeigenauftrag kommt ein Vertrag, soweit nicht ausdrücklich anders individuell vereinbart, durch Abdruck der Anzeige (bei mehreren Anzeigen der ersten Anzeige) oder durch Bestätigung des Verlags in Textform zustande. Sofern ein verbindliches Angebot durch den Verlag erfolgt, kommt der Vertrag durch die Annahmeerklärung des Auftraggebers Zustande.

2.2 Soweit Agenturen Anzeigenaufträge erteilen, kommt der Vertrag, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen, mit der Agentur zustande. Die Agentur ist verpflichtet, dem Verlag auf Anforderung vor Vertragsschluss einen Gewerbenachweis via Handelsregisterauszug und einen Mandatsnachweis zukommen zu lassen.

2.3 Anzeigenaufträge von Werbeagenturen und Mediaagenturen werden nur für namentlich genau genannte Werbetreibende angenommen. Die Werbung für die Produkte oder Dienstleistungen eines anderen als des bei der Buchung angegebenen Werbetreiben- den bedarf in jedem Fall der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Verlags.

2.4 Sofern der Vermarkter Aufträge oder Abschlüsse über Dritte vermarkten lässt, handeln diese Dritten als Vertreter des Verlags und auf dessen Rechnung.

2.5 Soweit die Gewährung von AE nicht ausgeschlossen ist, wird für alle Aufträge, die über eine vom Verlag anerkannte Werbeagentur erteilt werden, eine Mittlergebühr von 15 % auf das Rechnungsnetto vergütet, d.h. auf die Rechnungssumme ohne Mehrwertsteuer nach Abzug von Rabatten. Ausgenommen davon sind Setup-Gebühren, technische Kosten sowie Vergütungen für Layout- und Kreativleistungen.

2.6 Änderungen und Ergänzungen zu einem Vertrag sowie Abweichungen von diesen AGB bedürfen der Textform. Für Vertragsänderungen und -ergänzungen gilt dies auch für die Aufhebung dieser Schriftformklausel.

2.7 Bei Agenturbuchungen behält sich der Vermarkter das Recht vor, Buchungsbestätigungen auch an den Auftraggeber der Agentur weiterzuleiten.

2.8 Anzeigenbuchungen sind mit Annahme durch den Verlag bindend. Bei Stornierungen nach Anzeigenannahme fallen 30% pauschalisierte Stornokosten an. Im Zeitraum von vier Tagen oder weniger vor Anzeigenschluss betragen die Stornokosten 50%, bei einer Stornierung nach Anzeigenschluss 75%.

3. Anzeigenveröffentlichung

3.1 Sollen Anzeigen nur zu bestimmten Erscheinungsterminen oder an bestimmten Plätzen der Zeitschrift veröffentlicht werden, so bedarf es hierfür einer ausdrücklichen Vereinbarung mit dem Vermarkter. Die Aufträge für diese Anzeigen müssen rechtzeitig bei dem Vermarkter eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist.

3.2 Für die Veröffentlichung in den elektronischen Ausgaben der Zeitschriften ist der Verlag berechtigt, die für die Papier-Ausgaben vorliegenden Druckunterlagen an die

Allgemeine Geschäftsbedingungen

jeweiligen Erfordernisse der elektronischen Ausgabe anzupassen. Die Darstellung kann dabei vom Druckergebnis in der Papierausgabe abweichen. Um diese Abweichung auszuschließen, kann der Auftraggeber die genauen Spezifikationen vom Verlag für die Zulieferung einer auf die elektronische Ausgabe bereits adaptierten Anzeige anfordern. Für die Veröffentlichung der Anzeigen in den elektronischen Ausgaben der Zeitschriften wird die Anzeige weitgehend proportional auf die Größe einer Seite der elektronischen Ausgabe im Verhältnis zur gedruckten Ausgabe skaliert. Außerdem werden den Platzierungen in der gedruckten Ausgabe äquivalente Platzierungen in den elektronischen Ausgaben gewährleistet.

3.3 Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche tatsächliche Abdruckhöhe der gedruckten Ausgabe der Berechnung zugrunde gelegt.

3.4 Ein Ausschluss von Konkurrenzanzeigen wird grundsätzlich nicht zugesagt

4. Pflichten des Auftraggebers und Ablehnungsrecht des Verlags

4.1 Der Auftraggeber ist dafür verantwortlich, dass die von ihm zur Verfügung gestellten Inhalte, insbesondere seine Anzeigen, so ausgestaltet sind, dass sie nicht gegen gesetzliche Bestimmungen verstoßen und insbesondere jugendschutz-, presse-, wettbewerbs-, datenschutz-, straf- und mediendienstrechtliche Vorschriften einhalten. Im Falle eines Verstoßes gegen Satz 1 stellt der Auftraggeber den Verlag von allen etwaigen dem Verlag daraus entstehenden Kosten, einschließlich der Kosten der Rechtsverteidigung, vollumfänglich auf erstes Anfordern frei. Eine Pflicht zur Prüfung der Werbemittel vor Schaltung und Veröffentlichung des Werbemittels besteht für den Verlag nicht.

4.2 Der Verlag behält sich vor, Anzeigen oder andere Werbemittel abzulehnen, insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form Rechte Dritter oder die Interessen des Verlages verletzt oder andere Werbemittel (insbesondere Beilagen, Beiheftungen etc.) aus technischen Gründen nicht dem Objekt beigelegt bzw. beigeheftet werden können. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Bei Anzeigen, die in ihrem Erscheinungsbild der redaktionellen Gestaltung der Zeitschriften entsprechen, behält sich der Verlag m Sinne seines publizistischen Auftrages ein Einspruchsrecht vor. Anzeigen, die redaktionell gestaltet sind, müssen sich eindeutig von der Grundschrift der Zeitschriften unterscheiden und mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet sein. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

4.3 Werbemittel, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Verlages. Die Werbungtreibenden sind namentlich zu benennen. Der Verlag behält sich die Erhebung eines Verbundaufschlags bzw. eine abweichende Rabattierung vor.

4.4 Ist der Auftraggeber wegen des Inhalts eines Werbemittels bereits abgemahnt worden bzw. wird abgemahnt oder hat er eine Unterlassungsverpflichtungserklärung bereits abgegeben oder gibt er eine solche ab, ist der Auftraggeber verpflichtet, den Verlag hierüber unverzüglich zu informieren. Unterlässt der Auftraggeber diese Obliegenheitspflicht, haftet der Verlag auch nicht für den dem Auftraggeber durch eine wiederholte Veröffentlichung der beanstandeten Anzeigen(-inhalte) entstehenden Schaden.

5. Übermittlung von Druckunterlagen

5.1 Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Sofern nichts anderes mit dem Vermarkter vereinbart wurde, sind die Druckunterlagen per eMail anzuliefern an: evelyn.claus@axelspringer.de sowie berliner.wirtschaft-anzeigen@axelspringer.de

Der Auftraggeber ist verpflichtet, digitale Druckunterlagen als ordnungsgemäße, insbesondere dem im Vertrag genannten Format oder den dort enthaltene technischen Anforderungen für die Veröffentlichung in digitalen Ausgaben sind Vorlagen entsprechend den technischen Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Online- Werbemitteln anzuliefern – entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn zur Verfügung zu stellen. Kosten des Verlags für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen.

5.2 Kosten des Verlags für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Bei schwierigen Satzarbeiten, die einen höheren als den üblichen Aufwand erfordern, behält sich der Verlag vor, diese dem tatsächlichen Aufwand entsprechend in Rechnung zu stellen. Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen im Rahmen der gegebenen Möglichkeiten, die von den Druckunterlagen und der von der Druckerei eingesetzten Technik bestimmt werden. Der Auftraggeber hat vor einer digitalen Übermittlung von Druckunterlagen dafür Sorge zu tragen, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Er ist insbesondere verpflichtet, zu diesem Zweck handelsübliche Schutzprogramme einzusetzen, die jeweils dem neuesten Stand zu entsprechen haben. Entdeckt der Vermarkter auf einer ihm übermittelten Datei Schadensquellen der vorbezeichneten Art, wird der Vermarkter von dieser Datei keinen Gebrauch mehr machen und diese, soweit zur Schadensvermeidung bzw. zur - begrenzung,

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Insbesondere zur Vermeidung des Übergreifens der Schadensquelle auf die EDV-Anlage des Verlags) erforderlich, löschen, ohne dass der Kunde in diesem Zusammenhang Schadensersatzansprüche geltend machen kann. Der Verlag behält sich vor, den Kunden auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Kunden infiltrierte Schadensquellen dem Verlag Schäden entstanden sind.

5.3 Wenn ein Auftrag nicht oder falsch durchgeführt wird, weil der Auftraggeber seine Mitwirkungspflichten verletzt, insbesondere Produktionsvorlagen nicht rechtzeitig, unvollständig und/oder mangelhaft oder falsch gekennzeichnet abgeliefert wurden bzw. gemäß Ziff. 5.3 gelöscht wurden, hat der Verlag dennoch Anspruch auf die vereinbarte Vergütung.

5.4 Digital übermittelte Druckvorlagen für Farbanzeigen können nur mit einem auf Papier gelieferten Farbproof zuverlässig verarbeitet werden. Ohne Farbproof sind Farbabweichungen unvermeidbar; sie lösen keinen Preisminderungsanspruch aus.

5.5 Unabhängig von den digitalen Druckunterlagen ist eine schriftliche Auftragserteilung mit Motivkennzeichnung erforderlich. Die Anlieferung der Druckunterlagen allein bedeutet keine Auftragserteilung.

5.6 Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet einen Monat nach der erstmaligen Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels.

6. Mängel

6.1 Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. - Veröffentlichung zu verweigern, wenn (a) 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 (b) diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßig hohen Kosten möglich wäre. Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder die Veröffentlichung des anderen Werbe- mittels gesetzte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen.

6.2 Der Auftraggeber wird die Anzeige unverzüglich nach Veröffentlichung überprüfen. Soweit der Auftraggeber Kaufmann ist, müssen Mängelrügen unverzüglich nach Veröffentlichung gegenüber dem Verlag geltend gemacht werden, es sei denn, es handelt sich um nicht offensichtliche Mängel, dann gilt eine Frist von sechs Monaten. Soweit der Auftraggeber Verbraucher ist, müssen Reklamationen bei offensichtlichen Mängeln binnen zwei Wochen, bei nicht offensichtlichen Mängeln binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden.

6.3 Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung, nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: (a) Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung gegenüber Unternehmern auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte des Verlags verursacht wurde. (b) Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt, eine Garantie übernommen oder arglistig getäuscht wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt. Im Falle einer Haftung nur für den typischen vorhersehbaren Schaden besteht keine Haftung für mittelbare Schäden, Mangelfolgeschäden oder entgangenen Gewinn.

6.4 Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem oder grob fahrlässigem Verhalten beruhen oder es sich um eine Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit handelt; in solchen Fällen richtet sich die Verjährungsfrist nach den Gesetzlichen Vorschriften.

6.5 Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag unbegrenzt nach den gesetzlichen Vorschriften.

7. Probeabzüge

Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden. Probeabzüge für eine digitale Ausgabe werden im PDF-Format geliefert.

8. Zahlungen

8.1 Die Rechnung ist innerhalb der aus der Rechnung ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich etwas anderes vereinbart ist.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Der Verlag behält sich vor, aus begründetem Anlass, wie z. B. Neuaufnahme der Geschäftsbeziehung, Vorauszahlung zum Anzeigenschluss zu verlangen. Wurde zur Begleichung der Rechnung das Lastschriftverfahren vereinbart, so ist der Verlag dazu verpflichtet, dem Auftraggeber Betrag und Belastungsdatum im Vorfeld mitzuteilen. Die Vorinformation (Pre-Notification) erfolgt spätestens einen Werktag vor Kontobelastung.

8.2 Der Auftraggeber kann gegen Ansprüche des Verlags nur mit einer unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderung aufrechnen. Sofern der Auftraggeber Unternehmer ist, ist er zur Ausübung eines Zurückbehaltungsrechts nur befugt, sofern der Gegenanspruch unbestritten oder rechtskräftig festgestellt ist und auf demselben Vertragsverhältnis beruht.

8.3 Bei Zahlungsverzug werden zusätzlich zu den gesetzlichen Verzugszinsen angemessene Mahngebühren erhoben. Der Verlag kann darüber hinaus die weitere Ausführung des laufenden Abschlusses oder Anzeigenauftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen.

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

8.5 Beanstandungen jeglicher Art die Rechnung betreffend sind unverzüglich, spätestens jedoch binnen 2 Wochen in schriftlicher oder fernschriftlicher Art anzuzeigen. Geschieht dies nicht, verfällt ein etwaiger Anspruch auf Rechnungsskontierung des Verlags über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

9. Preislisten

9.1. Preise verstehen sich stets zuzüglich der jeweils gesetzlich geltenden Umsatzsteuer; da gilt insbesondere für in Werbeaufträgen und Preislisten genannte Preise.

9.2 Der Verlag ist berechtigt, die Preise jederzeit mit Wirkung für die Zukunft zu ändern. Preisänderungen für Anzeigenverträge sind wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige angekündigt werden; in diesem Falle steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Zugang der Änderungsmitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden. Das Rücktrittsrecht gilt nicht für im Dauerschuldverhältnis abzuwickelnde Aufträge. Hier treten Änderungen der Preisliste sofort in Kraft, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist.

10. Rechteübertragung und -garantie

10.1 Der Auftraggeber ist dafür verantwortlich, dass die von ihm zur Verfügung gestellten Druckunterlagen Rechte Dritter nicht verletzen. Er erklärt, Inhaber sämtlicher für die Schaltung und Veröffentlichung der von ihm zur Verfügung gestellten Druckunterlagen erforderlichen Nutzungs- und Verwertungsrechte und hierüber verfügungsberechtigt zu sein. Im Falle der Anzeigenerstellung durch den Verlag erklärt der Auftraggeber zudem, alle zur Erstellung der Anzeige erforderlichen Rechte zu besitzen. Er stellt den Verlag insofern von allen Ansprüchen Dritter auf erstes Anfordern frei. Dies umfasst auch die Kosten zur Rechtsverteidigung. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

10.2 Der Auftraggeber überträgt dem Verlag an den von ihm zur Verfügung gestellten Druckunterlagen die für die Erstellung und die Veröffentlichung der Werbung in Print-, Online- und Telemedien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen nicht ausschließlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz-, Marken- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlichen Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und zum Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang.

Der Verlag erhält zudem zeitlich unbegrenzt das Recht zur Eigenwerbung des Verlags bzw. der jeweiligen Objekte. Die vorgenannten Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und sind frei auf Dritte übertragbar.

10.3 Etwaige den Angeboten des Verlags zugrunde liegende Konzepte und Bestandteile sind urheber- und wettbewerbsrechtlich geschützt und vom Auftraggeber vertraulich zu behandeln. Diese Konzepte dürfen insbesondere weder in dieser noch in abgewandelter Form an Dritte weitergegeben noch von dem Auftraggeber außerhalb des Vertragsumfangs für eigene Zwecke genutzt werden.

10.4 Wird im Zusammenhang mit der Anzeige eine Grafik oder in sonstiger Art und Weise der Name, das Logo, das Unternehmenskennzeichen, die Marke, ein Werktitel oder eine sonstige geschäftliche Bezeichnung verwendet, so gewährt der Auftraggeber dem Verlag für die Dauer des Vertrages das nicht ausschließliche, nicht übertragbare Recht zur Nutzung der Grafik oder der entsprechenden Zeichen in der jeweiligen Anzeige.

10.5 Vom Verlag für den Auftraggeber gestaltete Anzeigenmotive (Promotions) dürfen nur für Anzeigen in den dafür bei dem Verlag gebuchten Titeln /Ausgaben verwendet werden. Weitere Rechte werden nicht eingeräumt.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

11. Laufzeit

11.1 Der Vertrag endet mit Ablauf der vereinbarten Vertragslaufzeit.

11.2 Das Recht zur außerordentlichen Kündigung aus wichtigem Grund nach vorheriger Abmahnung bleibt hiervon unberührt. Die Kündigung hat schriftlich zu erfolgen. Ein Recht zur fristlosen Kündigung aus wichtigem Grund liegt insbesondere vor, wenn eine der Parteien trotz einer schriftlichen Abmahnung wiederholt eine wesentliche Vertragspflicht verletzt, eine fortdauernde Vertragsverletzung innerhalb angemessener Frist nicht abstellt oder deren Folgen nicht beseitigt, gegen eine und/oder beide Parteien und/oder gegen eine vom Verlag vermarktete Zeitschrift infolge einer vertragsgegenständlichen Leistung eine Abmahnung erfolgte und/oder eine einstweilige Verfügung erwirkt wurde oder für den Verlag der begründete Verdacht besteht, dass der Auftraggeber oder die von ihm zur Verfügung gestellten Inhalte gegen geltende rechtliche Bestimmungen, insbesondere des Strafgesetzbuches oder die geltenden Werberichtlinien, verstößt bzw. verstoßen hat; ein begründeter Verdacht besteht, sobald dem Verlag auf Tatsachen gestützte Anhaltspunkte für einen Verstoß gegen rechtliche Bestimmungen vorliegen, insbesondere ab der Einleitung eines Ermittlungsverfahrens gegen den Verlag, den Auftraggeber und/ oder gegen die vom Verlag vermarkteten Zeitschriften bzw. ab der Aufforderung zu einer Stellungnahme durch die zuständigen Stellen. Ein Grund zur fristlosen Kündigung ist auch gegeben, wenn über das Vermögen eines Vertragspartners ein Insolvenzverfahren eröffnet oder mangels Masse nicht eröffnet bzw. ein diesbezüglicher Antrag gestellt wird und der betroffene Vertragspartner trotz entsprechender Aufforderung die offenbare Unbegründetheit des Antrags nicht binnen einer angemessenen Frist nachweist. Ein Grund zur fristlosen Kündigung besteht darüber hinaus, wenn gegen eine der Vertragsparteien Vollstreckungsmaßnahmen ausgebracht und nicht innerhalb von einem Monat aufgehoben wurden.

12. Störungen des Vertragsverhältnisses bei höherer Gewalt

12.1 Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, Allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlag als auch in fremden Betrieben, deren sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Vermarktungsobjekt mit 80 % der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Auslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht. Der Verlag behält sich vor, aus aktuellem Anlass Erscheinungstermine zu verschieben. Dem Auftraggeber erwachsen daraus keinerlei Ansprüche gegenüber dem Verlag.

13. Einschaltung Dritter

Der Auftraggeber bedarf zur vollständigen oder teilweisen Übertragung seiner Rechte und Pflichten aus dem Anzeigenauftrag der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Vermarkters. Der Verlag ist berechtigt, sich zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten aus dem Anzeigenauftrag Dritter zu bedienen.

14. Vertraulichkeit und Presse

14.1 Soweit nicht schriftlich anders vereinbart, werden die Vertragsparteien Einzelheiten des Vertragsverhältnisses, insbesondere die Preise und Konditionen, sowie über Geschäftsgeheimnisse, von denen sie im Rahmen der Vertragsdurchführung unmittelbar oder mittelbar durch die jeweils andere Partei Kenntnis erlangen, streng vertraulich behandeln. Dies gilt nicht, wenn eine Offenlegung gerichtlich oder behördlich angeordnet wird oder zur gerichtlichen Durchsetzung eigener Rechte gegen die jeweils andere Vertragspartei erforderlich ist. Der Vermarkter ist darüber hinaus berechtigt, den Inhalt des Anzeigenauftrags den gemäß Ziffer 16 eingeschalteten Dritten sowie verbundenen Unternehmen gemäß §§ 15 ff. Aktiengesetz offenzulegen. Die Verpflichtung besteht während der gesamten Vertragslaufzeit und unbegrenzt über eine Beendigung hinaus.

14.2 Der Verlag ist berechtigt, die Bruttowerbeumsätze des Auftraggebers und Werbungtreibenden auf Produktebene zur Veröffentlichung an Nielsen Media Research oder vergleichbare Institutionen weiterzuleiten.

14.3 Presseerklärungen sowie sonstige öffentliche Verlautbarungen gegenüber Dritten über die Geschäftsbeziehung zwischen dem Verlag und dem Auftraggeber oder bezüglich der Details getroffener Vereinbarungen bedürfen der vorherigen Freigabe des Verlags. Dies gilt ebenso für Logoveröffentlichungen für vom Verlag gelieferte Logos.

15. Schlussbestimmungen

15.1 Etwaige zusätzliche in der Preisliste enthaltene Geschäftsbedingungen gelten ergänzend zu diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

15.2 Soweit nach diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen Schriftform erforderlich ist, wird diese durch die Textform gewahrt .

15.3 Änderungen der AGB werden dem Auftraggeber schriftlich sowie auf www.media-impact.de mitgeteilt. Sie gelten als vom Auftraggeber genehmigt, sofern dieser nicht binnen eines Monats ab Mitteilung schriftlich widerspricht.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

15.4 Allgemeine Vertragsbedingungen oder Geschäftsbedingungen des Auftraggebers werden hiermit ausdrücklich ausgeschlossen. Dies gilt auch dann, wenn den Bedingungen des Auftraggebers nicht ausdrücklich widersprochen wurde und/oder der Verlag die Leistungen widerspruchslos erbringt, das heißt Werbemittel widerspruchslos geschaltet und veröffentlicht werden.

15.5 Erfüllungsort ist der Sitz des Verlags. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlags. Bei Nichtkaufleuten bestimmt sich der Gerichtsstand nach den gesetzlichen Vorschriften. Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

15.6 Sollten einzelne Bestimmungen des Vertrages einschließlich dieser Regelungen ganz oder teilweise unwirksam sein oder sollte der Vertrag eine Lücke enthalten, bleibt die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen oder Teile solcher Bestimmungen unberührt. Die Vertragsparteien verpflichten sich, anstelle einer unwirksamen Bestimmung eine gültige Vereinbarung zu treffen, deren wirtschaftlicher Erfolg dem der unwirksamen so weit wie möglich nahekommt.