

# therapietabellen

Nummer 2  
gültig ab 1.10.2018

## Mediadaten 2019



**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.therapietabellen.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 54 mm

**Druckauflage:**

die Druckauflage jeder Ausgabe richtet sich nach dem entsprechenden Empfängerkreis:  
Neurologen/Psychologen  
Pneumologen  
Endokrinologen/Diabetologen  
Dermatologen  
Onkologen

**Erscheint:**

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

## Kurzcharakteristik

Zulassung neuer Arzneistoffe, überarbeitete Richtlinien, innovative Behandlungskonzepte: Vieles bewegt sich in Medizinforschung und Therapie. Sowohl für niedergelassene Fach- und Allgemeinärzte als auch für Kliniker wird die richtige Nutzung der verschiedenen, insbesondere neuen Substanzen stetig anspruchsvoller. Darüber hinaus sind zunehmend mehr und komplexere Sicherheitsaspekte zu beachten.

Die **therapietabellen** möchten hier ansetzen, um eine bestmögliche Versorgung auf Basis von wissenschaftlichen Erkenntnissen zu gewährleisten. Sie bilden den Standard der derzeitigen Therapiemöglichkeiten ab und bieten vor allem eine rasche Übersicht und Hilfestellung für den Alltag in Klinik und Praxis. Sortiert nach relevanten Krankheitsbildern veranschaulichen sie auf prägnante und verständliche Art die bewährtesten Behandlungsmethoden – basierend auf dem neuesten wissenschaftlichen Stand.

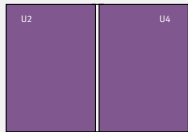
Die **therapietabellen** erscheinen für folgende Zielgruppen:

- Neurologen/Psychologen
- Pneumologen
- Endokrinologen/Diabetologen
- Dermatologen
- Onkologen

Fragen Sie uns nach dem Erscheinungstermin.

**Gerne können wir auch für Ihre Zielgruppe die **therapietabellen** umsetzen – sprechen Sie uns an!**

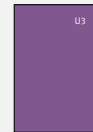




### U2 / U4

**A** 210 x 280 mm

je 4.430,- Euro



### U3

**A** 210 x 280 mm

je 3.865,- Euro



### 1/1 Seite neben Editorial/Vorwort

**S** 174 x 237 mm

**A** 210 x 280 mm

4.430,- Euro



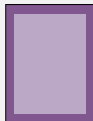
### Titelklappe

108 x 280 mm Werbefläche innen

108 x 216 mm Werbefläche vorne

5.900,- Euro

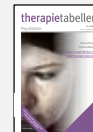
### 1/1 Seite



**S** 174 x 237 mm

**A** 210 x 280 mm

3.830,- Euro



### Griffeckanzeige

**A** 96 x 96 mm

3.540,- Euro

(Nur buchbar in Verbindung mit einer 1/3 Seite für Basistext)

**Weitere Anzeigenformate und Sonderwerbformen auf Anfrage.**

\* 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.

**S** = Satzspiegelformat

**A** = Anschnittformat\*

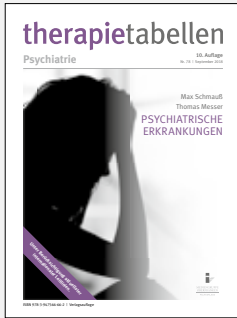
Agenturprovision 10 %  
(gilt nicht für Sonderpublikationen und Sonderdrucke)

**Rabatte werden nicht gewährt.**

Die angegebenen Preise verstehen sich zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer.

## therapietabellen – Sonderdrucke

Einzelne Kapitel oder Fortdrucke der Verlagsauflage



Lieferformat: 210 x 280 mm

Papier: 150 g/qm

Druck: Offset-Druck

inkl. Produktion

Jede Auflage und Papierqualität möglich

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

### **Redaktion**

Nina Hoffmann

Tel.: 09221/949-312

n.hoffmann@mgo-fachverlage.de

Birgit von Rhein

b.rhein@mgo-fachverlage.de

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 Modells 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 Modells 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 verbogener 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 verkauften (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 für den 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 Abdruck, 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.



MEDIENGRUPPE  
OBERFRANKEN

---

FACHVERLAGE