

## Inhalt

- 1 Titelporträt
- 2 Anzeigenformate & -preise/Erscheinungstermine
- 3 Sonderwerbeformen
- 4 Kontaktdaten auf einen Blick
- 5 Technische Daten DTM Magazin
- 6 AGB

Preisliste Nr. 01, Stand: 14. Januar 2009

# Mediadaten DTM Magazin 2009



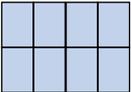
### **DTM MAGAZIN**

Exklusive Interviews und Porträts mit den DTM-Fahrern, hintergründige Reportagen oder hochwertige Lifestyle-Berichte mit den Stars der Szene, stets garniert mit den besten Bildern der Topfotografen aus dem Motorsport: Das DTM Magazin ist das offizielle Heft zur populärsten internationalen Tourenwagen-Rennserie. Es liefert auf 84 Seiten in Hochglanz-Qualität tiefe Einblicke in die Welt der DTM und ihrer Partnerserien.

Neben den aktuellen Ereignissen ist ein Blick in die über 20 Jahre umfassende Historie der DTM permanenter Bestandteil des von langjährigen Szenekennern und erfahrenen Redakteuren geschriebenen Magazins, das von der Speedpool Multimedia-Service GmbH in Hamburg konzipiert und herausgegeben wird. Das DTM Magazin erscheint regelmäßig alle zwei Monate zum Preis von fünf Euro und ist vor Ort bei den DTM-Rennen, im gut sortierten Zeitschriftenhandel oder im Direktvertrieb unter [www.dtm.com](http://www.dtm.com) und [www.dtm-magazin.de](http://www.dtm-magazin.de) erhältlich.

**6 Ausgaben in 2009**

**Verkaufspreis 5 €**

						
	<b>2/11-SEITE, 4C</b>	<b>1/11-SEITE, 4C</b>	<b>1/2 SEITE HOCH, 4C</b>	<b>1/2 SEITE QUER, 4C</b>	<b>1/4 SEITE, 4C</b>	
	<b>DTM Magazin</b>	430 mm breit 280 mm hoch <b>8.000 €</b>	215 mm breit 280 mm hoch <b>4.500 €</b> <b>U4 5.000 €</b>	107 mm breit 280 mm hoch <b>2.475 €</b>	215 mm breit 140 mm hoch <b>2.475 €</b>	107 mm breit 140 mm hoch <b>1.375 €</b>

**25% Rabatt für alle Partner der DTM (Hersteller, Serienpartner, Veranstalter, Rahmenserien)**

	<b>ERSTVERKAUFSTAG</b>	<b>ANZEIGENSCHLUSS</b>	<b>DRUCKUNTERLAGENSCHLUSS</b>	
	<b>DTM Magazin</b>	Ausgabe 01: 06.03. Ausgabe 02: 08.05. Ausgabe 03: 26.06. Ausgabe 04: 14.08. Ausgabe 05: 23.10. Ausgabe 06: 18.12.	11.02. 15.04. 03.06. 22.07. 30.09. 25.11.	13.02. 17.04. 05.06. 24.07. 02.10. 27.11.

**Individuelles Cover\***


Beispiel

**Individuell gestaltetes Cover mit Abbildung Firmen-Logo**

	Preis	Freiexemplare
DTM Magazin	<b>5.500 €**</b>	1.000

\*Vorbehaltlich der Freigabe durch den ITR e. V.

\*\*Zgl. Buchung mindestens 1/1-Seite 4c.

**Beikleber**


Beispiel

**Werden auf eine Basisanzeige aufgeklebt und können gut abgelöst werden**
**Preis auf Anfrage**
**Beilage**


Beispiel

**Lose beigefügte Drucksache**
**Preis auf Anfrage**
**Weitere Sonderwerbformen auf Anfrage**
**Poster**


Beispiel

**Beilage (780x530 mm) mit redaktioneller Rückseite**
**Preis 10.000 €  
(inkl. 2.500 Fortdrucke)  
Preis für weitere  
Fortdrucke auf Anfrage**
**Presenter Rubrik**


Beispiel

**Individuell gestaltete Rubrik**
**Preis auf Anfrage**
**Sonderdruck**


Beispiel

**Nachdruck einer Story mit individuellem Cover**
**Preis auf Anfrage**

**VERLAG & REDAKTION****Speedpool Multimedia-Service GmbH**

Pickhuben 6

D-20457 Hamburg



+49 40 300682-0



+49 40 300682-22



info@speedpool.com



www.speedpool.com

**Redaktionsleitung DTM Magazin**

Helge Gerdes



+49 40 300682-41



hg@speedpool.com

**MARKETING & VERTRIEB****Speedpool Multimedia-Service GmbH**

Patrick Ziegler

Pickhuben 6

D-20457 Hamburg



+49 40 300682-36



+49 40 300682-22



pz@speedpool.com

**ANZEIGENVERKAUF****G.F. MediaMarketing GmbH**

Günther Frauenkron



+49 40 239375-0



+49 173 2393752



+49 40 239375-11



gf@gf-mediemarketing.de

**ANLIEFERUNG DRUCKUNTERLAGEN****Speedpool Multimedia-Service GmbH**

Anzeigenabteilung

Pickhuben 6

D-20457 Hamburg



anzeigen@speedpool.com



+49 40 300682-33 (Leonardo)

**TECHNISCHE RÜCKFRAGEN****Speedpool Multimedia-Service GmbH**

Sandra Herrmann



+49 40 300682-35



+49 40 300682-22



sh@speedpool.com

**DOWNLOAD MEDIADATEN**

www.speedpool.com/download

## ALLGEMEIN

### Druckauflage (jeweils)

ca. 35.900 Exemplare. Erhältlich im Zeitschriftenhandel und im DTM Shop bei den Rennen. Abo und Einzelexemplare: [www.dtm-magazin.de](http://www.dtm-magazin.de)

### Format

215 mm breit, 280 mm hoch,  
Beschnittzugabe 3 mm (an allen Seiten)

### Umfang

Ca. 80 Seiten Inhalt + 4 Seiten Umschlag

### Papier

Umschlag Softcover, Glanzfolien-Kaschierung,  
250 g/m<sup>2</sup>, Bilderdruck hochglänzend gestrichen;  
Inhalt 115 g/m<sup>2</sup>, Bilderdruck hochglänzend gestrichen

### Verarbeitung

PUR-Klebebindung

### Farbe

CMYK Euroskala

### Druckverfahren/Raster

Bogen-Offsetdruck/70er AM

### Anzeigenformate

Siehe Kapitel 2

## SPEZIFIKATIONEN ANZEIGEN

### Druckvorlagen

Digitale Daten + farbverbindlicher Proof

### Dateiformate

PDF/X-1a (ohne Marken, inklusive Beschnitt,  
Format zentriert). Alternativen nur nach Absprache

### Farbprofil

ISO Coated v2, FOGRA 39L ([www.eci.org](http://www.eci.org))

### Auflösung

Bilder 300 dpi, Strich 1.200 dpi

### Verwendete Farben

CMYK, tiefes Schwarz: mind. 60% C, 100% K

### Schriften/Linien

Eingebettet oder in Pfade konvertiert,  
Schriftgröße mind. 6 pt, Linienstärke mind. 0,2 mm

### Beschnittsicherheit/Bund

5 mm Abstand aller gestaltungsrelevanten Elemente zum Rand, im Bund 8–10 mm (Doppelung im Bund zu jeder Seite 3 mm bei Doppelseiten)

### 4c-Proof

Farbverbindlich mit FOGRA-Medienkeil CMYK v2.0 im Maßstab 1:1, ISO-Standard

## DOWNLOAD PDF-EINSTELLUNGEN



[www.speedpool.com/download](http://www.speedpool.com/download)

## ANLIEFERUNG DRUCKUNTERLAGEN

### Speedpool Multimedia-Service GmbH

Anzeigenabteilung

Pickhuben 6

D-20457 Hamburg

✉ [anzeigen@speedpool.com](mailto:anzeigen@speedpool.com)

📞 ISDN +49 40 300682-33 (Leonardo)

## TECHNISCHE RÜCKFRAGEN

### Speedpool Multimedia-Service GmbH

Sandra Herrmann



+49 40 300682-35



+49 40 300682-22



sh@speedpool.com

## Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und andere Werbemittel in Zeitschriften

### 1.

„Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Zeitung, Zeitschrift oder Buch zum Zweck der Verbreitung.

### 2.

Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. 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 eines Jahres nach Vertragsabschluss abgerufen und veröffentlicht wird.

### 3.

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, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.

### 4.

Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

### 5.

Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Hefnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

### 6.

Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

### 7.

Der Verlag behält sich vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen, wenn

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

Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Musters und dessen Billigung bindend. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

### 8.

Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein 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. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderer 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.

### 9.

Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Verbreitung der Anzeige.

### 10.

Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, 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.

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 Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrags

ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden. Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

#### 11.

Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

#### 12.

Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

#### 13.

Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber vierzehn Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist

oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

#### 14.

Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die 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 eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

#### 15.

Der Verlag liefert auf 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.

#### 16a

Aus einer Auflagenminderung kann – vorbehaltlich der Regelung der Ziffer 16b – nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantieauflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie bei einer Garantieauflage bis zu 50 000 Exemplaren mindestens 20 v.H., bei einer Garantieauflage bis zu 100 000 Exemplaren mindestens 15 v.H., bei einer Garantieauflage bis zu 500 000 Exemplaren mindestens 10 v.H., bei einer Garantieauflage über 500 000 Exemplaren mindestens 5 v.H. beträgt. Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt. Als Garantieauflage gilt die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder, wenn eine Auflage nicht genannt ist, die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften

gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vorausgegangenen Kalenderjahres. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

#### 16b

(Sondervorschrift bei Auflagenminderungen für Titel, die heftbezogene Auflagedaten veröffentlichen) Abweichend von Nummer 16a berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagedaten veröffentlichen, nur dann zu einer Preisminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (Garantieauflage) von bis zu 500 000 Exemplaren 10 v.H. und bei einer Auflage (Garantieauflage) von über 500 000 Exemplaren 5 v.H. überschreitet (Schwankungsbreite). Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt. Die der Garantie zugrundeliegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IVW. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr aus dem Auflagendurchschnitt der vier Quartale vor dem Insertionsjahr, soweit nicht vom Verlag eine absolute Auflagenzahl als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengentafel und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisminderung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde. Die mögliche Auflagenminderung errechnet sich als Saldo der Auflagenüber- und Auflagenunterschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Insertionsjahres abzüglich der genannten zulässigen Schwankungsbreite. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalgutschrift oder wenn dies nicht mehr möglich ist als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2.500 Euro beträgt.

#### 17.

Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Expressbriefe

auf Ziffernanzeigen werden 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 als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 500 g) überschreiten, sowie Waren, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

**18.**

Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

**19.**

Die Werbungsmittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten.

**20.**

Preisänderungen für erteilte Aufträge sind gegenüber Unternehmern wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

**21.**

Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss spätestens bis zum Abschluss des Insertionsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

**22.**

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 Auftrags 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. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, 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.

**23.**

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, derer 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.

**24.**

Bei Kunden/Werbeagenturen, die zum ersten Mal mit dem Verlag in Geschäftsverbindung treten, kann Vorauskasse zum Anzeigenschlusstermin verlangt werden. Rabatte werden gemäß Rabattstufen nach Erscheinen der Anzeigen beim Erreichen der einzelnen Rabattstufen gewährt.