

Mediadaten 2018

Nutzen Sie die crossmediale
Werbemöglichkeit!

Verlag:

Mediengruppe Oberfranken –
Fachverlage GmbH & Co. KG
Geschäftsführer: Walter Schweinsberg, Bernd Müller
E.-C.-Baumann-Straße 5 · 95326 Kulmbach
Tel. 09221 / 949-254 · Fax 09221 / 949-377
www.dz kf.de
HRA Bayreuth Nr. 3713

Verlagsleiter:

Alexander Schiffauer

Bankverbindung:

Sparkasse Bamberg
IBAN: DE18770500000302246509
BIC: BYLADEM1SKB (Bamberg)

Zahlungsbedingungen:

Zahlung innerhalb von 8 Tagen mit 2 % Skonto, 30 Tage netto

Format, Satzspiegel, Anschnitt, Spalten:

Format: 210 mm breit, 280 mm hoch
Satzspiegel: 174 mm breit, 237 mm hoch
Anschnitt: 3 mm auf allen angeschnittenen Seiten
Spalten: 3 zu je 53 mm, 2 zu je 82 mm

Druckauflage: 3.000 Exemplare (lt. IVW II/2017)

verbreitete Auflage: 2.873 Exemplare (lt. IVW II/2017)
davon 262 im Abonnement

Erscheinungsweise: 4 x jährlich

Bindung: Rückendrahtheftung

Druck: Offsetdruck · Raster 60 Linien/cm = 150 lpi
4-farbig, CMYK, Euroskala

Druckdaten: Composite-PDF/X-1a nach ISO 15930
und Medienstandard Druck 2010 (ISO 12647)

Bild-Dateien: TIF, EPS (mit eingebundenen Schriften), JPG

Programme PC: Adobe InDesign, Adobe Photoshop,
Adobe Illustrator, MS-Office-Programme
nach Rücksprache

Bitte Schriften und Bilddaten integrieren bzw. mitsenden.
Zur Kontrolle der Daten benötigen wir einen Abzug der Anzeige.
Datenaustausch: per E-Mail bzw. CD an Verlag



Die **DZKF** – Deutsche Zeitschrift für Klinische Forschung – ist die führende deutschsprachige und unabhängige Publikation, die sich der Klinischen Forschung und Innovationen im Gesundheitssystem verpflichtet hat.

Umfassend und kompetent informiert eine profilierte Redaktion vier mal im Jahr über wichtige und aktuelle Aspekte zu diesem Themenkreis. Für renommierte Gastautoren aus Wissenschaft, Industrie, der Ärzteschaft und Politik bietet sie ein Forum, in dem durchaus auch kontroverse Standpunkte manifestiert werden. Wissenschaftliche Artikel zu aktuellen Studienergebnissen runden das Themenspektrum der **DZKF** ab.

Die **DZKF** konnte sich damit mehr und mehr als Pflichtlektüre von Forschern, Clinical Research Professionals, Prüfarzten sowie den Führungskräften in der Klinischen Forschung etablieren. Die **DZKF** repräsentiert eine ausgezeichnete Kommunikationsplattform sowohl für Fachwerbung als auch für produktübergreifende Image- und Unternehmenswerbung.

Selbstverständlich stellt die **DZKF** auch ein hervorragendes Forum für die Veröffentlichung von spezifischen, auf ein konkretes Anforderungsprofil ausgerichtete PR-Aktivitäten dar.

Die Vorteile

- Mit der **DZKF** erreichen Sie eine exakt definierte Zielgruppe ohne Streuverluste.
- Die **DZKF** ist das führende unabhängige Kommunikationsmedium in der klinischen Forschung mit anerkannt hohem Informationsgehalt und starkem Impact.
- Die **DZKF** bietet ein ausgezeichnetes Preis-/Leistungsverhältnis.

Leserzielgruppe

Medizinisch-wissenschaftliche Fachgruppen/Verbände (Ärzte, Pharmakologen, Naturwissenschaftler) in forschenden Unternehmen, Instituten, Kliniken, Universitäten und Behörden, Prüfarzte und Study Nurses

Themen Spektrum

- Ergebnisse aus Grundlagenforschung und Klinischer Forschung
- Bio- und Pharmakokinetik
- Indikationen: Neue Strategien und Therapien
- E-Clinical Trial und neue Technologien
- Pharmakoökonomie und Gesundheitswesen
- KliFo Praxis und Know-how

Rubriken

- Standpunkt – Zur Diskussion
- Fortbildung – CME-Beitrag
- Schwerpunkt – Wissenschaftliche Beiträge zu wechselnden Themen
- Kurznachrichten – Aktuelles aus Wissenschaft und Industrie
- Recht – Neue Gesetze und Rechtsprechung
- Personal – Stellenanzeigen
- Termine – Symposien und Seminare

Themenschwerpunkte:

Januar	Heft 1
Studienmanagement, CRO/Personalisierte Medizin, Stammzellforschung, Immuntherapie	
ET: 26.1.	AS: 11.1. DU: 17.1.

April	Heft 2
Zelluläre Bioprozesse, Medizindatenbanken/ Risikomanagement & Hygienemanagement	
ET: 27.4.	AS: 12.4. DU: 18.4.

Juli	Heft 3
Biomedizinische Grundlagenforschung, Biologische Kybernetik, Biomonitoring & Biobanken/Labortechnologie	
ET: 27.7.	AS: 12.7. DU: 18.7.

Oktober	Heft 4
Telemedizin, Roboterassistierte Medizin, Nanomedizin/ Gesundheitsinformationssysteme	
ET: 26.10.	AS: 11.10. DU: 17.10.

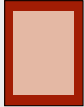
Änderungen vorbehalten!

ET = Erscheinungstermin

AS = Anzeigenschluss

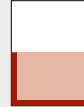
DU = Druckunterlagenschluss, Beilagen

1/1 Seite



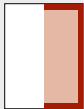
S 174 x 237 mm
A 210 x 280 mm 2.550,- Euro

1/2 Seite quer



S 174 x 119 mm
A 210 x 140 mm 1.320,- Euro

1/2 Seite hoch**



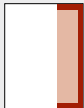
S 82 x 237 mm
A 107 x 280 mm 1.320,- Euro

1/3 Seite quer



S 174 x 79 mm
A 210 x 90 mm 850,- Euro

1/3 Seite hoch



S 54 x 237 mm
A 75 x 280 mm 850,- Euro

1/4 Seite quer



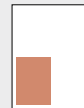
S 174 x 59 mm
A 210 x 70 mm 640,- Euro

* 3 mm Beschnittzugabe an allen randabfallenden Seiten.

** Diese Anzeigenvariante kann nur auf den Terminseiten gebucht werden

Zusätzlich zum Anschnitt von 3 mm ist ein Sicherheitsabstand zum Rand von mindestens 4 mm an allen randabfallenden Seiten einzuhalten.

1/4 Seite hoch



S 82 x 117 mm 640,- Euro

S = Satzspiegelformat

A = Anschnittformat*

U2 / U4



A 210 x 280 mm 2.850,- Euro

U3



A 210 x 280 mm 2.630,- Euro



1/1 Seite neben Zahlen – Daten – Fakten (1. re. Seite)

A 210 x 280 mm 2.810,- Euro

Weitere Anzeigenformate und Sonderwerbformen auf Anfrage

Mengenrabatt*

2 Anzeigen 5% Rabatt
4 Anzeigen 10% Rabatt

Agenturprovision 10%
(gilt nicht für Sonderpublikationen und Sonderdrucke)

Die angegebenen Preise verstehen sich zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Keine Rabatte auf Beilagen, Durchhefter, Sonderdrucke und Sonderwerbformen.

* Nach Anzahl der Anzeigen eines Auftraggebers innerhalb eines Abschlussjahres gestaffelter Rabatt auf den Anzeigenpreis gemäß Anzeigenpreisliste.

S = Satzspiegelformat

A = Anschnittformat**

** 3 mm Beschnittzugabe an allen randabfallenden Seiten.

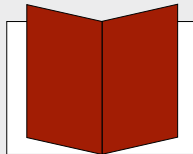
Zusätzlich zum Anschnitt von 3 mm ist ein Sicherheitsabstand zum Rand von mindestens 4 mm an allen randabfallenden Seiten einzuhalten.

DZKF – Beilagen

- Bis 25 g pro Tsd. inkl. Porto
440,- Euro
- 26 bis maximal 40 g auf Anfrage
- Mindestformat: 105 x 148 mm;
Maximalformat: 200 x 270 mm

Durchhefter

Druckauflage 3.000,
4-seitig,
Gesamtauflage
3.790,- Euro



Endformat: 210 x 280 mm
+ 5 mm Kopfbeschnitt und
3 mm Fuß- und Seitenbeschnitt

Anlieferung: fertig gefalzt, nicht geheftet

DZKF – Verlagsbeilagen

Lieferformat: 200 x 270 mm
Auflage: 3.000 Exemplare
Abweichende Größen und Inhalte
auf Anfrage
Papier: 150 g/qm; Ikono silk
Druck: Offset-Druck
Umfang: 4 – 8 Seiten
inkl. Produktion

Im Leistungspaket enthalten:

- Recherche bzw. Interview durch
die Redakteure der **DZKF**
- Druck der Beilage
- Beilage in **DZKF – Deutsche Zeitschrift
für Klinische Forschung**

Preis auf Anfrage

DZKF – Sonderdrucke

Lieferformat: 210 x 280 mm
Papier: 150 g/qm
Druck: Offset-Druck
inkl. Produktion
Jede Auflage und Papierqualität möglich

Preis auf Anfrage



Alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt.; andere Formate auf Anfrage.
Satzkosten werden nach Aufwand berechnet. Anschnitt 3 mm an jeder zu beschneidenden Seite.
Beihfeiter, Beilagen, Durchhefter, Postkarten und technische Kosten werden nicht rabattiert.

Wie das Print-Medium der **DZKF** steht das unabhängige Portal www.dzkgf.de für seine fachwissenschaftlichen Informationen. Darüber hinaus bietet das Online-Portal einen hohen Gehalt an Kommunikationsmöglichkeiten innerhalb der medizinisch-wissenschaftlichen Fachkreise im Bereich klinischer Forschung.

Zielgruppe

Medizinisch-wissenschaftliche Fachgruppen/Verbände (Ärzte, Pharmakologen, Naturwissenschaftler) in forschenden Unternehmen, Instituten, Universitäten und Behörden, Prüfarzte und Study Nurses

Die Vorteile

- Mit dem Portal www.dzkgf.de erreichen Sie Ihre Zielgruppe ohne Streuverluste
- Das unabhängige Kommunikationsmedium www.dzkgf.de zeichnet sich mit anerkannt hohem Informationsgehalt und starkem Impact in der klinischen Forschung aus.

Allgemeines zum Online-Portal www.dzkgf.de

- Alle Preise in Euro zzgl. gesetzl. MwSt.
- Satz- bzw. Layoutkosten werden nach Aufwand berechnet.
- Publikationen, z. B. Pressemitteilungen können auf Wunsch verlinkt bzw. mit Optionen, Teaser, Thema des Monats versehen werden. Preise auf Anfrage.

Kostenpflichtige Beiträge	Preis in Euro
Rubrik wählbar*	255,-
Personalanzeigen**	510,-

Rubriken/Themengebiete

Kostenfreie Beiträge

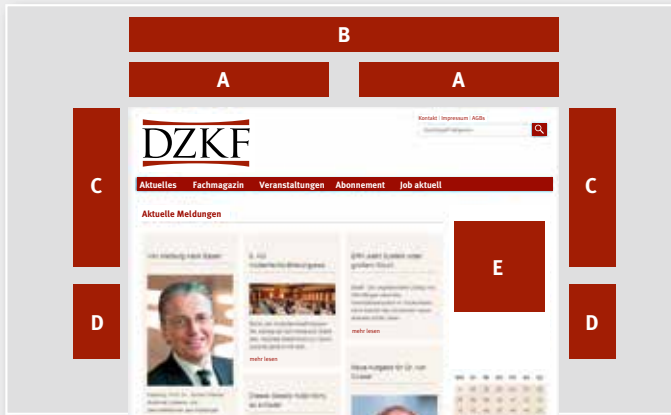
- KliFo Praxis
- Für den Prüfarzt
- Gesundheitssystem
- Indikationen
- Pressenachricht

Kostenpflichtige Beiträge

- Termine/Angebote/Kurse*
- Fortbildungen & Seminare*
- Kongresse*
- Firmenprofil*
- Fachgesellschaften*
- Personalanzeigen**

Was ist ein „Beitrag“?

- Ein **Textbeitrag** in folgenden Formaten:
*.pdf – *.ppt (PowerPoint), *.doc/*.rtf (Word) – *.xls (Excel)
- Ein **Multimedialer Beitrag** in folgenden Formaten:
*.wmv (unser Favorit!) – *.mov – *.mpg/*.mpeg – *.avi



Banner (Laufzeit 4 Wochen)	Format	Preis in Euro
Format A	468 x 60 Pixel	780,-
Format B	950 x 60 Pixel	1.370,-
Format C	120 x 600 Pixel	1.270,-
Format D	120 x 300 Pixel	940,-
Format E	230 x 230 Pixel	1.370,-

Nutzen Sie die Schaltung eines Banners auf www.dzkgf.de für Ihre produkt- und unternehmensspezifische Werbung!

Datenschluss: 5 Werktage vor Schaltungsbeginn

Dateiformate: .gif oder .jpg

Laufzeit: 1. – 30./31. des Monats

Dateiformate: .jpeg, .gif

- Sie haben die Möglichkeit im monatlich erscheinenden **Newsletter** mit einem Textbeitrag inkl. Bild und/oder mit einem Banner zu erscheinen.
- Zielgruppe: Medizinisch-wissenschaftliche Fachkräfte wie niedergelassene Ärzte, Prüf-ärzte, Klinikärzte, Fachärzte, Study Nurses, Institute, Universitäten, Studenten, Medizinprodukte Hersteller und medizinische Fachkreise im Sinne des § 2 Heilmittelwerbegesetz bzw. durch diverse Kooperationen (u. a. mit DocCheck, Kliniken, etc.).

Werbemöglichkeiten	Größe in Pixel	Preis in Euro
Premium-Banner ganz , mit Verlinkung Platzierung direkt nach der Begrüßung	678 x 130	720,-
Premium-Banner halb , mit Verlinkung Platzierung direkt nach der Begrüßung	334 x 130	440,-
Rubrik-Banner ganz , mit Verlinkung Platzierung unter wählbarer Rubrik	678 x 100	430,-
Rubrik-Banner halb , mit Verlinkung Platzierung unter wählbarer Rubrik	334 x 100	280,-
Advertorial im Newsletter ca. 1.200 Zeichen inkl. Leerzeichen + Ihr Logo (max. 150 x 100 Pixel)		470,-
Termineintrag Platzierung unter Rubrik „Veranstaltungen“ ca. 1.000 Zeichen inkl. Leerzeichen mit Logo		270,- zzgl. 95,-



**Auf Wunsch außer-
terminlicher Versand
eines Standalone-
Newsletters
(Preis auf Anfrage)**

Ansprechpartner

Teamleiterin Schulmedizin/ Mediaberaterin:

Ilona Hascher
Tel. 09221 / 949-422
i.hascher@mgo-fachverlage.de

Mediaberater:

Toni Lauterbach
Tel. 09221 / 949-374
t.lauterbach@mgo-fachverlage.de

Chefredaktion:

Christian Schäfer
Tel. 09221 / 949-421
c.schaefer@mgo-fachverlage.de

Versand: Monatlich, Mitte des Monats

Abonnenten: ca. 1.600 registrierte Nutzer (Stand: August 2017)

Datenschluss: 5 Werktage vor Schaltungsbeginn

Formate: .gif oder .jpg

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Vererbung.
2. Zeigenaufträge sind im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln. 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 der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziff. 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen. Der Verlag ist berechtigt, in der Zeitschrift erscheinende Anzeigen in die Onlinedienste des Verlages einzustellen.
4. Wird ein Auftrag 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. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass der Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss informiert werden kann, falls der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. In diesem Fall ist der in der Preisliste angegebene Zuschlag zu zahlen. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn ihr Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder die Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder bei Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Anzeigen, die Werbung von Dritten oder solche für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages.
10. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreie Druckerunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckerunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckeranlagen gegebenen Möglichkeiten. Bei nicht rechtzeitiger Anlieferung der Druckerunterlagen oder Beilagen bis zum Druckeranlagenschluss, behält sich der Verlag vor, den zuvor bestätigten Anzeigenpreis in Rechnung zu stellen.
11. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche positiver Forderungsverletzung, aus Verschulden bei Vertragsabschluss und aus unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Aufgaberteilung – ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind begrenzt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters oder eines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den vorhersehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
12. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht innerhalb der gesetzten Frist zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
13. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
14. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, werden Rechnung und Beleg sofort, möglichst aber vierzehn Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Soweit das Lastschriftverfahren als Zahlungsmittel vereinbart wurde, ist es möglich,

- das die Forderung innerhalb eines Tages nach Information des Kunden über die Vorabankündigung (Pre-Notification) zur Zahlung fällig wird und eingezogen werden kann.
15. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit des Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlziel von der Vorauszahlung des Betrages und vom Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
 16. Der Verlag liefert mit Rechnung auf ausdrücklichen schriftlichen Wunsch einen Anzeigenbeleg.
 17. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckerunterlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu tretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
 18. Aus einer Auflagenminderung kann ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Auflage beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise zugesicherte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht zugesichert ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50 000 Exemplaren 20 v. H., bei einer Auflage bis zu 100 000 Exemplaren 15 v. H., bei einer Auflage bis zu 500 000 Exemplaren 10 v. H., bei einer Auflage über 500 000 Exemplaren 5 v. H. beträgt.
- Darüber hinaus sind etwaige Preiserminderungsansprüche 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 hätte können.
19. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Expresssendungen auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postwege weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die innerhalb dieser Frist nicht abgeholt worden sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 (Gewicht 1.000g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher- und Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Er übernimmt darüber hinaus keine Haftung. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postwege weitergeleitet. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Preisangeboten und Vermittlungsgabeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.
 20. 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. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrages bzw. Abschluss 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 Rechtsverfolgung frei. Schließlich ist der Auftraggeber verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverfolgung gegenüber Dritten zu unterstützen und über Unterlassungserklärungen oder einstweilige Verfügungen im Hinblick auf Rechte Dritter unverzüglich schriftlich zu informieren.
 21. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche Rechte für die Nutzung der Werbeanzeigen in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen uberechentlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- oder sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Öffentlichtzugänglichmachung, 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 rücklos begrenzt übertragen.
 22. Druckvorlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages. Eine Aufbewahrung elektronisch übermittelter Anzeigen ist nicht möglich.
 23. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen der Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Klagen nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthaltsort des Auftraggebers, auch bei Nichtkaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthaltsort aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart. Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

FACHVERLAG
MEDINGRUPPE
OBERFRANKEN

