

Mediadaten 2019

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 / 949-374 · Fax: 09221 / 949-401
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/2018)

verbreitete Auflage: 2.899 Exemplare (lt. IVW II/2018)
davon 224 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 viermal 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, Prüfüzten 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 ausgerichteten 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, Prüfüzten 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
- 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
Klinische Mikrobiologie, Virologie, Infektiologie	
ET: 25.1.	AS: 10.1. DU: 16.1.

Juli	Heft 3
Medizinische Genetik/Humangenetik	
ET: 26.7.	AS: 11.7. DU: 17.7.

April	Heft 2
Diagnostik	
ET: 26.4.	AS: 11.4. DU: 16.4.

Oktober	Heft 4
Klinische Pharmakologie	
ET: 25.10.	AS: 10.10. DU: 16.10.

Änderungen vorbehalten!

ET = Erscheinungstermin

AS = Anzeigenschluss

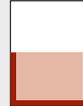
DU = Druckunterlagenschluss, Beilagen

1/1 Seite



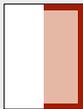
S 174 x 237 mm
A 210 x 280 mm 2.550,- Euro

1/2 Seite quer



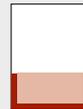
S 174 x 119 mm
A 210 x 140 mm 1.320,- Euro

1/2 Seite hoch**



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

1/3 Seite quer



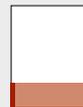
S 174 x 79 mm
A 210 x 90 mm 850,- Euro

1/3 Seite hoch



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

1/4 Seite quer



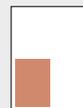
S 174 x 59 mm
A 210 x 70 mm 640,- Euro

* 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

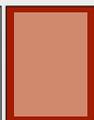


A 210 x 280 mm 2.850,- Euro

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 Online, 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.

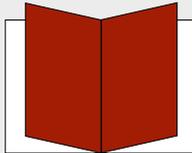
Zusätzlich zum Anschnitt von 3 mm ist ein Sicherheitsabstand zum Rand von mindestens 4 mm an allen randabfallenden Seiten einzuhalten.

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

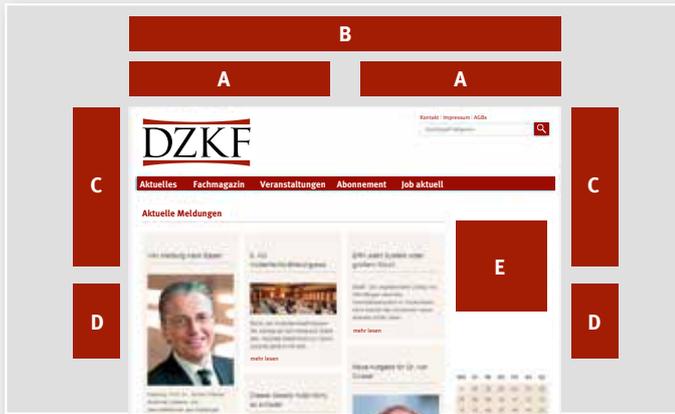
- KliFo Praxis
- Für den Prüfarzt
- Gesundheitssystem
- Indikationen
- Pressenachricht

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

Karl-Heinz Patzer
Tel.: 09221 / 949-421
k.patzer@mgo-fachverlage.de

Redaktion

Nina Hoffmann
Tel.: 09221 / 949-312
n.hoffmann@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. Geltungsbereich
- 1.1 Nachfolgende Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und andere Werbemittel in Zeitschriften (nachfolgend „AGB“) des Verlages gelten ausschließlich.
- 1.2 Die AGB des Auftraggebers werden nicht anerkannt, es sei denn, der Verlag stimmt ihrer Gültigkeit ausdrücklich zu.
- 1.3 Die AGB des Verlages gelten auch dann, wenn der Verlag in Kenntnis entgegenstehender oder von diesen AGB abweichenden Bedingungen des Auftraggebers den Auftragsauftrag bzw. den Abschluss vorbehaltlos ausführt.
2. Auftragsauftrag und Abschluss
- 2.1 „Auftragsauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die terminierte Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbetreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend „Werbetreibender“) in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
- 2.1 Ein „Abschluss“ im Sinne der AGB ist ein Vertrag zwischen Verlag und Werbetreibenden über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbetreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen erst auf Abruf des Auftraggebers erfolgen.
3. Anzeigenabruf
- Anzeigenaufträge 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.
4. Nachlässe und Rabatte
- Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, dem Verlag den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Errechnung der Abnahmemengen/Größenberechnungen
- 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 zugrunde gelegt.
6. Ablieferung beim Verlag
- 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 Verlag berechtigt, den in der Preisliste angegebenen Zuschlag zu zahlen. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
7. Textteilanzeigen, Anzeigen mit Coupon und Advertorials
- 7.1 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.
- 7.2 Der Verlag behält sich vor, Anzeigen mit Coupon auch Rücken an Rücken zu platzieren, sofern eine andere Form der Veröffentlichung für den Verlag nicht zumutbar ist.
- 7.3 Advertorials sind fremdproduzierte Teile, die sich in Form und Aufmachung von den redaktionellen Teilen der Druckschrift unterscheiden. Sie enthalten Text und Werbung Dritter. Das Advertorial kann durch den Verlag ohne Rücksprache mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet werden. Der Verlag behält sich die Veröffentlichung nach Vorlage eines verbindlichen Musters sowie das Recht vor, bei besonderen Publikationen Sonderpreise festzusetzen. Dem Verlag ist ein Advertorial mindestens fünf Tage vor Druckunterlagenschluss zur Prüfung und Billigung vorzulegen.
8. Ablehnung und Veröffentlichung
- 8.1 Der Verlag behält sich ohne Anerkennung einer entsprechende Prüfpflicht vor, den Abruf bzw. die Veröffentlichung von Anzeigen abzulehnen, insbesondere wenn deren Gehalt gegen gesetzliche Bestimmungen verstößt, deren Inhalt vom deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für den Verlag insbesondere wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen und sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlags 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 bei Aufträgen, die bei Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen.
- 8.2 Die Ablehnung des Abrufs bzw. der Veröffentlichung einer Anzeige wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Verbundwerbung
- 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. Druckvorlagen und Probeabzüge
- 10.1 Für die rechtzeitige Lieferung und einwandfreie Beschaffenheit geeigneter – gegebenenfalls digitaler – Druckvorlagen des oder anderer Werbemittel ist der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.
- 10.2 Bei nicht rechtzeitiger Anlieferung der Druckunterlagen oder Beilagen bis zum Druckunterlagenschluss, behält sich der Verlag vor, den zuvor bestätigten Anzeigenpreis in Rechnung zu stellen.
- 10.3 Die Kosten des Verlages für auf Wunsch des Auftraggebers vom Verlag erstellte Druckvorlagen oder für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen.
- 10.4 Druckvorlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgeschickt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages. Eine Aufbewahrung elektronisch übermittelter Anzeigen ist nicht möglich.
- 10.5 Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgeschickten Probeabzüge. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht innerhalb der gesetzten Frist zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
- 10.6 Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
11. Veröffentlichung in digitalen Ausgaben
- Ein Anspruch des Auftraggebers auf Veröffentlichung der Anzeige in digitalen Ausgaben der Printpublikation besteht nur, wenn der Auftraggeber eine zusätzliche Veröffentlichung in der jeweiligen digitalen Ausgabe gebucht bzw. beauftragt hat. Wenn der Auftraggeber nur eine Veröffentlichung in der Printpublikation beauftragt hat, hat der Verlag das Recht, die Anzeige innerhalb des Zeitraums, in dem die Printanzeige veröffentlicht wird, in einer dem jeweiligen technischen Standard entsprechenden Weise zusätzlich in digitalen Ausgaben zu veröffentlichen. Hierzu ist der Verlag berechtigt, die für die Printausgaben vorliegenden Druckvorlagen an die jeweiligen Gegebenheiten bzw. Erfordernisse der digitalen Ausgabe anzupassen. Hierbei kann die Darstellung vom Druckergewicht der Printausgabe abweichen.
12. Rechte wegen Mängeln
- 12.1 Der Auftraggeber hat, soweit er Unternehmer im Sinne des § 14 BGB ist, die Anzeige unverzüglich nach ihrer Veröffentlichung auf etwaige Mängel hin zu überprüfen und, wenn sich ein offensichtlicher Mangel zeigt, diesen dem Verlag binnen einer Frist von zehn Tagen ab Veröffentlichung schriftlich (E-Mail/Fax ausreichen) anzuzeigen. Nicht offensichtliche Mängel hat der Auftraggeber, soweit er Unternehmer im Sinne des § 14 BGB ist, binnen einem Jahr ab Veröffentlichung der Anzeige anzuzeigen. Versäumt der Auftraggeber die vorgenannten Ausschlussfristen, gilt die Anzeige als genehmigt mit der Folge, dass der Auftraggeber seine Mängelrechte nach Ziffer 12.2 und 12.4 verliert.

- 12.2 Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder auf Veröffentlichung einer einwandfreien Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde.
- 12.3 Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige zu erteilen, wenn
- diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder
 - diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre.
- 12.4 Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rücktritt vom Vertrag sowie Ersatz verboglicher Aufwendungen oder Schadenersatz. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige sind Rücktritt und Schadenersatz ausgeschlossen.
13. Haftung
- 13.1 Der Verlag haftet unbeschränkt für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit.
- 13.2 Für einfache Fahrlässigkeit haftet der Verlag, außer im Falle der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit, nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht (Kardinalpflicht) verletzt wurde. Kardinalpflichten sind verkaufswesentliche Pflichten, die die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages erst ermöglichen und auf deren Erfüllung der Kunde vertrauen darf. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehenden Schaden (max. bis zu einem Betrag in Höhe des Gesamtvolumens des Anzeigenauftrags) beschränkt.
- 13.3 Die Haftungsausschlüsse und Haftungsbeschränkungen gelten nicht für eine gesetzlich vorgeschriebene verschuldensunabhängige Haftung, die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz und eine Haftung aus einer verschuldensunabhängigen Garantie.
14. Zahlungsbedingungen
- 14.1 Der Rechnungsbetrag wird mit dem Erscheinen der Anzeige sofort zur Zahlung fällig. Maßgeblich ist die Preisliste in der jeweils gültigen Fassung, sofern nicht im Einzelnen etwas anderes vereinbart wurde. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, werden Rechnung und Beleg sofort, möglichst aber vierzehn Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Termin des Erbringens der Leistung an laufenden Fristen zu zahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist, Vorauszahlung oder das Abbuchungsverfahren vereinbart wurde. Soweit das Lastschriftverfahren als Zahlungsmittel vereinbart wurde, ist es möglich, dass die Forderung innerhalb eines Tages nach Information des Kunden über die Vorabankündigung (Pre-Notification) zur Zahlung fällig wird und eingezogen werden kann.
- 14.2 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 Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und vom Ausgleich offenhaltender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
15. Anzeigenbeleg
- Der Verlag liefert mit Rechnung auf ausdrücklichen schriftlichen Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
16. Auflagenminderung
- Aus einer Auflagenminderung kann ein Anspruch auf Preisermäßigung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige 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 Preisermäßigung 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 Preisermäßigungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Verlag zurücktreten hätte können.
17. Ziffernanzeigen
- 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 1.000 g) 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. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise nur im Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.
18. Rechtsgarantie und Rechteeinräumung
- 18.1 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. 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. 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.
- 18.2 Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche Rechte für die Nutzung der Werbeanzeigen in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- oder sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche 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 begrenzt übertragen.
19. Höhere Gewalt
- Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, deren sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.
20. Erfüllungsort und Gerichtsstand
- 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.