


# Anzeigenpreisliste 2015

*gültig ab 01.12.2014*





EMNID bestätigt:  
Mein München hat  
pro Ausgabe eine  
Reichweite von rund  
257.000 Lesern.

## ***München erreichen mit Mein München.***

Sie möchten ganz gezielt eine attraktive und kaufkräftige Zielgruppe in München erreichen? Dann nutzen Sie Mein München, das Magazin der Stadtsparkasse München. Das Magazin ist ein Leitmedium für München mit Reportagen, Porträts, Interviews und Themen sowie Informationen aus der Finanzwelt.

Durch den intensiven München-Bezug ist Mein München ein hervorragendes Marketing-Instrument, um branchenübergreifend Produkte und Dienstleistungen in München und dem Umfeld der Landeshauptstadt vorzustellen.

Profitieren Sie vom Umfeld einer beliebten und vertrauenswürdigen Bank. Nutzen Sie ein modernes Kundenmagazin, das mit Optik und Inhalt begeistert. Sie erreichen eine Leserschaft, die werblichen Anregungen gegenüber sehr aufgeschlossen ist.

Was macht München so besonders? Mein München zeigt echte Münchner mit ihrer besonderen Leidenschaft.



## ***Wodurch zeichnet sich Mein München aus?***

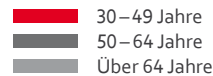
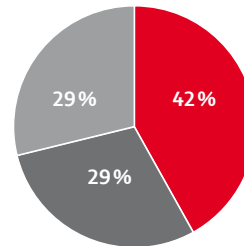
- Hochwertig und aufwändig produziertes Magazin
- Spannende Geschichten und Tipps rund um München
- Eigene iPad Applikation
- Modernes Magazin mit wirkungsvollem Layout
- Exklusive Zielgruppe
- Einzigartiges Gesamtkonzept



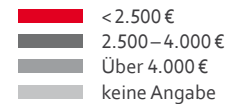
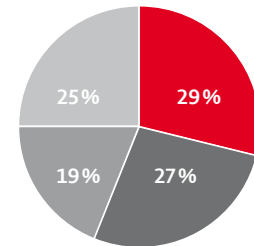
## Leserschaft

Mein München erreicht regelmäßig die wichtigsten Bestandskunden der Stadtparkasse München ab einem Alter von etwa 30 Jahren: etablierte Münchener mit Interesse an einer soliden Geldanlage und einem wertkonservativen Bewusstsein.

Altersstruktur



Haushalts-  
Nettoeinkommen



Ein Dachterrassen-Café  
mit Blick über die Stadt?  
Mein München verrät die  
schönsten Geheimtipps.



## ***TNS EMNID getestet.***

Mein München wurde von TNS EMNID getestet. TNS EMNID ist Mitglied der TNS Group, dem weltweit führenden Anbieter für Markt- und Sozialforschung. Die zertifizierte Feldarbeit wird nach internationalen Qualitätsnormen durchgeführt. Die TNS Group setzt dabei die Industriestandards in der Medienforschung.

## ***Lesedauer: Mehr als 23 Minuten!***

Die Lesedauer liegt im Gesamtdurchschnitt bei 23,2 Minuten. Dies bestätigt eine TNS EMNID Umfrage im November 2012. Dabei beschäftigt sich die Zielgruppe der 30 – 49 jährigen rund 19,9 Minuten pro Ausgabe, die Zielgruppe 65+ sogar 27 Minuten.

Hier bestimmt der Meister selbst die Qualität. Geschäfte, wie Schuhbeck's Teeladen, sind Teil der Berichte in Mein München.



## Auflage:

Vier von fünf Lesern geben Mein München an Verwandte, Bekannte oder Nachbarn weiter. Jedes Heft wird im Schnitt von 1,8 Personen gelesen.

	Exemplare
Gesamtauflage	110.000
Versandauflage per Post an ausgewählte Adressen	100.000
Exemplare in Filialen der Stadtparkasse München für Beratungsgespräche	10.000

Die Wiesen im Aufbau:  
Mein München zu Besuch  
bei Stephan Kuffler.

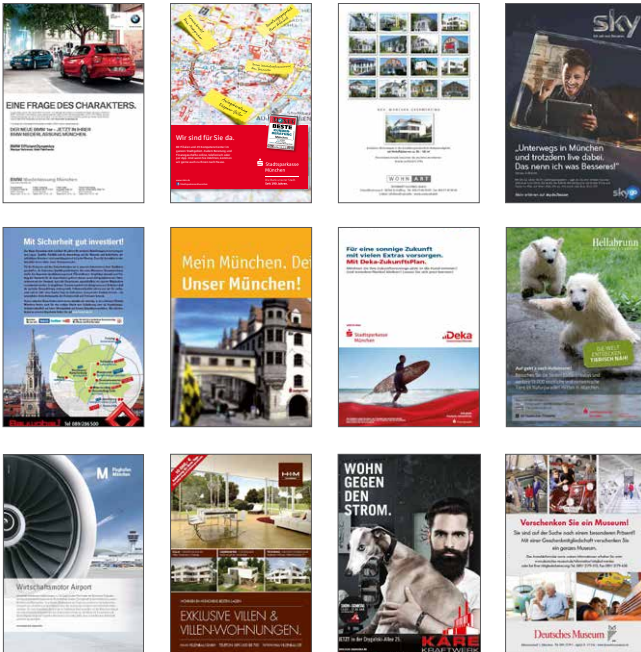


## ***Erscheinungstermine 2015***

Mein München erscheint viermal jährlich. Buchen Sie jetzt  
Ihre Anzeige für die kommenden Ausgaben:

Ausgabe	1/2015	2/2015	3/2015	4/2015
ET (Erscheinungstermin)	22.01.2015	15.04.2015	20.06.2015	24.10.2015
Anzeigenschluss / Rücktrittstermin	11.12.2014 DO	12.03.2015 DO	14.05.2015 DO	17.09.2015 DO
DU - Schluss	12.12.14 FR	13.03.15 FR	15.05.2015 FR	18.09.2015 FR

# Erfolgreiche Anzeigenkunden



## Anzeigenformat/ Technische Daten

Format 1/1 Seite: 210 mm x 297 mm

Satzspiegel: 184 mm x 252 mm

Randabfallend: 3 mm Beschnitt

Druckverfahren: Bogenoffset

Verarbeitung: Klammerheftung

Druckunterlagen: druckfertige PDF X3 Dateien,

Auflösung der Bildbestandteile:

300 dpi bei Halbton, 1.200 dpi bei Linework

Vorlage: Verbindliches Proof für Farbe und Text erforderlich.

Datenträger: CD-ROM oder Übertragung per E-Mail

Viele bekannte Unternehmen vertrauen auf die  
Werbewirkung von Mein München. Nutzen auch  
Sie Mein München für Ihre Kommunikation.

Zur Information und sachlichen Prüfung schicken Sie uns bitte  
ein Anzeigen-Motiv vorab.



**Umschlagseite 2**  
210 mm x 297 mm



**Umschlagseite 4**  
210 mm x 297 mm



**Anzeigenpreise/Rabatte**

**Format:**

1/1-Seite, 4c

**Anzeigenpreise:**

Umschlagseite 4: 8.000,00 Euro (netto)

Umschlagseite 2: 8.000,00 Euro (netto)

Agenturrabatte gewähren wir allen eingetragenen Agenturen

**Rabattstaffel bei Jahresbuchung:**  
auf Anfrage

**Weitere mögliche Werbeformen:**  
auf Anfrage

# Verlagsangaben

## Herausgeber:

Stadtparkasse München  
Sparkassenstraße 2  
80331 München  
Telefon: 089 2167-0  
Telefax: 089 2167-90 00 00  
www.sskm.de  
mein-muenchen@sskm.de

## Verlagsleitung:

Lutz Eckardt

## Anzeigenverkauf:

publishing group GmbH  
Possartstraße 14, 81679 München  
Telefon: +49 (0) 89/45710 - 494  
Telefax: +49 (0) 89/45710 - 495  
E-Mail: ar@publishing-group.de

## Druckunterlagen per E-Mail:

ar@publishing-group.de

## Zahlungsbedingungen:

10 Tage netto, kein Skonto

## Erscheinungsweise:

4x jährlich

## Geschäftsbedingungen:

Für die Abwicklung von Aufträgen gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen und Zahlungsbedingungen

# Allgemeine Geschäftsbedingungen (Seite 1 von 2)

1. Abschluss im Sinne dieser Geschäftsbedingungen ist ein Vertrag über die Schaltung mehrerer Anzeigen, Fremdbeilagen oder sonstiger Werbemittel unter Beachtung der von dem Verlag angebotenen Rabattstaffeln, wobei die rechtsverbindlichen Anzeigenaufträge jeweils erst durch schriftliche Bestätigung des Abrufs zustande kommen.

2. Abruf ist die Aufforderung des Auftraggebers an den Verlag, auf Grundlage eines Abschlusses eine konkrete Anzeige, Fremdbeilage oder sonstiges Werbemittel zu veröffentlichen und die Zustellung der für die Produktion erforderlichen Texte und Vorlagen.

3. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an redaktionellen Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen.

4. Aufträge für Anzeigen können persönlich, telefonisch, schriftlich, per E-Mail oder per Internet aufgegeben werden. Bei telefonisch aufgegebenen Aufträgen oder Änderungen von Anzeigenaufträgen haftet der Verlag nicht für Übermittlungsfehler.

5. Einhefteraufträge: Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten sinngemäß auch für Einhefteraufträge. Einhefteraufträge werden grundsätzlich vom Verlag erst nach Vorlage eines Musters angenommen. Einhefter, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung erwecken, werden nicht angenommen.

6. Ablehnung von Aufträgen: Der Verlag ist berechtigt, Anzeigenaufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtabschlusses, nach sachgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder vom deutschen Werbemat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder Einhefter durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Der Verlag hat die Ablehnung unverzüglich nach Kenntniserlangung der betreffenden Inhalte zu erklären.

7. Anzeigenschluss: Die in der Preisliste ausgewiesenen Anzeigenschlüsse sind für den Verlag unverbindlich.

Dem Verlag steht es frei, Anzeigenschlusstermine kurzfristig, dem Produktionsablauf entsprechend, anzupassen.

8. Kündigung von Aufträgen/Höhere Gewalt: Anzeigenaufträge können nur schriftlich, auch per Telefax oder E-Mail, gekündigt werden. Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, hat der Auftraggeber die Anzeige zu bezahlen. Ansonsten kann der Verlag die Erstattung der bis zur Kündigung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen. Der Verlag wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Verlag unverschuldeten Arbeitskampfmaßnahmen von der Verpflichtung zur Auftragserteilung frei; Schadenersatzansprüche bestehen deswegen nicht.

9. Platzierung von Anzeigen: Anzeigen werden in bestimmten Nummern, Ausgaben oder an bestimmten Stellen der Zeitung veröffentlicht, wenn dies bei der Auftragserteilung schriftlich, auch per Telefax oder E-Mail, vereinbart wird. Rubrikanzeigen werden grundsätzlich nur in der jeweiligen Rubrik abgedruckt. Sofern keine eindeutigen Platzierungsvorgaben gemacht werden, kann der Verlag die Platzierung frei bestimmen. Sollte eine Anzeige innerhalb einer bestellten Ausgabe nicht platziert werden können, kann der Verlag diese Anzeige zum gleichen Preis in einer Ausgabe mit gleichem oder größerem Verbreitungsgebiet veröffentlichen. Dies gilt nicht, wenn es für die Bestellung einer bestimmten Ausgabe einen nachvollziehbaren, dem Verlag bekannten Grund, wie z.B. im Falle einer Anzeige für ein örtlich begrenztes Angebot, gab.

10. Farben werden üblicherweise im Zusammendruck aus den Euroskala-Farben cyan, magenta, yellow und black erzeugt. Bei Zusatzfarben aus der HKS-Farbskala für Zeitungsdruck des HKS-Warenzeichenverband e.V. oder Pantone behält sich der Verlag das Recht vor, ebenfalls den Farbton im Zusammendruck zu erzeugen, wobei bei der Farbwiedergabe Abweichungen zum Originalton nicht auszuschließen sind.

11. Abruf eines Auftrages: Ist kein Erscheinungstermin vereinbart, sind Anzeigen spätestens ein Jahr nach Vertragsschluss abzurufen. Ein Abschluss über mehrere Anzeigen ist innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln.

12. Druckunterlagen: Die Schlusstermine für Druckunterlagen sind dem jeweils gültigen Preisblatt für den/die

jeweils geltende/n Markt-/Branche der Anzeigenpreisliste des Verlags zu entnehmen. Für die rechtzeitige Lieferung fehlerfreier Druckunterlagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für die belegte Ausgabe übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet sechs Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige.

13. Abdruckhöhe von Anzeigen: Sind keine besonderen Größen vereinbart oder vorgegeben, wird die Anzeige mit der für eine solche Anzeige üblichen Höhe abgedruckt und berechnet. Weicht bei einer fertig angelieferten Druckunterlage die Abdruckhöhe von der bestellten Abdruckhöhe im Auftrag ab, gilt das Maß der in Abdruck gebrachten Anzeigehöhe. Angefangene Millimeter werden dabei auf volle Millimeter nach oben gerundet.

14. Redaktionell gestaltete Anzeigen/Textteilanzeigen: Die Aufmachung und Kennzeichnung redaktionell gestalteter Anzeigen ist rechtzeitig vor Erscheinen mit dem Verlag abzustimmen. Der Verlag ist berechtigt, Anzeigen deutlich mit dem Wort „Anzeige“ zu versehen, die nicht als solche zu erkennen sind. Textteilanzeigen müssen sich schon durch ihre Grundschrift vom redaktionellen Teil unterscheiden.

15. Haftung für den Inhalt der Anzeige: Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige verantwortlich. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung der Anzeige frei. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Anzeigenauftrag die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird der Verlag z.B. durch gerichtliche Verfügung zum Abdruck einer Gegendarstellung zu einer Anzeige verpflichtet, hat der Auftraggeber dieser Anzeige die Kosten der Gegendarstellung nach der gültigen Anzeigenpreisliste zu tragen.

16. Probeabzüge werden erst ab einer Größe von 50 Anzeigenmillimetern und nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Verlag berücksichtigt Korrekturen, die ihm innerhalb der von ihm gesetzten Fristen mitgeteilt werden. Dabei trägt der Auftraggeber die Verantwortung für die Richtigkeit der korrigierten Probeabzüge.

17. Anzeigenbeleg: Der Verlag liefert auf Wunsch mit der Rechnung einen Anzeigenbeleg in Kopie. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, tritt an seine Stelle eine Bescheinigung des Verlags über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige. Originalbelege werden nur gegen Berechnung geliefert.

18. Chiffreanzeigen: Zuschriften auf Chiffreanzeigen werden vier Wochen zur Abholung bereitgehalten bzw. dem Auftraggeber auf normalem Postwege zugesandt, auch wenn es sich um Express- oder Einschreibesendungen handelt. Nach Ablauf dieser Frist werden die Zuschriften vernichtet. Zuschriften mit einem Gewicht von mehr als 500 Gramm oder einem größeren Format als DIN A 4 sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen/Pakete sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nur zur Abholung aufbewahrt. Der Auftraggeber kann den Verlag berechtigen, Zuschriften auf Chiffreanzeigen zu öffnen.

19. Anzeigenrechnungen sind innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufende Frist zu bezahlen, sofern nichts anderes vereinbart ist. Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber. Bei größeren Aufträgen und Einzelproduktionen, die sich über einen längeren Zeitraum hinziehen, kann der Verlag Zwischenabrechnungen und Vorausrechnungen erstellen und a-conto Zahlungen abrufen. Medialeistungen können vorschüssig fakturiert werden und sind netto zur Zahlung ohne Abzüge bis 7 Tage vor Erscheinungstag/Schaltermin spesenfrei zur Zahlung fällig. Der Verlag kann Mediaschaltungen stornieren, wenn die Zahlung nicht oder nicht vollständig bis zu diesem Termin erfolgt ist. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Gesamtabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen abweichend von einem ursprünglich vereinbarten Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Anzeigenentgelts und vom Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Der Verlag ist berechtigt, fehlerhafte Anzeigenrechnungen innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung zu korrigieren. Bei Anzeigenaufträgen aus dem Ausland erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung unter der Voraussetzung,

# Allgemeine Geschäftsbedingungen (Seite 2 von 2)

dass das Anzeigengeschäft nicht mehrwertsteuerpflichtig ist. Der Verlag ist zur Nachberechnung der Mehrwertsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Steuerpflicht der Anzeige bejaht. Das Eigentum an allen Vertragszeugnissen geht erst mit vollständiger Bezahlung aller Forderungen aus der Geschäftsverbindung über, bei Scheck und/oder Wechselhergabe erst bei deren Einlösung. Die vom Verlag eingesetzten und angefertigten Betriebsgegenstände, insbesondere Skizzen, Layouts, Entwürfe, Rein- und Werkzeichnungen, Zwischenergebnisse aller Art, Druckträger in Film- oder Dateiform, Text- und Bilddateien, Software-Programme, Schriften, Filme, Lithografien, Negativ- und Diarmaterial, Fotoabzüge, Klischees, Druckplatten, Probedrucke, Muster und Ähnliches bleiben, auch wenn sie gesondert berechnet werden, Eigentum des Verlags und werden nicht ausgeliefert.

20. **Satzkosten:** Kosten für die Anfertigung bestellter Vorlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber.

21. **Rubrikpreise:** Anzeigen werden vom Verlag nach ihrem inhaltlichen Sinngehalt rubriziert. Wird eine Anzeige durch den Auftraggeber für eine hiervon abweichende Rubrik in Auftrag gegeben, so gilt dennoch der Preis, den die Anzeige bei korrekter Platzierung gekostet hätte. Ist der Preis der vom Auftraggeber gewünschten abweichenden Rubrik höher als der Preis bei korrekter Platzierung, so gilt der erhöhte Preis.

22. **Abweichende Preise:** Für Anzeigen in Verlagsbeilagen und redaktionell gestaltete Anzeigen, Anzeigen in Sonderveröffentlichungen und Kollektiven sowie für Anzeigen, welche nach Anzeigenschluss verkauft werden, kann der Verlag von der Preisliste abweichende Preise festlegen.

23. **Rabattzusammenschlüsse:** Für die Gewährung eines Rabattzusammenschlusses für Tochtergesellschaften ist der schriftliche Nachweis einer mehr als 50-prozentigen Kapitalbeteiligung erforderlich. Der Verlag gewährt Rabattzusammenschlüsse nur bei privatwirtschaftlich organisierten Unternehmen. Rabattzusammenschlüsse sind insbesondere nicht möglich für selbständige hoheitliche Organisationen oder Körperschaften des Öffentlichen Rechts.

24. **Gewährleistung:** Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel muss der Auftraggeber spätestens ein Jahr nach Veröffentlichung der entsprechenden Druckschrift reklamieren. Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige, trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckunterlagen und rechtzeitiger Reklamation, kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige (Nacherfüllung) verlangen. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert er die Nacherfüllung, ist die Nacherfüllung dem Auftraggeber nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsinderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten als Auftraggeber verjähren 12 Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige oder Beilage.

25. **Haftung:** Schadensersatzansprüche des Auftraggebers gegen den Verlag sind unabhängig vom Rechtsgrund, insbesondere aufgrund Verzug, der Verletzung vertraglicher Pflichten, der Verletzung gewerblicher Schutzrechte Dritter und unerlaubter Handlung ausgeschlossen, es sei denn, der Verlag, seine Vertreter oder Erfüllungsgehilfen haben vorsätzlich oder grob fahrlässig gehandelt oder eine Vertragspflicht leicht fahrlässig verletzt, die für die Erreichung des Vertragszwecks wesentlich ist oder die Schadensersatzansprüche resultieren aus einer Beschaffenheitsgarantie. Soweit der Verlag dem Grunde nach haftet, wird der Schadensersatzanspruch auf den vorhersehbaren Schaden begrenzt. Diese Haftungsbegrenzung gilt nicht bei Vorsatz oder wenn das schadensauslösende Ereignis durch den Verlag, seine Vertreter oder Erfüllungsgehilfen grob fahrlässig verursacht wurde. Alle Schadensersatzansprüche gegen den Verlag verjähren in 12 Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von den den Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen. Dies gilt nicht für Ansprüche aus unerlaubter oder vorsätzlicher Handlung. Resultieren die Schadensersatzansprüche aus dem Produkthaftungsgesetz, findet vorstehende Haftungsbegrenzung keine Anwendung. Gleiches gilt bei der Verletzung von Leben, Körper

oder Gesundheit. Soweit die Haftung des Verlags ausgeschlossen ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Angestellten, Arbeitnehmer, Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen.

26. **Werbeagenturen** sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kundennetto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelnachlass. Die Vermittlungsprovision wird nicht auf Privatpreise gewährt. Sie wird nur an vom Verlag anerkannte Werbeagenturen vergütet unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von der Werbeagentur erteilt wird, ihr die Beschaffung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt und eine Werbeanmeldung als Werbeagentur vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbeagenturen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agenturtätigkeit oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Anzeigenaufträge durch Werbeagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt.

27. **Speicherung von Kundendaten:** Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die Kundendaten mit Hilfe der elektronischen Datenverarbeitung nach den gesetzlichen Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes.

28. **Erfüllungsort** ist München als Sitz des Verlags.

29. **Gerichtsstand für Klagen gegen Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliche Sondervermögen** ist der Sitz des Verlags.

30. **Geltendes Recht:** Auf alle Vertragsverhältnisse, auch zukünftige, auch soweit sie Auslandsbeziehung haben, finden ausschließlich deutsches Recht und deutsche Gesetze Anwendung. Für alle Erklärungen gegenüber dem Verlag hat der Auftraggeber den Zugang nachzuweisen.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen für die digitale Übermittlung von Anzeigendruckvorlagen

Werden Druckvorlagen digital, also durch Datenträger (z.B. Diskette, Cartridges, CD-ROM) oder durch Fernübertragung (z.B. ISDN) papierlos an den Verlag übermittelt, gelten zusätzlich die folgenden Bestimmungen:

1. **Dateiformat:** Druckvorlagen sollen nur mit geschlossenen Dateien digital übertragen werden, also mit solchen Dateien, die der Verlag inhaltlich nicht ändern kann. Der Verlag haftet nicht bei fehlerhafter Veröffentlichung von Anzeigen, die mit offenen Dateien (z.B. unter Corel Draw, QuarkXPress, Freehand gespeicherte Dateien) übermittelt werden.

2. **Zusammengehörende Dateien** sind vom Kunden in einem gemeinsamen Verzeichnis (Ordner) zu senden bzw. zu speichern.

3. **Farbanzeigen:** Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist gleichzeitig auf Zeitungspapier ein Farb-Proof mit Fogra Medienkeil vom Kunden mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Kunden wegen etwaiger Farbabweichungen beim Anzeigendruck.

4. **Computerviren:** Der Kunde haftet dafür, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Dateien mit Computerviren kann der Verlag löschen, ohne dass der Kunde hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag behält sich zudem Ersatzansprüche vor, wenn die Computerviren beim Verlag weiteren Schaden verursachen.

5. **Ansprüche wegen fehlerhafter Veröffentlichung:** Beachtet der Kunde diese Geschäftsbedingungen oder die Empfehlungen des Verlags zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen (vgl. Seite „Digitale Anzeigenübermittlung“ in dieser Preisliste) nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu.

6. **Datenträger:** An den Verlag übermittelte Disketten oder CD-ROM mit Druckvorlagen gehen in das Eigentum des Verlags über. Sie werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und für eine Versandgebühr von 5,00 Euro an den Kunden auf dessen Risiko zurückgeschickt. Andere hochwertige Datenträger wie Cartridges, Iomega Zip 100 etc. sendet der Verlag unaufgefordert und kostenfrei, jedoch auf Risiko des Kunden, an diesen zurück.