



Mediadaten

2011



Kunststoffe.TV 
Das Web-TV · www.kunststoffe.tv

Kurzcharakteristik

Als erster Sparten-TV-Kanal für die Kunststoffindustrie ist **Kunststoffe** seit Februar 2008 unter www.kunststoffe.tv mit einer eigenen Fernsehsendung online.

Kunststoffe.TV berichtet im Internet über wichtige Ereignisse der Branche: Personalien, Investitionen, Verbandsmeldungen, Veranstaltungen und Messen.

Kunststoffe.TV bietet der werbetreibenden Industrie zahlreiche Möglichkeiten, effizient und mediengerecht die Kunststoffverarbeiter zu erreichen.

Neben der klassischen Bannerwerbung gibt es vielfältige Möglichkeiten von bezahlten Produktfilmen über Keyword-Advertising bis hin zu Werbefilmen zu Beginn einer jeden Hauptsendung.

Da es sich um ein junges Medium handelt, sind individuelle Anforderungen und Kommunikationswünsche in Verbindung mit **Kunststoffe.TV** möglich.



Sendetermine	14-tägig
Webadresse (URL)	www.kunststoffe.tv
Verlag	Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG Kolbergerstr. 22, 81679 München Tel.: +49/89/998 30-0 Fax: +49/89/98 48 09 Internet: www.hanser.de E-Mail: info@hanser.de
Projektleitung	Dipl.-Ing. (FH) Michael Himmelstoß Tel.: +49/89/998 30-613 himmelstoss@hanser.de
Redaktion	Dipl.-Wirtschaftsing. (FH) Andreas Stein Tel.: +49/89/998 30-651 Fax: +49/89/998 30-625 stein@hanser.de

Werbung	Anzeigenleitung Heike Herchenröther-Rosenstein Tel.: +49/89/998 30-222 Fax: +49/89/998 30-157 herchenroether@hanser.de
	Mediaberatung Benedikt Rohland Tel.: +49/89/998 30-675 Fax: +49/89/998 30-623 rohland@hanser.de
Technik	Technische Beratung Dipl.-Ing. (FH) Laura Heller Tel.: +49/89/998 30-629 Fax: +49/89/998 30-625 heller@hanser.de

Pre-Roll-Ad

Länge: ca. 15 Sekunden
 Laufzeit: unbegrenzt
 Kosten: 900,- €

Rabattstaffel (innerhalb eines Insertionsjahres):

3-5 Pre-Roll-Ads = 5%
 6-9 Pre-Roll-Ads = 10%
 10 und mehr Pre-Roll-Ads = 15%

■ **Pre-Roll-Ad:** Bei diesem Verfahren erfolgt die Werbeeinblendung direkt vor der Sendung. Pre-Roll-Ads sind derzeit weit verbreitet, da die User bereit sind, auf den Beginn des Beitrags kurz zu warten.

Gerne erstellen wir Ihren Pre-Roll-Ad mit Ihrem Logo und Ihren Produktbildern:

Pre-Roll-Ad ohne Ton ab 360,- €
 Pre-Roll-Ad mit GEMA-freier Musik ab 480,- €
 Pre-Roll-Ad mit GEMA-freier Musik plus Sprecher ab 550,- €

Über Kunststoffe TV | Kontakt | Mediadaten | Impressum | Glossar | KUNSTSTOFFE.DE | RSS-Feed | Kostenlos registrieren

your language Deutsch

Kunststoffe.TV Das Glossary für's iPhone **8. DUISBURGER EXTRUSIONSTAGUNG** 16./17. MÄRZ 2011 IN DUISBURG **wip** Wissens- und Innovations-Netzwerk Polymertechnik

Suchen **Aktuelle Sendung** Archiv **Maschinen & Verfahren** Werkstoffe Weiterbildung Partner

Startseite - Maschinen und Verfahren

Zeige Alle Beiträge Nur Video-Beiträge Nur Audio-Beiträge

Das will ich sehen

Filme ab 0 Sterne

Zeitraum

Ale

Kategorien Alle Kategorien Maschinen & Verfahren Nachrichten Weiterbildung Werkstoffe

Sortiere **Neueste Beiträge zuerst** Ansicht

	Unternehmensfilm: PSG 15.11.10 Aufrufe: 285 Bewertungen: 0	Kurzbeschreibung Die Plastic Service GmbH stellt auf der K 2010 die verschiedenen Bereiche vor, in denen das Unter...
	Unternehmensfilm: Battenfeld-Cincinnati 01.11.10 Aufrufe: 287 Bewertungen: 0	Kurzbeschreibung Die Battenfeld-Cincinnati GmbH hat sich Anfang 2010 neu aufgestellt. Rainer Kottmeier erläutert d...
	Unternehmensfilm: KRD 01.11.10 Aufrufe: 185 Bewertungen: 0	Kurzbeschreibung KRD präsentiert mit Kasiglas auf der K 2010 das Portfolio der Plattenbeschichtung.
	Unternehmensfilm: Ferromatik Milacron 30.10.10 Aufrufe: 301 Bewertungen: 0	Kurzbeschreibung Ferromatik Milacron stellt auf der K 2010 mit der F160 seine neue modulare Spritzgießmaschinenbau...
	Unternehmensfilm: Mann + Hummel ProTec 30.10.10 Aufrufe: 532 Bewertungen: 0	Kurzbeschreibung Mann + Hummel ProTec GmbH präsentiert auf der K2010 eine ganze Reihe von neuen und überarbeiteten...

Mein Kunststoffe.TV
Benutzername
Passwort **Login**

→ Passwort vergessen?
→ Neu hier? Kostenlos registrieren!
→ Vorteile für registrierte Besucher

Leistritz technology

Kunststoffe International

Kunststoffe International ist die internationale Ausgabe der Zeitschrift Kunststoffe. [Hier geht's zum aktuellen Heft!](#)
→ Kunststoffe International E-Paper
→ Kunststoffe International Abo

Videobeiträge

Laufzeit: 1 Monat 100,- €
1 Jahr 900,- €

Bei einer jährlichen Laufzeit erhalten Sie zusätzlich 5 Keywords inkl. Keyword-Banner.

Die individuelle Produktion Ihres Videos ist auf Anfrage möglich.

Ihre Ansprechpartnerin: Dipl.-Ing. (FH) Laura Heller · heller@hanser.de · Tel.: +49/89/998 30-629

Präsentation von Videobeiträgen in den Rubriken:

- Maschinen & Verfahren
- Werkstoffe
- Weiterbildung

The screenshot shows the website interface with a search bar and navigation menu. A red box highlights the search bar and the search results area. Another red box highlights a 'Keyword-Banner' advertisement. The search results show several articles with titles like 'BASF-Standort Basel', 'Dr. Glenz: 100 Jahre Kunststoffe', and 'Euromold 2010'.

Bannerwerbung & Keyword-Advertising

Klassische Online-Werbung – Banner in gängigen Formaten

Mit klassischen Online-Werbeformaten bietet **Kunststoffe.TV** für Ihre Werbebotschaft das passende Format.

HalFSIZE-Banner 234 x 60 Pixel: 250,- € / Monat

FullSIZE-Banner 468 x 60 Pixel: 480,- € / Monat

Premium Logo-Banner* 234 x 305 Pixel: 600,- € / Monat

*Rotation der Logos auf allen Rubrikseiten

Mindestbuchungsdauer: 1 Monat

Größe: max. 50 KB, Auflösung 72 dpi

Format: JPG oder GIF, AdServer-Tags, bei SWF-Dateien bitte 1 Backup-GIF mitliefern

Rabattstaffel: ab 2.000 € ab 4.000 € ab 6.000 €
(pro Netto Umsatz) 5% 10% 15%

Schalten Sie Ihre Banner-Werbung auf unserem Kunststoffe-Trio **Kunststoffe.de**, **Kunststoffe-international.com** und **Kunststoffe.TV** und sichern Sie sich rechtzeitig die besten Plätze.

Keyword-Advertising

Eine Online-Werbeform, bei der der Banner in Abhängigkeit von den individuellen Suchbegriffen (Keywords) auf der rechten Seite des Hauptfensters angezeigt wird.

Platzierung: auf der rechten Menüleiste

Bannerformat: 234 x 60 Pixel (B x H)

Kosten: 50,- € / Monat bei 10 Keywords

Laufzeit: mind. 1 Monat

Sendung	Datum	Schwerpunkt	Buchungsschluss für Pre-Roll-Ad
1	20.01.11	Laborbesuch Basel BASF	13.01.11
2	03.02.11	Bau 2011	27.01.11
3	17.02.11	Spielwarenmesse 2011	10.02.11
4	03.03.11	Ambiente	24.02.11
5	17.03.11	Aschermittwochs- pressekonferenz GKV	10.03.11
6	31.03.11	Medtec Stuttgart	24.03.11
7	14.04.11	Kunststoffe im Automobil	07.04.11
8	28.04.11	Hannovermesse	18.04.11
9	12.05.11	Biokunststoffe	05.05.11
10	26.05.11	Interpack	19.05.11
11	09.06.11	Laser World of Photonics	01.06.11
12	23.06.11		16.06.11
13	07.07.11		30.06.11
14	21.07.11	Special Medizintechnik	14.07.11

Sendung	Datum	Schwerpunkt	Buchungsschluss für Pre-Roll-Ad
15	04.08.11		28.07.11
16	18.08.11	Formula Student Germany 2011	11.08.11
17	01.09.11		25.08.11
18	15.09.11		08.09.11
19	29.09.11		22.09.11
20	13.10.11	Composites Europe/Stuttgart	06.10.11
Tagesaktuell von der FAKUMA	18.10.11	1. Tag der FAKUMA	12.10.11
	19.10.11	2. Tag der FAKUMA	12.10.11
	20.10.11	3. Tag der FAKUMA	12.10.11
	21.10.11	4. Tag der FAKUMA	12.10.11
	22.10.11	5. Tag der FAKUMA	12.10.11
21	10.11.11	Nachbericht FAKUMA	03.11.11
22	24.11.11		17.11.11
23	08.12.11	Euromold 2011	28.11.11
24	22.12.11		15.12.11

Videostandards, Videoanlieferung

Sendeformat:	16:9
Internetfenster:	640 x 360 Pixel
Produktionsformat:	HDV 1080i, 1440 x 1080 Pixel Bearbeitung in Final Cut Pro mit AppProRes 422 (HQ) Codec.

Anlieferung von Videos kostenfrei in folgenden Formaten:

- DV, DVCAM, HDV auf MiniDV oder DV-Kassetten.
- Als Quicktime-Master auf Daten-DVD.
- Auch AVI auf Daten-DVD oder DVD-Files möglich.

Bei Verwendung von 4:3 Material in der Nachrichtensendung beschneiden wir die Videos entsprechend oben und unten ins 16:9 Format.

Anlieferung kostenpflichtig:

Alle anderen Datenträger wie Tapes von Betacamformaten, DVCPRO und den vielen anderen Möglichkeiten müssen außer Haus konvertiert werden. Hierbei fallen Kosten von 280 € pro Stunde an.

Ihr Ansprechpartner:

Dipl.-Ing. (FH) Laura Heller
Tel: +49/89/998 30-629
heller@hanser.de

Kunststoffe.TV – täglich von und auf der Fakuma vom 18.-22. Oktober in Friedrichshafen!

Kunststoffe.TV begleitet die **Fakuma 2011** mit tagesaktuellem Messefernsehen. Die Sendungen werden direkt in unserem Messestudio produzieren und aktuell unter www.kunststoffe.tv gezeigt.

Neben Berichten von unserem Redaktionsteam, bieten wir Unternehmen die Möglichkeit, sich mit Filmbeiträgen aufmerksamkeitsstark zu präsentieren.

Buchen Sie zur Fakuma 2011 Ihren Pre-Roll-Ad vor den aktuellen Messenachrichten:

Länge: ca. 15 Sekunden

Kosten : 120,- € pro Ausstrahlung oder
600,- € pro komplettem Messetag (Ausstrahlung vor jeder Nachrichtensendung)

Vereinbaren Sie mit uns einen exklusiven Drehtermin für Ihre Firmenpräsentation auf der Fakuma:

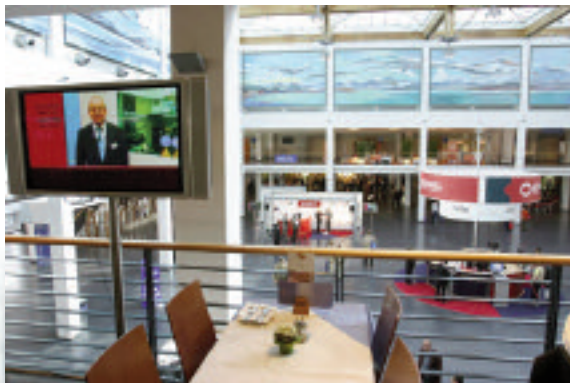
Wir bieten Ihnen Ihren Filmbeitrag zum Paketpreis von nur 1.800,- €!

Mit unserem günstigen Fakuma-Paket buchen Sie:

- 1 Stunde Drehtermin auf der Fakuma 2011
- 1 Stunde Schnitt (auf der Messe)
- Freigabe vor Ort (auf der Messe)
- Konvertieren in Ihr gewünschtes Datenformat
- 1 Jahr Laufzeit Ihres Videos auf Kunststoffe.TV

Sichern sie sich jetzt, die besten Aufnahme- und Sendeplätze!

Alle Preise zzgl. Mehrwertsteuer, soweit gesetzlich vorgeschrieben.



FAKUMA.TV – Präsentieren Sie Ihr Unternehmen als Innovationsträger der Branche

Im Sendezentrum am Eingang Ost werden Interviews mit ausgewählten Repräsentanten der Branche geführt. Mehrere Kamerateams sind rund um die Uhr unterwegs, um neue Produkte zu filmen und sie vor laufender Kamera von Experten erklären zu lassen.

Auf über 20 Großbild-LCD-Monitoren können sich die Besucher in der Sendezeit von 10.00 – 17.00 Uhr täglich über das aktuelle Geschehen informieren.

Sendeschema Messefernsehen

10:30	Gesprächsrunde mit Branchenexperten
10:43	Unternehmensfilm/-präsentation*
10:47	Vorstellung Messeneuheiten
10:55	Bericht über Sonderausstellung
11:00	Pre-Roll-Ad*
11:00	Nachrichten
11:10	Interview mit der Messeleitung
11:15	Unternehmensfilm/-präsentation*
11:19	Vorstellung Messeneuheiten
11:27	Interview mit Branchenexperten
11:35	Unternehmensfilm/-präsentation*
11:39	Vorstellung Messeneuheiten
11:47	Interview mit Fachbuchautor
11:56	Unternehmensfilm/-präsentation*
12:00	Pre-Roll-Ad*
12:00	Nachrichten

*Hier können Sie Ihren Film oder Pre-Roll-Ad platzieren!

Werbeformen, Laufzeiten und Preise

		Fakuma Live-TV Preis pro Einheit in Euro	Einheit
Medialeistung	Sendezeit (z.B. Corporate Film)	65,-	Minute
	Pre-Roll-Ad (Vorfilm vor den Hauptnachrichten)	120,-	15 Sekunden Vorfilm vor den stündlichen Nachrichten (1x)
	Logo (Fakuma-Bildschirme)	800,-	permanentes Logo neben laufendem Programm mit Standhinweis pro Tag



Allgemeine Geschäftsbedingungen

Allgemeine Geschäftsbedingungen des Carl Hanser Verlags für das Werbegeschäft in Online-Medien und elektronischen Medien

1. Werbeauftrag

(1) „Werbefauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem Internet, zum Zwecke der Verbreitung.

(2) Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Verlags, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bildet. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers oder sonstiger Inserenten ist, soweit sie mit diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen. Bei Aufträgen für Werbeschaltungen, die sich auf Online-Medien und andere Medien beziehen, gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen für das betreffende Medium.

2. Werbemittel

(1) Ein Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen:

- aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (u.a. Banner),
- aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers liegen (z.B. Link).

(2) Werbemittel, die aufgrund ihrer Anordnung und/oder Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden als Werbung deutlich kenntlich gemacht.

3. Vertragsschluss

(1) Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich durch schriftliche oder durch E-Mail erfolgende Bestätigung des Auftrags zustande. Fehlt diese Bestätigung, so kommt der Auftrag mit der Veröffentlichung der Online-Werbung zustande. Auch bei mündlichen oder fernmündlichen Bestätigungen liegen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen zugrunde.

(2) Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muß er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. Der Verlag ist berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.

(3) Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftrags (z.B. Banner-, Pop-up-Werbung, Video ...) bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.

4. Abwicklungsfrist

Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht des Auftraggebers zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Vertragsabschluss abzuwickeln.

5. Auftragsweiterung

Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 4 genannten Frist unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel abzurufen.

6. Datenanlieferung

(1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Werbemittel-Unterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an.

(2) Bewahrt der Verlag die Werbemittel auf, ohne dazu verpflichtet zu sein, so geschieht dies maximal für drei Monate.

(3) Kosten des Verlags für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen.

7. Ziffernanzeigen

(1) Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden – ohne dass eine Verpflichtung zur Weiterleitung besteht – nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einzelvertraglich das Recht als Vertreter eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen.

(2) Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 (Gewicht 50 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eingehende E-Mails werden nur bis zu einer Datenmenge von 300 Kilobyte pro E-Mail weitergeleitet. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/ Kosten übernimmt.

8. Ablehnungsbefugnis

(1) Der Verlag behält sich vor, Werbeaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen bzw. zu sperren, wenn

- deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
- deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
- deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist.

(2) Insbesondere kann der Verlag ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden, auf die durch einen Link verwiesen wird und hierdurch die Voraussetzungen des Absatzes 1 erfüllt werden.

9. Rechtsgewährleistung

(1) Der Auftraggeber gewährleistet, daß er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt den Verlag im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

(2) Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

10. Gewährleistung des Verlags

(1) Der Verlag gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine möglichst dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik wirtschaftlich nicht sinnvoll ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler. Ein unwesentlicher Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere vor, wenn er hervorgerufen wird

- durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoftware und/oder Hardware (z.B. Browser) oder
- durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder
- durch Recherausfall aufgrund Systemversagens
- durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sogenannten Proxies (Zwischenspeichern) oder
- durch einen Ausfall des Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert. Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 Prozent der gebuchten Zeit) im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

(2) Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels, die keinen unwesentlichen Fehler darstellt, hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlägen oder Unzumutbarkeit der Ersatzwerbung hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rücktritt vom Vertrag.

(3) Sind etwaige Mängel bei den Werbungsunterlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei darauf beruhender ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

11. Leistungsstörungen

Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die der Verlag nicht zu vertreten hat (etwa softwarebedingt oder aus anderen technischen Gründen), insbesondere wegen Rechenausfalls, höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholen in angemessener und für den Auftraggeber zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Verlags bestehen.

12. Haftung

(1) Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsschluss und unerlaubter Handlung bestehen nur bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit des Verlags, seines Vertreters oder Erfüllungsgehilfen. Dies gilt nicht für die Haftung für zugesicherte Eigenschaften, bei Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit sowie für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten; im letzten

Fall ist die Haftung auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind bei leichter Fahrlässigkeit beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens.

(2) Bei grober Fahrlässigkeit des einfachen Erfüllungsgehilfen ist die Haftung gegenüber Unternehmern dem Umfang nach auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Dies gilt nicht für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten.

13. Preisliste

(1) Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung im Internet veröffentlichte Preisliste. Ändert sich der Anzeigentarif nach Vertragsschluss, ist der Verlag berechtigt, den Preis nach der zum Zeitpunkt der Veröffentlichung gültigen Preisliste zu berechnen; dies gilt nicht im Geschäftsverkehr mit Verbrauchern, sofern zwischen dem Vertragsschluss und dem Zeitpunkt der Veröffentlichung nicht mehr als vier Monate vergangen sind.

(2) Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Werbeagenturen und sonstige Werbemittel sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des jeweiligen Verlags zu halten.

14. Nachläßerstattung

(1) Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlaß dem Verlag zu erstatten.

(2) Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Werbemitteln innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlaß, wenn er zu Beginn der Frist einen Vertrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlaß von vornherein berechtigt. Der Anspruch auf den Nachlaß erlischt, wenn er nicht innerhalb von drei Monaten nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.

15. Zahlungsverzug

(1) Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen und Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.

(2) Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen den Verlag, auch während der Laufzeit des Vertrages, das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

16. Kündigung

Kündigungen von Werbeaufträgen müssen schriftlich oder per E-Mail erfolgen.

17. Platzierungsbestätigungen

Platzierungsbestätigungen gelten nur unter Vorbehalt und können aus technischen Gründen geändert werden. In solchen Fällen kann der Verlag nicht haftbar gemacht werden.

18. Datenschutz

Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

19. Erfüllungsort/Gerichtsstand

Für den Werbeauftrag gilt deutsches Recht. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlags. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlags. Soweit Ansprüche des Verlags nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Es gilt deutsches Recht.