

# MEDIADATEN 2018

PREISE, FORMATE, THEMEN & TERMINE

PREISLISTE NR. 10. GÜLTIG AB 01.01.2018. STAND: 12.03.2018

# VORWEG



Neues Jahr, **neue LEAD - ab Januar 2018 richten wir unsere bisherige Marke LEAD digital komplett neu aus.** Warum? Ganz einfach. Wir haben uns unser Leben angeschaut. Und sind wir mal ehrlich. „Digital“ ist überall und jederzeit so präsent, dass eine Trennung zwischen beruflichem und privatem Nutzen kaum noch möglich ist. Neue Technologien und Trends betrachten wir doch mittlerweile immer aus mindestens zwei Perspektiven: Hat es Relevanz für mein Business und hab ich Lust es im privaten Kontext zu nutzen?

Daher ist **LEAD als konsequente Weiterentwicklung der Marke LEAD digital** zu sehen. Eine umfassende Plattform, auf der sich alles um das digitale Leben dreht. Deswegen ist „digital“ im Namen nicht mehr notwendig. Alles an LEAD ist digital.

Wir freuen uns, Ihnen LEAD vorzustellen. Gerne beraten wir Sie zu Ihren Möglichkeiten, diese neue Plattform für Ihre Kommunikationsziele optimal einzusetzen.

Ihre Susanne Tacke

# INHALT

## II. [Digitalprodukte](#)

[Display Ads](#)

[Newsletter Ads](#)

[Native Advertising](#)

[Ad Specials](#)

## II. [Printprodukte](#)

[Standardprodukte](#)

[Sonderwerbeformen](#)

## III. [Terminkalender](#)

## IV. [LEAD Stellenmarkt](#)

## V. [Rabatte](#)

## VI. [Kontakt](#)

## VII. [Technische Daten](#)

## VIII. [AGB](#)

## IX. [Verlagsangaben](#)

[Display Ads](#)[Newsletter Ads](#)[Native Advertising](#)[Ad Specials](#)

# DIGITALPRODUKTE

## FORMATE & PREISE

Informationen zu Reichweite und Zielgruppe finden Sie auf unserer Verlagsseite: [verlag.wuv.de/unternehmen/verlagsportfolio/lead](https://www.verlag.wuv.de/unternehmen/verlagsportfolio/lead)

# DISPLAY ADS

Sie möchten **Keyword-Targeting?**  
[Sprechen Sie uns an!](#)





Werbemittel* (Mobile/Desktop)	Format in Pixel	TKP**
Content Ad	300 x 250	59,-
Superbanner	1000 x 150	60,-
Text Ad	Text inkl. Headline: max. 300 Zeichen inkl. Leerzeichen Headline: max. 60 Zeichen inkl. Leerzeichen Bild: 280 x 280	65,-
Billboard	1000 x 250	85,-
Pushdown Billboard	Desktop: 930 x 250 -> 930 x 500 Mobile: 640 x 100 -> 640 x 300	100,-

\* Platzierung Run-of-Site und rotierend auf den Platzierungen innerhalb einer Seite. Technische Daten für unsere digitalen Produkte finden Sie unter <https://verlag.wuv.de/technische-daten>.

\*\* Tausenderkontaktpreis (TKP) in Euro zzgl. MwSt. Es gelten die AGB des Verlags.

# DISPLAY ADS

Sie möchten **Keyword-Targeting**?  
[Sprechen Sie uns an!](#)






Werbemittel* (Mobile/Desktop)	Format in Pixel	TKP**
Panorama Billboard 	1400 x 400	110,-
Takeover (2 FrequencyCap/Tag/User) 	Desktop: 800 x 600 / Video Mobile.: 640 x 920 / Video	110,-
InRead 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ausspielung erfolgt auf den Kanälen Desktop und Mobile auf Artikelbasis</li> <li>Video 16:9</li> </ul>	100,-
Scroll Ad 	Desktop: 2500 x 1600 / Video Mobile: 800 x 1250 / Video	100,-

\* Platzierung Run-of-Site und rotierend auf den Platzierungen innerhalb einer Seite. Technische Daten für unsere digitalen Produkte finden Sie unter <https://verlag.wuv.de/technischdaten>.

\*\* Tausenderkontaktpreis (TKP) in Euro zzgl. MwSt. Es gelten die AGB des Verlags.

# DISPLAY ADS

Sie möchten **Keyword-Targeting?**  
[Sprechen Sie uns an!](#)

Werbemittel* (Mobile only)	Format in Pixel	TKP**
 Mobile Banner Small	640 x 100	45,-
 Mobile Banner Big	640 x 300	55,-
 Mobile Pre-Expandable Sticky Ad	640 x 300 -> 640 x 100	90,-
 Mobile Interstitial	Mobile: 640 x 920 / Video***	100,-
 Mobile Vertical InRead	Vertical InRead 9:16	100,-


\* Platzierung Run-of-Site und rotierend auf den Platzierungen innerhalb einer Seite. Technische Daten für unsere digitalen Produkte finden Sie unter <https://verlag.wuv.de/technischdaten>.

\*\* Tausenderkontaktpreis (TKP) in Euro zzgl. MwSt. Es gelten die AGB des Verlags.

\*\*\* gilt nur in Portrait-Ansicht.

# DISPLAY ADS

Sie möchten **Keyword-Targeting**?  
[Sprechen Sie uns an!](#)

Werbemittel* (Desktop only)	Format in Pixel	TKP**
Halfpage 	300 x 600	75,-





\* Platzierung Run-of-Site und rotierend auf den Platzierungen innerhalb einer Seite. Technische Daten für unsere digitalen Produkte finden Sie unter <https://verlag.wuv.de/technischdaten>.

\*\* Tausenderkontaktpreis (TKP) in Euro zzgl. MwSt. Es gelten die AGB des Verlags.



# NEWSLETTER ADS

Das könnte Sie interessieren! Mit **Run of all Newsletter** läuft Ihr Werbemittel für eine Woche in **fünf Newslettern**. Mehr Infos unter: [http://verlag.wuv.de/digitalprodukte/newsletter\\_ads](http://verlag.wuv.de/digitalprodukte/newsletter_ads) >

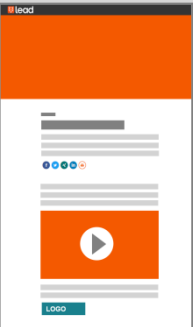
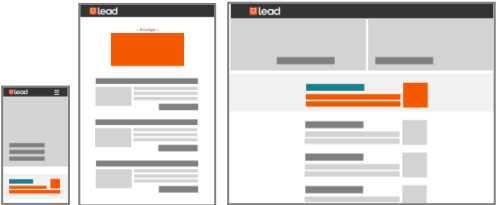
Werbemittel	Format in Pixel		LEAD Newsletter* 25.000 Als/Woche**	LEAD Tech Newsletter 6.000 Als/3 Monate**	
Text Ad		Text inkl. Headline: max. 300 Zeichen inkl. Leerzeichen Headline: max 60 Zeichen inkl. Leerzeichen Bild: 290 x 163	Pos. 1	1.000,-/Woche	
			Pos. 2 -5	760,-/Woche	
Banner		450 x 200 / 300 x 250	Pos. 1	1.000,-/Woche	Exklusive Platzierung Ihres gewünschten Werbemittels (Text Ad, Banner oder Sonderformat) inkl. Logo direkt über der Nachricht
			Pos. 2 -5	760,-/Woche	
Sonderformat***		600 x 450 / 600 x 250	Pos. 1	1.150,-/Woche	Laufzeit: 3 Monate  990,- / 3 Monate
			Pos. 2 - 5	870,-/Woche	

\* Preise in Euro zzgl. MwSt. Es gelten die AGB des Verlags.

\*\* Ad-Impressions (AI), Verlagsinterne Statistik, Durchschnitt: Quartal II/2017.

\*\*\* Max. 2 Sonderformat-Platzierungen pro Newsletter.

# NATIVE ADVERTISING

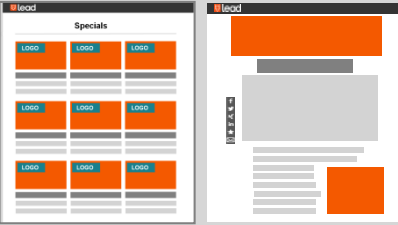

Werbemittel	Leistungen im Überblick	Paketpreis*
Sponsored Post	 <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Redaktioneller Artikel – eine Woche als Werbeelement, gekennzeichnet als Sponsored Post, auf LEAD Online und LEAD Mobile.</li> <li>▪ Unterstützung bei der Aufbereitung des Artikels durch unsere Redaktion.</li> <li>▪ Prominent angeteasert – Ihr Artikel läuft durch den News-Stream der Homepage.</li> <li>▪ Archivierung auf LEAD Online nach Ablauf der Kampagne.</li> <li>▪ Teaser und Verlinkung auf folgenden Kanälen:             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ LEAD Newsletter</li> <li>▪ Facebook-Fanpage von LEAD und W&amp;V</li> <li>▪ Twitter-Account von W&amp;V</li> </ul> </li> </ul>	4.990,-
Text Ad Pro Paket**	 <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Text Ad auf LEAD Online</li> <li>▪ Text Ad auf LEAD Mobile</li> <li>▪ Text Ad im LEAD Newsletter</li> </ul>	5.350,-

\* Preise in Euro zzgl. MwSt. Es gelten die AGB des Verlags.

\*\* Reichweite: Newsletter mit einer Woche, Online/Mobile mit 90.000 Ad-Impressions

# AD SPECIALS

Mehr Infos zu Digital-Themen und Terminen unter:  
[http://verlag.wuv.de/digitalprodukte/newsletter\\_ads](http://verlag.wuv.de/digitalprodukte/newsletter_ads)

Werbemittel	Leistungen im Überblick	Paketpreis*
<p>Digital Special**</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Eigenständiges Special auf LEAD Online mit Artikeln von der LEAD-Redaktion.</li> <li>▪ Exklusives Branding mit Ihren Werbemitteln auf allen Seiten des Specials: Content Ad (online, mobile), Billboard, Sponsored Post (nur im Paket Plus).</li> <li>▪ Prominente Präsenz Ihres Logos bzw. Sponsorenennung auf der Übersichtsseite des Specials, in den Social-Media-Posts von LEAD auf Facebook und Twitter sowie mit co-branded Werbemittel im Newsletter, online und mobile.</li> <li>▪ Archivierung des redaktionellen Inhalts auf LEAD Online im Channel „Specials“.</li> <li>▪ Garantierte Anzahl an Page-Impressions.</li> </ul>	<p>6.990,- Paket Full</p>
<p>Whitepaper</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Whitepaper, Studie, Case Study oder Produktinformation unter dem Menü Whitepaper auf LEAD Online, die Download-Kampagne läuft so lange, bis die von Ihnen festgelegte Lead-Menge*** erreicht wurde.</li> <li>▪ Kurzbeschreibung und Preview führen als erster Eindruck Ihres Whitepapers zum Download.</li> <li>▪ Wir erheben folgende Qualifizierungsmerkmale für Sie: Anrede, Vorname, Nachname, E-Mail, Unternehmen, Funktion, Firmengröße, Branche und Firmensitz (Land).</li> <li>▪ Wir managen eine Kampagne auf allen Online-Kanälen des Verlags, um Ihre Leads zu generieren.</li> <li>▪ Wir erstellen die Werbemittel für Ihre Whitepaper-Kampagne.</li> <li>▪ Nach Ablauf der Kampagne archivieren wir Ihr Whitepaper dauerhaft auf LEAD Online.</li> </ul>	<p>52,- pro Lead Sie bestimmen die Anzahl der Leads**</p> <p>500,- **** Pauschale für Hosting und Handling</p>

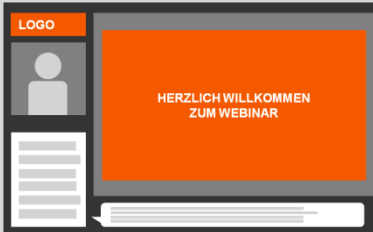
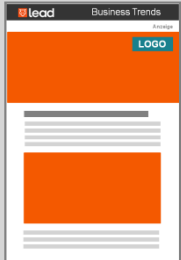
\* Preise in Euro zzgl. MwSt. Es gelten die AGB des Verlags.

\*\* Digital Specials aus technischen Gründen erst ab KW 9/2017 buchbar.

\*\*\* Laufzeit beträgt maximal 3 Monate, die Mindestmenge sind 30 Leads.

\*\*\*\* Preise in Euro zzgl. MwSt. Es gelten die AGB des Verlags. Keine Rabatte und Provisionen möglich.

# AD SPECIALS

Werbemittel	Leistungen im Überblick	Paketpreis*
Webinar 	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sie haben das Wissen, Sie stehen im Mittelpunkt, stellen den Referenten und vermitteln per Webcam und Präsentation Inhalte zu Ihrem Thema.</li> <li>▪ Ein Moderator aus der LEAD-Redaktion begrüßt und begleitet das einstündige Webinar.</li> <li>▪ Die Teilnehmer können per Chat Fragen stellen und interagieren.</li> <li>▪ Interessenten können gegen Anmeldung die Aufzeichnung des Webinars ansehen (Webcast).</li> <li>▪ Drei Pakete buchbar, abhängig von der Teilnehmerzahl.</li> <li>▪ Sie erhalten die Leads gemäß der Buchung.</li> </ul>	ab 7.900,-*
Webcast	Nutzen Sie die <b>Aufzeichnung Ihres Webinars</b> und präsentieren Sie diese als Webcast den LEAD-Usern. Unterstreichen Sie Ihr Experten-Know-How und setzen Sie die Leadgenerierung fort.	ab 4.900,-*
Stand Alone Newsletter 	Mit dem Stand Alone Newsletter LEAD Business Trends adressieren Sie explizit Ihre Werbebotschaft an bis zu 30.000 Adressen. Sichern Sie sich Ihre prominente und alleinige Anzeigenintegration in einem eigens für diesen Zweck konzipierten und gelayouteten Newsletter, mit oder ohne Einleitungstext.	4.500,-** Bsp.: Versand an 10.000 Adressen

\* Preise in Euro zzgl. MwSt. Es gelten die AGB des Verlags. Keine Rabatte und Provisionen möglich.

\*\* Preise in Euro zzgl. MwSt. Es gelten die AGB des Verlags.









[Standardwerbeformen](#)[Sonderwerbeformen](#)

# PRINTPRODUKTE

## FORMATE & PREISE

Informationen zu Reichweite und Zielgruppe finden Sie auf unserer Verlagsseite: [verlag.wuv.de/unternehmen/verlagsportfolio/lead](https://www.verlag.wuv.de/unternehmen/verlagsportfolio/lead)

# STANDARDWERBEFORMEN

Ganze Seite oder als Seitenteil		Angeschnittene Anzeigen Breite x Höhe in mm + 3 mm Beschnitt an den Außenkanten	Formate im Satzspiegel Breite x Höhe in mm	Preise* farbig
1/1		210 x 297	188 x 269	2.990,-
3/4 quer / hoch		210 x 227 / 134 x 297	188 x 211 / 124 x 269	2.570,-
Eckfeld klein		104 x 144	-	1.570,-
Eckfeld groß		134 x 183	-	2.250,-
1/2 quer / hoch		210 x 144 / 104 x 297	188 x 126 / 94 x 269	1.970,-
1/3 quer / hoch		210 x 101 / 73 x 297	188 x 85 / 63 x 269	1.490,-
1/4 quer / hoch		210 x 81 / 54 x 296	188 x 65 / 44 x 269	1.330,-
1/3 Seite hoch neben Editorial		73 x 297	63 x 269	1.700,-

\* Preise in Euro zzgl. MwSt. Es gelten die AGB des Verlags, s/w-Preise auf Anfrage.

# STANDARDWERBEFORMEN

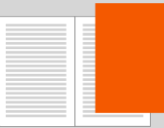

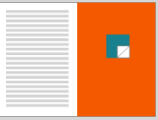

Anzeige als Umschlag-, Doppel- oder Titelseite	Angeschnittene Anzeigen Breite x Höhe in mm + 3 mm Beschnitt an den Außenkanten	Formate im Satzspiegel Breite x Höhe in mm	Preise* farbig
2. Umschlagseite / 3. Umschlagseite	 210 x 297 / 210 x 297	188 x 269 / 188 x 269	3.560,- / 3.220,-
4. Umschlagseite	 210 x 297	188 x 269	3.710,-
Opening Spread (2. Umschlagseite + 3. Seite)	 420 x 297	–	6.610,-
2 x ½ Seite quer / hoch Bund	 420 x 144 / 208 x 297	400 x 144 / 208 x 269	3.490,-
2/1	 420 x 297	–	5.710,-
Titelseite Griffecke** / Titelseite Eckfeld**/ 1/4 quer auf Titel**	 50 x 50 / 60 x 30 / 210 x 81	–	1.860,- / 2.260,- / 2.790,-
2/1 Sponsored-Article	 420 X 297	–	4.990,-

\* Preise in Euro zzgl. MwSt. Es gelten die AGB des Verlags, s/w-Preise auf Anfrage.

\*\* Keine Gewähr auf alleinige Positionierung auf der Titelseite, Sonderwerbeform „Umschlag“ weiterhin möglich.

# SONDERWERBEBEFORMEN




Bitte die [technische Daten berücksichtigen](#) >>

	Platzierung	Format	Weitere Infos	Papiergewicht	Preise*	
Beilagen		Beilagen werden an einer unbestimmten Stelle im Heft platziert und können einfach vom Leser herausgenommen werden.	max. 200 x 290 mm, mind. 100 x 120 mm (Breite x Höhe) bei 2 Seiten Papiergrammatur mind. 100 g/m <sup>2</sup> .	Ab 4 Seiten muss die lange Seite geschlossen sein. A4 und weitere Formate auf Anfrage.	–	bis 25 g <b>390,- pro Tsd.</b>
Beihefter		Beihefter werden beim Zusammentragen wie ein einzelner Bogen miteingebunden	max. 210 x 297 mm + Beschnittzugaben mind. 115 x 140 mm	<b>Beschnittzugabe:</b> 6 mm Kopfbeschnitt, 3 mm Beschnitt links, rechts und am Fuß	bei 4 Seiten mind. 100 g/m <sup>2</sup> und max. 250 g/m <sup>2</sup>  ab 8 Seiten mind. 70 g/m <sup>2</sup>	bei 4 Seiten <b>580,- pro Tsd.</b>  bei 8 Seiten <b>870,- pro Tsd.</b>
Aufkleber		Aufkleber werden im Heft auf einer 1/1 Seite Anzeige aufgeklebt.	mind. 55 x 75 mm, max. 190 x 277 mm	<b>Klebeart:</b> Streifenklebung parallel zum Bund, Platzierung auf der Vorder- oder Rückseite eines Bogens möglich. <b>Klebetoleranz:</b> ± 5–10 mm <b>Abstände:</b> vom Bund mind. 30 mm bis Aufklebegut, Höhe variabel	bei 2 Seiten mind. 150 g/m <sup>2</sup>	bis 10 g <b>195,- pro Tsd.</b>
Beikleber		Beikleber werden im Heft auf eine 1/1 Seite Redaktion beigelegt.	mind. 55 x 75 mm, max. 190 x 277 mm	<b>Klebeart:</b> Streifenklebung parallel zum Bund, Platzierung auf der Vorder- oder Rückseite eines Bogens möglich. <b>Klebetoleranz:</b> ± 5–10 mm <b>Abstände:</b> vom Bund mind. 15–65 mm bis Aufklebegut, Höhe variabel	bei 2 Seiten mind. 150 g/m <sup>2</sup>	bis 10 g <b>590,- pro Tsd.</b>


\* Preise in Euro zzgl. MwSt. und zzgl. der aktuellen Postgebühren. Es gelten die AGB des Verlags.



# SONDERWERBFORMEN

Eine Auswahl weiterer Sonderwerbeformen	Preise*
Aufgeklebtes Booklet 	ab 790,- pro Tsd.
Umschlag-schürze 	ab 780,- pro Tsd.
Banderole 	ab 770,- pro Tsd.

Eine Auswahl weiterer Sonderwerbeformen	Preise*
Individuelle Inselanzeigen 	auf Anfrage

Eine Auswahl weiterer Sonderwerbeformen	Preise*
Doppelter Umschlag 	ab 1.680,- pro Tsd.

\* Preise in Euro zzgl. MwSt. Es gelten die AGB des Verlags, individuelle Preisangaben zu Sonderwerbeformen auf Anfrage.

# TERMINKALENDER

DIGITAL & PRINT

# THEMEN & TERMINE – Q1/18

Stand:  
12.03.2018

KW	Digital Special 1*	Digital Special 2*	Digital Special 3*	Heft 1 - 4*	Branchentermine
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					16.-20.02. EuroShop
9	<b>Mobile Innovation</b> (AS: 29.01.)	<b>E-Commerce Trends</b> (AS: 29.01.)	<b>Travelguide to OMR</b> (AS: 29.01.)		26.02.-01.03. Mobile World Congress 27.02.-01.03. EuroCIS
10	<b>Mobile Innovation</b>	<b>E-Commerce Trends</b>	<b>Travelguide to OMR</b>		06.-07.03. Internet World
11	<b>Mobile Innovation</b>	<b>E-Commerce Trends</b>	<b>Travelguide to OMR</b>		13.-15.3. Tradeworld 10.-16.03. WorldHostingDays 09.-18.03. South by Southwest
12		<b>Digitales Leben</b> (AS: 19.02.)	<b>Performance &amp; Search Marketing</b> (AS: 19.02.)	Heft 1 (ET: 21.3. / AS: 19.02. / DS: 05.03.) <b>Programmatic Advertising; Best Practice E-Commerce, Produktübersicht: Hosting-Lösungen, IT-Lösungen im Mittelstand</b>	18.-20.03. Digital Innovators' Summit 20.-21.03. Search Marketing Expo 22.-23.03. Online Marketing Rockstars
13		<b>Digitales Leben</b>	<b>Performance &amp; Search Marketing</b>		

\* Änderungen vorbehalten. Weitere Themen auf Anfrage.

■ Tech Themen  
■ Marketing Themen



# THEMEN & TERMINE – Q2/18

Stand:  
12.03.2018

KW	Digital Special 1*	Digital Special 2*	Digital Special 3*	Heft 1 - 4*	Branchentermine
14	<b>Programmatic Advertising</b> (AS: 05.03.)	Digitales Leben	<b>Performance &amp; Search Marketing</b>		
15	<b>Programmatic Advertising</b>	<b>Data Driven Marketing</b> (AS: 12.03.)			10.-11.04. D3CON
16	<b>Programmatic Advertising</b>	<b>Data Driven Marketing</b>			17.-18.04. W&V Data Marketing Day
17		<b>Data Driven Marketing</b>			
18					02.-04.05. re:publica
19	<b>Payment</b> (AS: 09.04.)				
20	<b>Payment</b>				
21	<b>Payment</b>				
22		<b>Webinale 2018</b> (AS: 30.04.)			
23	<b>Cebit 2018</b> (AS: 07.05.)	<b>Webinale 2018</b>			04.-08.06. Webinale
24	<b>Cebit 2018</b>	<b>Webinale 2018</b>	<b>Tech Open Air 2018</b> (AS: 14.05.)	Heft 2 (ET: 13.06. / AS: 14.05. / DS: 28.05.) <b>Payment &amp; Risikomanagement, Data Management &amp; CMS, Produktübersicht: Server &amp; Storage, IT-Sicherheit &amp; Datenschutz Aus- und Weiterbildung</b>	11.-15.06. Cebit
25	<b>Cebit 2018</b>		<b>Tech Open Air 2018</b>		19.-22.06. Tech Open Air
26			<b>Tech Open Air 2018</b>		25.-28.06. DWX – Developer Week

\* Änderungen vorbehalten. Weitere Themen auf Anfrage.

■ Tech Themen  
■ Marketing Themen



# THEMEN & TERMINE – Q3/18

Stand:  
12.03.2018

KW	Digital Special 1*	Digital Special 2*	Digital Special 3*	Heft 1 - 4*	Branchentermine
27					
28					
29					
30					
31					
32					
33	Gamescom (AS: 16.07.)		Travelguide to dmexco (AS: 16.07.)		
34	Gamescom	Smart Innovations (AS: 23.07.)	Travelguide to dmexco		22.-25.08. Gamescom
35	Gamescom	Smart Innovations	Travelguide to dmexco		31.-05.08. IFA
36	dmexco 2018 (AS: 06.08.)	Smart Innovations			06.-07.03. Internet World
37	dmexco 2018			Heft 3 (ET: 12.09. / AS: 13.08. / DS: 27.08.) Produktübersicht: Marketing-Tools, Marketing im Mittelstand, Smart Mobility, Cloud-Lösungen	12.-13.09. dmexco
38	dmexco 2018				
39		Visions & Business (AS: 27.08.)			

\* Änderungen vorbehalten. Weitere Themen auf Anfrage. \*\* Termin steht noch nicht fest.

■ Tech Themen  
■ Marketing Themen

# THEMEN & TERMINE – Q4/18

Stand:  
12.03.2018

KW	Digital Special 1*	Digital Special 2*	Digital Special 3*	Heft 1 - 4*	Branchentermine
40	<b>Shop Technologien</b> (AS: 03.09.)	<b>Visions &amp; Business</b>			30.09.-02.10. Bits & Prezels
41	<b>Shop Technologien</b>	<b>Visions &amp; Business</b>			10.-11.10. Neocom
42	<b>Shop Technologien</b>				
43		<b>Digitale Strategien im Mittelstand</b> (AS: 24.09.)			
44	<b>Hosting</b> (AS: 01.10.)	<b>Digitale Strategien im Mittelstand</b>			
45	<b>Hosting</b>	<b>Digitale Strategien im Mittelstand</b>			05.-08.11. Websummit
46	<b>Hosting</b>			Heft 4 (ET: 14.11. / AS: 15.10. / DS: 29.10.) <b>Logistik &amp; Verpackung, Usability &amp; UX, Managed Hosting, Business Devices 2019</b>	
47	<b>CMS</b> (AS: 22.10.)				
48	<b>CMS</b>				
49	<b>CMS</b>				
50					
51					
52					

\* Änderungen vorbehalten. Weitere Themen auf Anfrage. \*\* Termin steht noch nicht fest.

■ Tech Themen  
■ Marketing Themen

# THEMEN & TERMINE – Q1/18

Stand:  
15.02.2018

KW	Digital Special 1*	Digital Special 2*	Digital Special 3*	Heft 1 - 4*	Branchentermine
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					16.-20.02. EuroShop
9	Mobile Innovation	E-Commerce Trends	Travelguide to OMR		26.02.-01.03. Mobile World Congress 27.02.-01.03. EuroCIS
10	Mobile Innovation	E-Commerce Trends	Travelguide to OMR		06.-07.03 Internet World
11	Mobile Innovation	E-Commerce Trends	Travelguide to OMR		13.-15.3. Tradeworld 10.-16.03. WorldHostingDays 09.-18.03. South by Southwest
12		Digitales Leben	Performance & Search Marketing	Heft 1 (ET: 21.3. / AS: 19.02. / DS: 05.03.) Programmatic Advertising; Best Practice E-Commerce, Produktübersicht: Hosting-Lösungen, IT-Lösungen im Mittelstand	18.-20.03. Digital Innovators' Summit 20.-21.03. Search Marketing Expo 22.-23.03. Online Marketing Rockstars
13		Digitales Leben	Performance & Search Marketing		

\* Änderungen vorbehalten. Weitere Themen auf Anfrage.

# THEMEN & TERMINE – Q2/18

Stand:  
15.02.2018

KW	Digital Special 1*	Digital Special 2*	Digital Special 3*	Heft 1 - 4*	Branchentermine
14	Programmatic Advertising	Digitales Leben	Performance & Search Marketing		
15	Programmatic Advertising	Data Driven Marketing			10.-11.04. D3CON
16	Programmatic Advertising	Data Driven Marketing			17.-18.04. W&V Data Marketing Day
17		Data Driven Marketing			
18					02.-04.05. re:publica
19	Payment				
20	Payment				
21	Payment	Webinale 2018			
22		Webinale 2018			29.05.-02.06. Webinale
23	Cebit 2018	Webinale 2018			
24	Cebit 2018	Tech Open Air 2018		Heft 2 (ET: 13.06. / AS: 14.05. / DS: 28.05.) Payment & Risikomanagement, Data Management & CMS, Produktübersicht: Server & Storage, IT-Sicherheit & Datenschutz Aus- und Weiterbildung	11.-15.06. Cebit
25	Cebit 2018	Tech Open Air 2018			19.-22.06. Tech Open Air
26		Tech Open Air 2018			25.-28.06. DWX – Developer Week

\* Änderungen vorbehalten. Weitere Themen auf Anfrage.

■ Tech Themen  
■ Marketing Themen





# THEMEN & TERMINE – Q3/18

Stand:  
15.02.2018

KW	Digital Special 1*	Digital Special 2*	Digital Special 3*	Heft 1 - 4*	Branchentermine
27					
28					
29					
30					
31					
32					
33	Gamescom		Travelguide to dmexco		
34	Gamescom	Smart Innovations	Travelguide to dmexco		22.-25.08. Gamescom
35	Gamescom	Smart Innovations	Travelguide to dmexco		31.-05.08. IFA
36	dmexco 2018	Smart Innovations			06.-07.03. Internet World
37	dmexco 2018			Heft 3 (ET: 12.09. / AS: 13.08. / DS: 27.08.) Produktübersicht: Marketing-Tools, Marketing im Mittelstand, Smart Mobility, Cloud-Lösungen	12.-13.09. dmexco
38	dmexco 2018				
39		Visions & Business			

\* Änderungen vorbehalten. Weitere Themen auf Anfrage. \*\* Termin steht noch nicht fest.

■ Tech Themen  
■ Marketing Themen

# THEMEN & TERMINE – Q4/18

Stand:  
15.02.2018

KW	Digital Special 1*	Digital Special 2*	Digital Special 3*	Heft 1 - 4*	Branchentermine
40	Shop Technologien	Visions & Business			30.09.-02.10. Bits & Prezels
41	Shop Technologien	Visions & Business			10.-11.10. Neocom
42	Shop Technologien				
43		Digitale Strategien im Mittelstand			
44	Hosting	Digitale Strategien im Mittelstand			
45	Hosting	Digitale Strategien im Mittelstand			05.-08.11. Websummit
46	Hosting			Heft 4 (ET: 14.11. / AS: 15.10. / DS: 29.10.) Logistik & Verpackung, Usability & UX, Managed Hosting, Business Devices 2019	
47	CMS				
48	CMS				
49	CMS				
50					
51					
52					

\* Änderungen vorbehalten. Weitere Themen auf Anfrage. \*\* Termin steht noch nicht fest.



■ Tech Themen  
■ Marketing Themen

# LEAD STELLENMARKT




FORMATE & PREISE

# LEAD STELLENMARKT

Ausführliche Informationen zu allen Produkten finden Sie in den [Mediadaten des W&V Job-Network](#).

Print-Stellenmarkt	Beispiel-Format	Angeschnittene Anzeigen Breite x Höhe in mm + 3 mm Beschnitt an den Außenkanten	Formate im Satzspiegel Breite x Höhe in mm	Preise* farbig
Personal Image Anzeige	 1/2 quer / hoch	210 x 144 / 104 x 297	179 x 125 / 88 x 250	1.290,-
Stellenanzeige Print	 1/2 quer / hoch	–	179 x 125 / 88 x 250	2.500,-

Online-Stellenmarkt	Details	Formate	Preise*
Gold-Anzeige		Komplett in Ihrem Design	1.090,-
Silber-Anzeige	 <ul style="list-style-type: none"> <li>6 Wochen im Online-Stellenmarkt</li> <li>Link in einem unserer LEAD Newsletter</li> </ul>	Auswahl zwischen 5 Designvorlagen	850,-
Basic-Anzeige	 <ul style="list-style-type: none"> <li>Anzeige flexibel und bequem im Online-Selbsteingabe-Tool einstellen</li> <li>Bitte beachten: Pro Stellenanzeige kann nur eine Position ausgeschrieben werden</li> </ul>	Ungestaltete Anzeige	750,-
Praktikum-Anzeige		Ungestaltete Praktikumsanzeige	350,-

\* Preise in Euro zzgl. MwSt. Es gelten die AGB des Verlags. Die Preise für Stellenanzeigen sind nicht rabattfähig. 15% Vermittlungsprovision fällt nur bei Vermittlung von Aufträgen Dritter an und wird nur eingetragenen Werbemittlern gewährt.

# RABATTE

# RABATTE

Die Rabattstaffel gilt für Umsätze der Print- und Digitalprodukte der Verlag Werben & Verkaufen GmbH.\*

Grundlage für die Umsatzstaffel sind die ausgewiesenen Bruttopreise für Schaltungen.

Buchungen für Sonderwerbformen (ohne technische Kosten) können gegebenenfalls in den Grundabschluss integriert werden.

Malstaffel	Umsatzstaffel in €	Rabatte in %
3	15.000	3
6	25.000	5
12	50.000	10
25	100.000	15
40	150.000	17
50	250.000	20
60	450.000	22
75	650.000	25
100	850.000	27
120	1.000.000	28

\* Rabatte gelten nicht für Produkte des W&V Job-Networks.

[Sales-Team](#)[Weitere Ansprechpartner](#)

# KONTAKT

SPRECHEN SIE UNS AN. WIR BERATEN SIE GERNE!

# UNSER SALES-TEAM

SPRECHEN SIE UNS AN – WIR BERATEN SIE GERNE!



**Susanne Tacke**  
Leiterin Sales &  
Accountmanagement

Online/Mobile, Software, Hardware,  
Telekommunikation, E-Commerce

Tel.: 089/2183-7090

E-Mail: [susanne.tacke@wuv.de](mailto:susanne.tacke@wuv.de)



**Denise Hoser**

Online/Mobile, Software, Hardware,  
Telekommunikation, Out-of-Home, Kino,  
Unternehmensberatung, Werbemittel,  
Events/Messen, Verkaufsförderung,  
Marktforschung, Licensing/Merchandising

Tel.: 089/2183-7150

E-Mail: [denise.hoser@wuv.de](mailto:denise.hoser@wuv.de)



**Nicole Wagner**

TV/Hörfunk, Druck, Papier,  
Bildagenturen, Filmproduktion

Tel.: 089/2183-7878

E-Mail: [nicole.wagner@wuv.de](mailto:nicole.wagner@wuv.de)



**Silvia Schmidt**

Publikumszeitschriften,  
Tageszeitungen,  
Anzeigenblätter

Tel.: 089/2183-7046

E-Mail: [silvia.schmidt@wuv.de](mailto:silvia.schmidt@wuv.de)



**Meta Günther**

W&V Wer Wo Was und W&V Markt

Tel.: 089/2183-7877

E-Mail: [meta.guenther@wuv.de](mailto:meta.guenther@wuv.de)



**Simone Seidel**

Markenartikler/Werbungtreibende,  
Handel,  
Flughäfen, Automobil, Fachzeitschriften,  
Special Interest, Agenturen, Corporate  
Publishing, Direktmarketing

Tel.: 089/2183-7129

E-Mail: [simone.seidel@wuv.de](mailto:simone.seidel@wuv.de)



# WEITERE ANSPRECHPARTNER

SPRECHEN SIE UNS AN. WIR FREUEN UNS AUF DEN KONTAKT MIT IHNEN.

## Anzeigen-Team

Tel.: 089/2183-7695  
 Fax: 089/2183-7865  
 E-Mail: [sales@wuv.de](mailto:sales@wuv.de)

## Leitung Sales und Accountmanagement

Susanne Tacke  
 Tel.: 089/2183-7090  
 E-Mail: [susanne.tacke@wuv.de](mailto:susanne.tacke@wuv.de)

## Verkaufsteam

Denise Hoser  
 Tel.: 089/2183-7150  
 E-Mail: [denise.hoser@wuv.de](mailto:denise.hoser@wuv.de)

Silvia Schmidt  
 Tel.: 089/2183-7046  
 E-Mail: [silvia.schmidt@wuv.de](mailto:silvia.schmidt@wuv.de)

Simone Seidel  
 Tel.: 089/2183-7129  
 E-Mail: [simone.seidel@wuv.de](mailto:simone.seidel@wuv.de)

Nicole Wagner  
 Tel.: 089/2183-7878  
 E-Mail: [nicole.wagner@wuv.de](mailto:nicole.wagner@wuv.de)

## Ansprechpartnerin W&V WerWoWas/

W&V Markt  
 Meta Günther  
 Tel.: 089/2183-7877  
 E-Mail: [meta.guenther@wuv.de](mailto:meta.guenther@wuv.de)

## Ansprechpartnerin W&V Plus

Micaela Marti  
 Tel.: 089/2183-7073  
 E-Mail: [micaela.marti@wuv.de](mailto:micaela.marti@wuv.de)

## Accountmanagement

Head of Accountmanagement  
 Hao Wang  
 Tel.: 089/2183-7698  
 E-Mail: [hao.wang@wuv.de](mailto:hao.wang@wuv.de)

## Team Accountmanagement

Diana Pilieva  
 Tel.: 089/2183-7693  
 E-Mail: [diana.pilieva@wuv.de](mailto:diana.pilieva@wuv.de)

Henry Wandtke  
 Tel.: 089/2183-7138  
 E-Mail: [henry.wandtke@wuv.de](mailto:henry.wandtke@wuv.de)

## Disposition

Tel.: 089/2183-7060  
 Fax: 089/2183-7864  
 E-Mail: [dispo@wuv.de](mailto:dispo@wuv.de)

## Leitung Disposition

Susanne Tacke  
 Tel.: 089/2183-7090  
 E-Mail: [susanne.tacke@wuv.de](mailto:susanne.tacke@wuv.de)

## W&V Events

Event Team  
 Miriam Judt  
 Tel.: 089/2183-1347  
 E-Mail: [miriam.judt@wuv.de](mailto:miriam.judt@wuv.de)

Stephan Sparakowski  
 Tel.: 089/2183-8221  
 E-Mail: [stephan.sparakowski@wuv.de](mailto:stephan.sparakowski@wuv.de)

## W&V Stellenmarkt

Tel.: 089/2183-7049  
 Fax: 089/2183-7864  
 E-Mail: [stellenangebote@wuv.de](mailto:stellenangebote@wuv.de)

## Leitung Stellen- und Rubrikenmärkte

Sabine Vockrodt  
 Tel.: 089/2183-7049  
 Fax: 089/2183-7864  
 E-Mail: [stellenangebote@wuv.de](mailto:stellenangebote@wuv.de)

## Team Stellenmarkt

Michael Borchert  
 Tel.: 089/2183-1381  
 E-Mail: [stellenangebote@wuv.de](mailto:stellenangebote@wuv.de)

Bettina Schwindt  
 Tel.: 089/2183-7120  
 E-Mail: [stellenangebote@wuv.de](mailto:stellenangebote@wuv.de)

[Print](#)[Sonderwerbeformen](#)[Digital \[Download\]](#)

# TECHNISCHE DATEN

PRINT & SONDERWERBEFORMEN

# TECHNISCHE DATEN

## PRINT

**Heftformat:** 210 x 297 mm (Breite x Höhe) plus 3 mm Beschnitt an allen Seiten. Damit Text und Bildelemente nicht in den Bund gelangen, an allen vier Seiten 10 mm Abstand einhalten.

**Druckverfahren:** Umschlag: Bogenoffset, Inhalt: Rollenoffset

**Buchbinderische Verarbeitung:** Klebebindung

**Bedruckstoff:** Umschlag: 300 g/m<sup>2</sup> Bilderdruck, Inhalt: 100 g/m<sup>2</sup> MWC-Papier

**Reproduktionstechnik:** Es gelten die „Technischen Richtlinien Offsetreproduktionen“, herausgegeben vom Bundesverband Druck e. V. Diese umfangreichen standardisierungsvorgaben sind Ihrem Reprolieferanten bekannt. Die nachfolgenden produktspezifischen Daten sind jedoch wichtige Zusatzinformationen für Ihren Reprintbetrieb.

**Proof:** Nach FOGRA-Standard. Mit FOGRA Medienkeil V3.0 nach Standard.

**Umschlag:** ISOcoated\_v2\_eci.icc, FOGRA 39L nach Standard

**Inhalt:** ISOcoated\_v2\_300\_eci.icc, FOGRA 39L nach Standard

**Rasterweite:** 60 Linien/cm, Technischer Raster nicht unter 10 %

**Farben:** DIN ISO 12647-2 für Offsetdruck

**Farbreihenfolge:** Schwarz, Cyan, Magenta, Gelb

**Mehrfarbanzeigen:** Der Verzicht auf die Grundfarbe Schwarz ist ohne Einfluss auf die Berechnung der Anzeigen. Sonderfarben/Farbtöne, die durch den Zusammendruck von Farben der verwendeten Skala nicht erreicht werden können, bedürfen besonderer Vereinbarung.

### **Tonwertzunahme (lt. FOGRA bzw. BVDM):**

Umschlag:

Flächendeckung bei 40 %: Schwarz 13 % ± 7 %, Buntfarben 13 % ± 4 %

Flächendeckung bei 80 %: Schwarz 11 % ± 5 %, Buntfarben 11 % ± 3 %

Inhalt:

Flächendeckung bei 40 %: Schwarz 16 % ± 7 %, Buntfarben 16 % ± 4 %

Flächendeckung bei 80 %: Schwarz 11 % ± 5 %, Buntfarben 11 % ± 3 %

**Negativflächen:** Wir empfehlen Negativflächen mit 40 % Cyan zu unterlegen, da es ein tieferes Schwarz ergibt (Skalenfarbenaufpreis). Dabei ist die Cyanfläche 0,04 mm breiter anzulegen.

### **Digitale Datenanlieferung:**

Druckunterlagen bitte per E-Mail mit farbverbindlichem Proof senden.

E-Mail: [druckunterlagen@wuv.de](mailto:druckunterlagen@wuv.de)

Datei: PDF (hochauflösend) mit eingebundenen Schriften. Keine offene Datei mitschicken.

Bei digitalen Datenübertragungen übernehmen wir keine Gewähr bezüglich Format, Text und Farbigkeit der Anzeige sowie der Erscheinung der Anzeige bei Nichtbeachtung der oben genannten Vorgaben. Geringfügige Farbdifferenzen sind systembedingt und können nicht reklamiert werden.

Die **Technischen Daten** für die **Digitalprodukte** finden Sie immer aktuell zum Download unter: <https://verlag.wuv.de/technischdaten>.

# TECHNISCHE DATEN

## SONDERWERBEFORMEN (BEILAGEN, BEIHEFTER, AUFKLEBER, BEIKLEBER)

### Bitte bei Sonderwerbeformen beachten:

Bei evtl. auftretenden Verarbeitungsschwierigkeiten hat die Fertigstellung der Auflage Vorrang gegenüber der Beilegung, An- und Aufklebung. Mindestbelegung bei Teilaufgaben: 5.000 Exemplare.

### Reservierung:

Rechtzeitig vor dem Erscheinungstermin. Der Auftrag wird erst nach Vorlage von 3 Mustern gültig.

### Anzeigenschluss:

Siehe Terminplan.

**Angeklebte Produkte:** Postkarten sind an die Beilage zum Rücken anzukleben, Klebespur nahe Bund, keine Punkt-, sondern Strichleimung. Die maschinelle Verarbeitung von Beilagen, Sonderformaten und Warenmustern ist ohne vorherige technische Prüfung nicht möglich.

### Beilagen – technische Hinweise:

Beilagen werden maschinell in das Heft eingefügt. Sie müssen deshalb aus einem Teil bestehen oder durch Umschlag, Heftung oder Klebung so zusammengehalten werden, dass sie als Teil verarbeitet werden können. Die Seite parallel zum Bund muss geschlossen sein. Wenn Beilagen eine angeklebte Postkarte enthalten, muss diese parallel zum geschlossenen Bund der Beilage angeklebt sein, damit sie sich bei der maschinellen Verarbeitung nicht lösen kann. Beilagen werden mit der geschlossenen Seite parallel zum Rücken der Zeitschrift eingelegt. Eine bestimmte Platzierung kann nicht zugesagt werden. Zickzackgefaltete, perforierte, gestanzte oder mit Klammern versehene Beilagen können maschinell nicht verarbeitet werden. Angebote auf Anfrage.

### Anlieferungszustand Sonderwerbeformen:

Die angelieferten Produkte müssen eine einwandfreie, sofortige maschinelle Verarbeitung ohne zusätzliche manuelle Aufbereitung gewährleisten. Durch zu frische Druckfarbe zusammengeklebte, stark elektrostatisch aufgeladene oder feucht gewordene Beilagen oder solche mit umgeknickten Ecken, Kanten, Quetschfalten, verlagertem (rundem) Rücken können nicht verarbeitet werden.

### Lagen:

Unverschränkt, kantengerade mit einer Höhe von 80–100 mm. Verschnüren oder Verpacken einzelner Lagen verursacht Mehrkosten.

### Palettierung:

Sauber auf stabilen Mehrwegpaletten, Palettenboden mit einem stabilen Karton oder Folie abgedeckt. Bei Umreifung/Schutzverpackung dürfen die Kanten nicht beschädigt oder umgebogen werden. Kennzeichnung analog zu Lieferschein deutlich sichtbar mit Verwendungszweck, Inhalts- und Mengenangabe. Bei Anlieferung für mehrere Ausgaben ist für jede Ausgabe getrennt zu palettieren.

### Lieferadresse:

2 Wochen vor Erscheinungstermin an:

Vogel Druck und Medienservice  
Warenannahme  
Leibnizstraße 5, 97204 Höchberg  
mit Vermerk für LEAD-Ausgabe Nr. xx/2018  
Anlieferzeit: Mo. bis Fr. von 8.00 bis 16.00 Uhr

# AGB

# AGB

**1. Werbeauftrag** ist der Vertrag zwischen dem Verlag, die Verlag Werben & Verkaufen GmbH (nachfolgend „Verlag“), und einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend „Auftraggeber“) über die Veröffentlichung eines oder mehrerer Werbemittel in einer Druckschrift und/oder im Internet zum Zwecke der Verbreitung oder der öffentlichen Zugänglichmachung. Für den Werbeauftrag und jeden Folgeauftrag gelten ausschließlich die jeweils aktuell vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend „AGB“) sowie die im Zeitpunkt des Vertragsschlusses aktuelle Preisliste des Verlags, deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Der Verlag ist berechtigt, die AGB jederzeit zu ändern. Die neuen AGB gelten als genehmigt, wenn der Auftraggeber nach Bekanntgabe der Änderung nicht innerhalb von einem Monat in Textform widerspricht. Abweichende AGB des Auftraggebers werden auch dann nicht Vertragsbestandteil, wenn wir ihnen nicht ausdrücklich widersprechen. Für den Fall, dass bei Onlineveröffentlichungen individuelle Vereinbarungen getroffen werden, werden diese in der jeweiligen Auftragsbestätigung schriftlich übermittelt. Ansonsten gelten auch für diese die vorliegenden AGB.

**2. Beilagenaufträge:** Diese AGB gelten sinngemäß auch für Beilagenaufträge. Beilagenaufträge werden grundsätzlich vom Verlag erst nach Vorlage eines Musters angenommen. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung erwecken, werden nicht angenommen.

**3. Vertragsschluss:** Aufträge für Anzeigen können persönlich, telefonisch, schriftlich, per E-Mail oder per Internet aufgeben werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsfehler. Der Vertrag kommt erst durch die Auftragsbestätigung des Verlags zustande, die vorbehaltlich anderer individueller Vereinbarung zwischen Verlag und Auftraggeber schriftlich oder per E-Mail erfolgt. Bei telefonischer Beauftragung wird eine schriftliche Auftragsbestätigung nur auf ausdrücklichen Wunsch hin erteilt.

**4. 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.

**5. Textteil-Anzeigen** sind Anzeigen, die drucktechnisch mit mind. drei der Seiten an redaktionellen Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen.

#### 6. Ablehnung von Aufträgen:

(1) Der Verlag ist berechtigt, Anzeigenaufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtabschlusses, abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder vom deutschen Werbe- bzw. Presserat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder werden könnte, deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder Beilagen durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Druckschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten.

(2) Der Verlag wird die Ablehnung nach Kenntniserlangung der betreffenden Inhalte unverzüglich erklären. Insbesondere kann der Verlag ein bereits online veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des online veröffentlichten Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert, auf die durch einen Link verwiesen wird, und hierdurch unter anderem die Voraussetzungen der Ziffer 6 Absatz 1 erfüllt werden.

**7. Anzeigenschluss und Erscheinungstermine:** Die in der Preisliste ausgewiesenen Anzeigenschlüsse und Erscheinungstermine sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, Anzeigenschlusstermine und Erscheinungstermine kurzfristig, dem Produktionsablauf entsprechend, anzupassen.

**8. Kündigung von Aufträgen:** Anzeigenaufträge können vom Auftraggeber in Textform (e-Mail-Adresse) gekündigt werden. Die Stornierung der Druck-Anzeige ist bis zum ursprünglichen Anzeigenschluss möglich. Ist die Anzeige bereits in Druck, hat der Auftraggeber die Anzeige zu bezahlen. Ansonsten kann der Verlag die Erstattung der bis zur Kündigung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen. Online- Werbemittel müssen mit einer Frist von zwei Wochen, vor der erstmaligen Veröffentlichung in Textform storniert werden. Im Falle einer verspäteten Anlieferung der notwendigen Daten für die Online-Anzeigenschaltung und den dadurch entstehenden Mehraufwand berechnet der Verlag eine Gebühr von 50 € pro Werktag.

**9. Platzierung von Anzeigen:** Anzeigen werden in bestimmten Nummern, Ausgaben oder an bestimmten Stellen der Publikation veröffentlicht, wenn dies bei der Auftragserteilung schriftlich, auch per Telefax oder E-Mail, ausdrücklich vereinbart wird. Rubrikanzeigen werden grundsätzlich nur in der jeweiligen Rubrik abgedruckt. Sofern keine eindeutige Platzierung vereinbart ist, kann der Verlag die Platzierung frei bestimmen. Sollte eine Anzeige innerhalb einer bestellten Ausgabe nicht platziert werden können, kann der Verlag die Anzeige zum gleichen Preis in einer Ausgabe mit gleichem oder größerem Verbreitungsgebiet veröffentlichen. Wird eine Anzeige durch den Auftraggeber für eine inhaltlich von der geplanten Platzierung abweichende Rubrik in Auftrag gegeben, so gilt dennoch der Preis, den die Anzeige bei korrekter Platzierung hätte.

**10. Abruf eines Auftrages:** Ist ein Erscheinungstermin vereinbart, sind Anzeigen spätestens ein Jahr nach Vertragsschluss abzurufen (Erscheinungszeitraum). Ein Abschluss über mehrere Anzeigen ist innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität berechtigt, in dem vereinbarten bzw. dem in Satz 1 und 2 genannten Erscheinungszeitraum, auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus gemäß Preisliste weitere Anzeigen abzurufen.

**11. Druckunterlagen:** Die Schlusstermine für Druckunterlagen sind dem jeweils zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses gültigen Preisblatt der Anzeigenpreisliste des Verlags zu entnehmen. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und fehlerfreier Druckunterlagen oder der Beilagen, Beihefter, Beikleber etc. ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Sind etwaige Mängel an angelieferten Drucksachen, wie Beihefter, Beikleber etc. nicht sofort, sondern erst bei der Verarbeitung erkennbar, so hat der Werbungtreibende dadurch entstehende Mehrkosten oder Verluste bei der Herstellung zu tragen. 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, andernfalls gehen sie in das Eigentum des Verlags über. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet 6 Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige. Darüber hinaus gelten die zusätzlichen Geschäftsbedingungen für die digitale Übermittlung von Anzeigendruckvorlagen gem. Ziffer 30 dieser AGB.

**12. 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, zusätzliche Kosten entstehen dadurch nicht. Angefangene Millimeter werden dabei auf volle Millimeter nach oben gerundet.

**13. Redaktionell gestaltete (Textteil)anzeigen:** 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 erkennbar sind. Das Letztentscheidungsrecht obliegt hier dem Verlag. (Textteil)anzeigen müssen sich schon durch ihre Grundschrift vom redaktionellen Teil unterscheiden.

**14. 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 Urheberrechts-, Persönlichkeitsrechts-, Markenrechts-, oder anderer Schutzrechtsverletzungen vollständig frei einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverteidigung. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Anzeigenauftrag die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird der Verlag (z. B. durch gerichtliche Entscheidung) zum Abdruck einer Gegendarstellung o. Ä. verpflichtet, hat der Auftraggeber die entstehenden Kosten nach der gültigen Anzeigenpreisliste zu tragen.

**15. Probeabzüge** werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Verlag berücksichtigt Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der von ihm gesetzten Frist mitgeteilt werden, andernfalls gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der korrigierten Probeabzüge.

# AGB

**16. Anzeigenbeleg:** Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, tritt an seine Stelle eine Bescheinigung des Verlags über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige. Belegexemplare werden nur bei kostenpflichtigen Anzeigen geliefert.

## 17. Chiffreanzeigen:

**(1) Zuschriften auf Chiffreanzeigen** werden bis maximal vier Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige zur Abholung bereitgehalten bzw. dem Auftraggeber auf normalem Postwege mit der Sorge eines ordentlichen Kaufmanns zugesandt, auch wenn es sich um Express- oder Einschreibesendungen handelt.

**(2) Nach Ablauf dieser Frist** werden die Zuschriften vernichtet. Zuschriften mit einem Gewicht von mehr als 500 Gramm oder einem größeren Format als DIN A4 sowie Waren-, Bücher-, Katalog und Werbesendungen und Päckchen/ Pakete sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nur zur Abholung aufbewahrt. Der Verlag ist insbesondere nicht verpflichtet, offensichtlich gewerbliche Offerten wie geschäftliche Anpreisungen und Vermittlungsangebote weiterzuleiten, wenn keine ausdrückliche schriftliche Weisung des Auftraggebers zur Weiterleitung erteilt wird. Der Auftraggeber kann den Verlag berechtigen, Zuschriften an Stelle und im erklärten Einverständnis des Auftraggebers zu öffnen.

## 18. Anzeigenrechnungen, Stundung und Zahlungsverzug:

**(1) Anzeigenrechnungen** sind innerhalb der auf der Rechnung angegebenen Frist zu bezahlen. Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber. Bei Zahlungsverzug werden sämtliche gestundeten Zahlungen (Rechnungen bzw. Nachberechnungen) zur sofortigen Zahlung fällig.

**(2) Bei Stundung oder Zahlungsverzug** werden Zinsen entsprechend § 288 BGB berechnet. 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 Gesamtabchlusses 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 telefonischer Auftragsannahme werden Aufträge von Anzeigenkunden ohne Abschluss mittels SEPA-Lastschriftverfahren abgewickelt, die Abbuchung erfolgt sofort nach Rechnungsdatum ohne Abzug. Die sogenannte Pre-Notification-Frist nach der SEPA-Basis-Lastschrift ist auf einen Tag verkürzt. Fehlerhafte Anzeigenrechnungen können innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung korrigiert werden. Der Auftraggeber ist zur Aufrechnung mit Gegenansprüchen nur berechtigt, wenn sie rechtskräftig festgestellt wurden, nicht bestritten oder zumindest entscheidungsreif sind.

**19. Anzeigenaufträge aus dem Ausland:** Bei Ländern mit Auslandsvertretung des Verlags erfolgt die Zahlung und Abwicklung nach diesen Geschäftsbedingungen. Bei Ländern ohne Auslandsvertretung ist Vorauszahlung erforderlich, bevorzugt über Kreditkarte (Euro/Mastercard, American Express oder Viscard). Ein ausländischer Auftraggeber muss seine Umsatzsteuer-Identifikationsnummer (USt-ID-Nr.) oder seinen Unternehmensnachweis oder seine Befreiung von der deutschen Umsatzsteuer zusammen mit dem Werbeauftrag vorlegen. Ist der Werbeauftrag nicht mehrwertsteuerpflichtig, erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung. Der Verlag ist zur Nachberechnung der Mehrwertsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Steuerpflicht der Anzeige bejaht.

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

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

**24. 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 daher insbesondere nicht möglich für selbständige heilheilige Organisationen oder Körperschaften des öffentlichen Rechts.

**25. Gewährleistung:** Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel muss der Auftraggeber spätestens 6 Monate nach Veröffentlichung der Anzeige reklamieren. Zusätzlich haben Kaufleute die Entdeckung eines etwaigen nicht offensichtlichen Mangels innerhalb von zwei Wochen anzuzeigen. Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige, trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckerunterlagen 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 Zahlungsminderung 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.

**26. Haftung, höhere Gewalt:** Der Verlag wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Verlag unverschuldeten Arbeitskämpfmaßnahmen von der Verpflichtung zur Auftragsbefreiung frei; Schadensersatzansprüche bestehen deswegen nicht. Der Verlag haftet für vorsätzlich oder grob fahrlässig verursachte Schäden, für Schäden aus schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie für Schäden aufgrund mindestens leicht fahrlässiger Verletzung einer Pflicht, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Werbeauftrags überhaupt erst ermöglicht, deren Verletzung die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet und auf deren Einhaltung der Auftraggeber regelmäßig vertraut. Die Schadensersatzpflicht ist – abgesehen von der Haftung für Vorsatz und schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit – auf den vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Schaden beschränkt. Im Übrigen sind Schadenersatzansprüche gegen den Verlag unabhängig vom Rechtsgrund ausgeschlossen. Soweit die Haftung des Verlags nach den vorstehenden Regelungen ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen. Die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt. Schadensersatzansprüche von Kaufleuten gegen den Verlag verjähren, abgesehen von Ansprüchen aus unerlaubter oder vorsätzlicher bzw. grob fahrlässiger Handlung, in 12 Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von den Ansprüchen begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen. Beachtet der Auftraggeber die Empfehlungen des Verlags zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckerunterlagen nicht, stehen ihm keine daraus resultierenden Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu. Dies gilt auch, wenn der Auftraggeber sonstige kausale Regelungen dieser AGB nicht beachtet. Der Auftraggeber haftet dafür, dass übermittelte Dateien frei von Viren sind. Dateien mit Viren kann der Verlag löschen, ohne dass der Auftraggeber hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag behält sich Ersatzansprüche vor, wenn die Viren Schäden verursachen.

## 27. Zusätzliche Bedingungen für die Veröffentlichung eines Werbemittels im Internet:

**a) Datenlieferung:** 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.

**b) Rechteübertragung:** 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.

# AGB

**c) Gewährleistung des Verlags:** Der Verlag gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine möglichst dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. 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 Darstellungssoft- und/oder Hardware oder
- Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder
- Rechnerausfall aufgrund Systemversagens oder
- 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 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. Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels, die keinen unwesentlichen Fehler darstellt, hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsreduzierung 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 Zahlungsreduzierung oder Rücktritt vom Vertrag. 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.

**28. Werbeagenturen** sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Eine etwaige vom Verlag gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kundennetto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelnachlass. Die Provision fällt nur bei Vermittlung von Aufträgen Dritter an und 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 Vorlagen obliegt und eine Gewerbeanmeldung als Werbeagentur vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbeagenturen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agentur Tätigkeit oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Anzeigenaufträge durch Werbeagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag daher im Zweifel mit der Werbeagentur zustande. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung des Werbungtreibenden vereinbart werden. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

## 29. Datenschutz:

(1) Im Folgenden informiert der Verlag über die Erhebung personenbezogener Daten im Rahmen der Geschäftsbeziehungen. Personenbezogene Daten sind alle Daten, die auf den Auftraggeber persönlich beziehbar sind, also z. B. Name, Adresse, E-Mail-Adresse und Zahlungsdaten. Verantwortliche Stelle gemäß § 3 Abs. 7 Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) ist der Verlag.

(2) Die Daten werden von dem Verlag erhoben und verarbeitet, soweit dies erforderlich ist, um die vertraglichen Leistungen zu erbringen, also gemäß des Auftrags Bestellungen oder Dienstleistungen abzuwickeln. Teilweise erfolgt dies unter Einbeziehung externer Dienstleister. Die Dienstleister wurden von dem Verlag sorgfältig ausgewählt, schriftlich beauftragt und an Weisungen gebunden. Sie werden zudem regelmäßig kontrolliert. Die Dienstleister werden diese Daten nicht an Dritte weitergeben, sondern sie nach Vertragserfüllung und dem Abschluss gesetzlicher Speicherfristen löschen, soweit der Auftraggeber nicht in eine darüber hinausgehende Speicherung eingewilligt hat.

(3) Die erhobenen Daten werden von dem Verlag genutzt, um interne Marktforschung zu betreiben, soweit der Auftraggeber dem nicht widersprochen hat. Dies betrifft sowohl die für die Auftragsabwicklung erforderlichen Angaben, als auch die Angaben, die der Auftraggeber freiwillig zur Verfügung stellt. Der Auftraggeber kann der Nutzung der Daten zum Zweck der internen Marktforschung jederzeit mit Wirkung für die Zukunft widersprechen.

(4) Die erhobenen Daten werden zudem von dem Verlag genutzt, um den Auftraggeber per Post oder elektronischer Post, wie z. B. E-Mail, über eigene gleiche oder ähnliche Produkte oder Dienstleistungen zu informieren, soweit der Auftraggeber dem nicht widersprochen hat. Der Auftraggeber kann der Nutzung der Daten zum Zweck der werblichen Ansprache jederzeit mit Wirkung für die Zukunft widersprechen. Dafür entstehen keine anderen als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen. Falls Sie für die Zukunft keine Direktwerbung mehr auf dieser Grundlage erhalten möchten, können Sie der entsprechenden Verwendung der E-Mail-Adresse bzw. Ihre Angaben für elektronische Kommunikation jederzeit widersprechen, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen. Schreiben Sie uns hierzu einfach an: Verlag Werben & Verkaufen GmbH, Hultschinerstraße 8, 81677 München/ E-Mail: support@wuv.de.

(5) Der Auftraggeber hat das Recht, von dem Verlag jederzeit Auskunft zu verlangen über die zu seiner Person gespeicherten Daten. Dies betrifft auch deren Herkunft, sowie die Empfänger oder Kategorien von Empfängern, an die diese Daten weitergegeben werden und den Zweck der Speicherung. Wenn der Auftraggeber eine Einwilligung zur Nutzung von Daten erteilt hat, kann er diese jederzeit mit Wirkung für die Zukunft widerrufen. Des Weiteren möchte der Verlag darauf hinweisen, dass dem Auftraggeber grundsätzlich ein Recht auf Berichtigung falscher Daten oder Löschung personenbezogener Daten zusteht, sofern diesem Anspruch keine gesetzliche Aufbewahrungspflicht entgegensteht.

(6) Alle gesetzlichen Rechte, die dem Auftraggeber im Zusammenhang mit der Datenverarbeitung bestehen, wie das Recht auf Auskunft, Berichtigung, Löschung, und Widerruf, können per E-Mail an support@wuv.de oder schriftlich an die Adresse Verlag Werben & Verkaufen GmbH, Hultschiner Straße 8, 81677 München ausgeübt werden. Weitergehende Informationen zur Datenerhebung und -verarbeitung befinden sich in der Datenschutzerklärung des Verlages.

**30. Zusätzliche Geschäftsbedingungen für die digitale Übermittlung von Anzeigendruckvorlagen:** Werden Druckvorlagen digital, also durch Digitalträger (z. B. Diskette, Cartridges, CD-ROM) oder durch Fernübertragung (z. B. ISDN) papierlos an den Verlag übermittelt, gelten zusätzlich die folgenden Bestimmungen:

a) 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.

b) Zusammengehörende Dateien sind vom Auftraggeber in einem gemeinsamen Verzeichnis (Ordner) zu senden bzw. zu speichern.

c) Farbanzeigen: Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist gleichzeitig ein Farb- Proof mit Fogra Medienkoll (aktuelle Version 3.0) und einem Proof- bzw. Messprotokoll vom Auftraggeber mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Kunden wegen etwaiger Farbabweichungen.

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

e) Ansprüche wegen fehlerhafter Veröffentlichung: Beachtet der Auftraggeber diese Geschäftsbedingungen oder die Empfehlungen des Verlags zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu.

f) 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 an den Auftraggeber auf dessen Risiko zurückgeschickt. Andere hochwertige Datenträger wie Cartridges, Iomega Zip 100 etc. sendet der Verlag unaufgefordert und kostenfrei, jedoch auf Risiko des Auftraggebers an diesen zurück.

**31. Streitbeilegungsverfahren:** Die Europäische Kommission hat eine Plattform zur Online-Streitbeilegung eingerichtet. Diese erreichen Sie unter: <https://ec.europa.eu/consumers/odr/> Verbraucher können die Plattform für die Beilegung ihrer Streitigkeiten nutzen. Wir sind zur Teilnahme an einem Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle weder bereit noch verpflichtet, außer es besteht eine gesetzliche Pflicht zur Teilnahme.

**32. Schlussbestimmungen:** Auf diese AGB sowie das Verhältnis zwischen dem Auftraggeber und dem Verlag findet ausschließlich deutsches Recht Anwendung. Gegenüber einem Verbraucher gilt diese Rechtswahl nur insoweit, als dadurch keine zwingenden gesetzlichen Bestimmungen des Staates, in dem er einen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt hat, eingeschränkt werden. UN-Kaufrecht ist ausgeschlossen. Nebenabreden und Vertragsänderungen bedürfen der Textform. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand München. Soweit Ansprüche des Verlags nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Erfüllungsort ist München. Sollten eine oder mehrere Bestimmungen des Werbeauftrags/dieser AGB unwirksam oder undurchführbar sein oder werden, so wird dadurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Die Parteien werden dann die jeweilige unwirksame oder undurchführbare Bestimmung durch eine solche ersetzen, welche nach Treu und Glauben dem wirtschaftlichen Zweck am nächsten kommt. Gleiches gilt für den Fall von Regelungslücken.



# VERLAGSANGABEN

# VERLAGSANGABEN

**Verlag Werben & Verkaufen GmbH**

Hultschiner Straße 8  
81677 München  
Postanschrift  
80289 München

**Rechnungsadresse**

Verlag Werben & Verkaufen GmbH  
Kreditorenbuchhaltung  
Postfach 82 05 10  
81805 München

**USt-ID-Nummer**

DE 262 330 664

**Geschäftsführer**

Christian Meitinger  
Dr. Karl Ulrich

**Bankverbindung**

Hypovereinsbank München  
IBAN: DE 67 7002 0270 0654 7679 47  
BIC: HYVEDEMMXXX

**Kontakt Verlag**

Tel.: 089/2183-7999  
Fax: 089/2183-7868  
[www.wuv.de](http://www.wuv.de)  
[www.lead-digital.de](http://www.lead-digital.de)  
[www.kontakter.de](http://www.kontakter.de)  
[verlag.wuv.de](http://verlag.wuv.de)  
<https://events.wuv.de>  
<https://stellenmarkt.wuv.de>

**Zahlungsbedingungen**

Zahlbar innerhalb 30 Tagen netto.  
SEPA-Lastschriftverfahren ist möglich.

Für die Abwicklung von Aufträgen gelten die Geschäftsbedingungen des Verlags. Diese finden Sie in diesem Dokument und unter <https://verlag.wuv.de/mediadaten>. Die in diesen Preislisten aufgeführten Angaben können unterjährig aktualisiert werden, den jeweils verbindlichen Stand der Preislisten finden Sie unter: <https://verlag.wuv.de/mediadaten>.

