

2012 MEDIADATEN



Jahrgang 2 ■ Ausgabe 02.2011 ■ www.iquadrat-magazin.de

Intelligente Instandhaltung

Pump Audit

Die Bestandsaufnahme deckt
Kosten auf und gibt Sicherheit



INTERVIEW >12

Peter Greppmair über die Studie von **Roland Berger** zu Industrieservices in Deutschland.

MANAGEMENT >22

Softwarebasierte Instandhaltung von **H&H Systems** korrigiert die Fehlerquelle Mensch.

MARKT >28

Vogelsang hat den 80 Jahre alten

Henrich Publikationen GmbH, Talhofstraße 24b, 82205 Gilching, Telefon 08105/3853-0, Telefax 08105/3853-11, info@verlag-henrich.de

1. KURZCHARAKTERISTIK:

i-Quadrat ist ein nutzwertorientiertes, interdisziplinäres Magazin für intelligente Instandhaltung und richtet sich vor allem an das geschäftsführende Management in der Industrie. Mit seinem ebenso breiten wie in die Tiefe gehenden Informationsangebot aus Anwenderreportagen, Interviews, Marktanalysen und Berichten über Produktneuheiten bietet i-Quadrat wichtige Hilfen bei Investitionsentscheidungen in Industrie und Dienstleistung. Klar gegliedert in die Rubriken Markt, Management und Technik informiert es umfassend und kritisch über die für den Anwender und Investor optimalen Instandhaltungsstrategien und Lösungen.

3. AUFLAGE UND VERBREITUNG:

Verbreitete Auflage: 90 000 Exemplare

Verbreitung im Detail:

Trägerobjekte	Zielgruppe	Verbreitete Auflage
automation	Geschäftsleitung, Technische Leiter, Produktions- und Fertigungsleiter, Entwicklungs- und Konstruktionsleiter der produzierenden Industrie	20 100
bbr	Führungskräfte der Bänder, Bleche, Rohre, Profile und Draht verarbeitenden Industrie	13 500
energiespektrum	Fach- und Führungskräfte der öffentlichen Energiewirtschaft und der energieintensiven Industrie	16 100
logistik journal	Entscheider in Industrie, Handel und Dienstleistung	14 700
maschine+werkzeug	Geschäftsleitung sowie Produktions- und Fertigungsleiter der Metall ver- und bearbeitenden Industrie	22 800
		87 200 Exemplare
Verbreitung auf Messen:		2 800 Exemplare

2. ERSCHEINUNGSWEISE UND TERMINE:

Erscheinungsweise: 2 Mal im Jahr

Termine:

	Ausgabe	
	01/2012	02/2012
Erscheinungstermin:	11.04.2012	11.09.2012
Anzeigenschluss:	14.03.2012	14.08.2012
Redaktionsschluss:	07.03.2012	07.08.2012

Henrich Publikationen GmbH, Talhofstraße 24b, 82205 Gilching, Telefon 08105/3853-0, Telefax 08105/3853-11, info@verlag-henrich.de

4. **FORMAT:** 210 mm breit x 297 mm hoch

5. **ANZEIGENPREISE UND -FORMATE:**

Anzeigenformat	Breite x Höhe in mm	Grundpreis s/w	4-farbig
1/1 Seite	184 x 255	7 295,00 €	8 990,00 €
2/3 Seite	121 x 255 / 184 x 169	5 180,00 €	6 390,00 €
1/2 Seite	184 x 126 / 90 x 255	3 935,00 €	4 855,00 €
Juniorpage	137 x 184	4 335,00 €	5 315,00 €
1/3 Seite	184 x 83 / 58 x 255	2 725,00 €	3 360,00 €
1/4 Seite	184 x 61 / 90 x 126 / 42 x 255	2 130,00 €	2 625,00 €
1/8 Seite	184 x 29 / 90 x 61 / 42 x 126	1 150,00 €	1 415,00 €

Zuschläge:

Sonstige Festplatzierungen von Anzeigen und Einheftern 10 % Aufschlag. Anschnittzuschlag/Bunddurchdruck 10 %. Alle Zuschläge und technische Kosten sind nicht rabattierbar!

6. **VORZUGSPLATZIERUNGEN UND RABATTE:**

	sw	4c
Titelseite		14 595,00 €
2. Umschlagseite	8 835,00 €	11 595,00 €
3. Umschlagseite	8 435,00 €	11 140,00 €
4. Umschlagseite	9 240,00 €	12 040,00 €

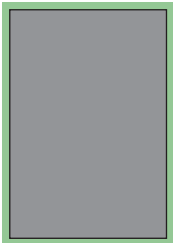
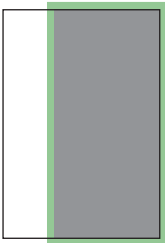
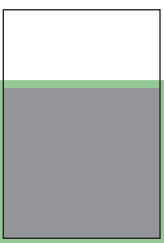
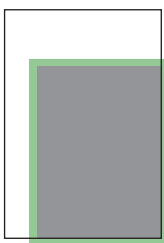
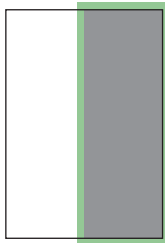
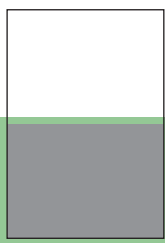
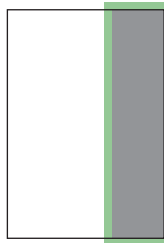
Malstaffel	2 Anzeigen	4 Anzeigen	6 Anzeigen
	5 %	10 %	15 %
Mengenstaffel	2 Seiten	4 Seiten	6 Seiten
	10 %	15 %	20 %

Sonstige Formate und Werbeformen auf Anfrage

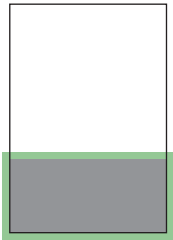
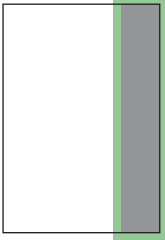
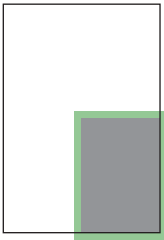
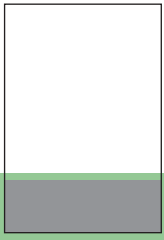
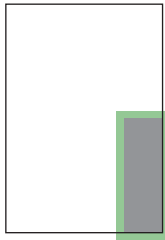
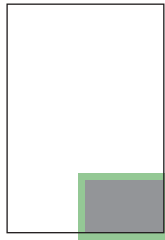

ANZEIGENDATEN:

Um Ihre Anzeigenaufträge optimal und schnell zu bearbeiten, nehmen wir Ihre Motive digital entgegen. Wir verarbeiten alle professionellen Mac- und PC-Formate. Für die Übertragung per E-Mail oder FTP füllen Sie bitte unser Datenblatt aus und faxen es uns mit einem Ausdruck der Datei zu. Die Bearbeitung von Daten erfolgt kostenlos, sofern sie unseren allgemeinen Voraussetzungen zur digitalen Datenannahme von Anzeigen entsprechen (siehe Datenblatt). Zusatzaufwand bei fehlerhaften oder unvollständigen Daten wird zu Selbstkosten berechnet. Sollte das „Technische Datenblatt“ Ihren Mediadaten nicht beiliegen, fordern Sie es bitte unter der Rufnummer 0 81 05 / 38 53-0 an. Sie finden es auch auf der Homepage www.iquadrat-magazin.de unter der Rubrik Mediadaten.

Henrich Publikationen GmbH, Talhofstraße 24b, 82205 Gilching, Telefon 08105/3853-0, Telefax 08105/3853-11, info@verlag-henrich.de

	1/4 Seite	2/3 Seite, hoch	2/3 Seite, quer	Juniorpage	1/2 Seite, hoch	1/2 Seite, quer	1/3 Seite, hoch
							
Satzspiegelformat	184 x 255 mm	121 x 255 mm	184 x 169 mm	137 x 184 mm	90 x 255 mm	184 x 126 mm	58 x 255 mm
Anschnittformat*	210 x 297 mm	140 x 297 mm	210 x 198 mm	150 x 201 mm	105 x 297 mm	210 x 146 mm	70 x 297 mm

*Alle „angeschnittenen“ Formate verstehen sich zuzüglich je 3 mm Beschnittzugabe an allen Seiten.

	1/3 Seite, quer	1/4 Seite, hoch	1/4 Seite, 2-spaltig	1/4 Seite, 4-spaltig	1/8 Seite, 1-spaltig	1/8 Seite, 2-spaltig	1/8 Seite, 4-spaltig
							
Satzspiegelformat	184 x 83 mm	42 x 255 mm	90 x 126 mm	184 x 61 mm	42 x 126 mm	90 x 61 mm	184 x 29 mm
Anschnittformat*	210 x 99 mm	52 x 297 mm	105 x 146 mm	210 x 74 mm	52 x 146 mm	105 x 74 mm	210 x 37 mm

*Alle „angeschnittenen“ Formate verstehen sich zuzüglich je 3 mm Beschnittzugabe an allen Seiten.

Alle Angaben in mm (Breite x Höhe)

Henrich Publikationen GmbH, Talhofstraße 24 b, 82205 Gilching, Telefon 08105/38 53-0, Telefax 08105/38 53-11, info@verlag-henrich.de

7. ANSPRECHPARTNER:

Anzeigen



Cornelia H. Schnek
Anzeigenleiterin

Telefon: +49 / 81 05 / 38 53-41
Telefax: +49 / 81 05 / 38 53-11
E-Mail: c.schnek@verlag-henrich.de



Florian Beisser
Mediaberater

Telefon: +49 / 81 05 / 38 53-44
Telefax: +49 / 81 05 / 38 53-11
E-Mail: f.beisser@verlag-henrich.de



Babette Lorenzen
Mediaberaterin

Telefon: +49 / 81 05 / 38 53-39
Telefax: +49 / 81 05 / 38 53-11
E-Mail: b.lorenzen@verlag-henrich.de

Redaktion



Manfred Flohr
Chefredakteur

Telefon: +49 / 81 05 / 38 53-59
Telefax: +49 / 81 05 / 38 53-11
E-Mail: m.flohr@verlag-henrich.de



Thede Berend Wilts
Redakteur

Telefon: +49 / 81 05 / 38 53-53
Telefax: +49 / 81 05 / 38 53-11
E-Mail: t.wilts@verlag-henrich.de



+ 3 Sonderhefte
+ i-Quadrat



+ i-Quadrat



+ i-Quadrat



+ i-Quadrat



+ Mobile Power
+ Themenhefte



+ energie+mobilität
+ i-Quadrat



+ 1 Sonderhefte
+ Themenhefte



Magazin Regenerative Energien

Henrich Publikationen GmbH, Talhofstraße 24b, 82205 Gilching, Telefon 08105/3853-0, Telefax 08105/3853-11, info@verlag-henrich.de

§ 1 Geltung, Ausschlussliecht

1. Für die Annahme und die Veröffentlichung aller Werbeaufträge sowie Folgeaufträge gelten ausschließlich die vorliegenden AGB sowie die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses aktuellen Preislisten des Verlages, deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Die Gültigkeit etwaiger AGB des Auftraggebers ist, soweit sie mit diesen AGB nicht übereinstimmen, ausgeschlossen.

§ 2 Angebot, Vertragsschluss

1. Aufträge für Anzeigen können persönlich, telefonisch, schriftlich, per Telefax, per E-Mail oder online aufgegeben werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsfehler.
2. Ein Vertrag kommt erst durch die schriftliche Auftragsbestätigung des Verlages zustande. Es gilt jeweils die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses gültige Preisliste. Über diese kann sich der Auftraggeber direkt beim Verlag oder im Internet unter www.verlag-henrich.de erkundigen.
3. Der Verlag ist berechtigt, Anzeigenaufträge, auch einzelne Abträge im Rahmen eines Gesamtbestellschlusses, nach pflichtgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze, gute Sitten oder behördliche Bestimmungen verstößt oder vom deutschen Werberecht in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde. Oder 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 Bestandsfelds der Zeitung erwecken, oder Fremdanzeigen enthalten. Der Verlag hat die Ablehnung unverzüglich nach Kenntniserlangung der betreffenden Inhalte zu erklären.

§ 3 Preise, Zahlungsbedingungen, Preisreduzierung

1. Die zwischen Verlag und dem Auftraggeber geltende Vergütung ergibt sich aus der Auftragsbestätigung. Fehlt eine schriftliche Auftragsbestätigung oder ist der Auftragsbestätigung keine Vergütung zu entnehmen, so gilt die bei Auftragserteilung gültige Preisliste.
2. Der Preis für die Veröffentlichung einer Anzeige richtet sich nach der zurzeit gültigen Preisliste. Bei Änderung der Anzeigenpreisliste gelten die neuen Bedingungen auch für laufende Verträge.
3. Eine Änderung der Preise ist jederzeit möglich. Für vom Verlag bereits bestellte Aufträge sind Preisänderungen jedoch nur wirksam, wenn sie mindestens mit einem Monat Vorlauf angekündigt werden. In diesem Fall steht dem Auftraggeber ein Kündigungsrecht zu, das innerhalb von 14 Werktagen seit Bekanntgabe der Preisänderung schriftlich auszuüben ist. Eine Abnahmebestellung, die Ziffer 7 enthält in diesem Fall nicht. Weitergehende Ansprüche des Auftraggebers sind ausgeschlossen. Erfolgt keine Kündigung, gilt die Preiserhöhung auch für bestehende Aufträge als genehmigt.
4. Die in der Preisliste bezeichneten Nachlässe werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahres erscheinenden Anzeigen gewährt (Anzeigenjahr). Wiederholungsarbeiten gelten nur innerhalb eines Anzeigenjahres. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige, wenn nicht anders vereinbart.
5. Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden nur für die innerhalb eines Jahres erscheinenden Anzeigen gewährt. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige und endet mit dem Ende der ersten Anzeigenfrist. Erfolgt in diesem Jahr keine Anzeigenbestellung, so ist der Auftraggeber verpflichtet, dem Verlag den Differenzbetrag zwischen dem vertraglich unter Beachtung des festgelegten Gesamtvolumens gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Rabatt zu erstatten (Rabattnachbelastung).
6. Bei Erweiterung des Auftrages entsteht ein Anspruch auf rückwirkenden Rabatt, sofern der Grundauftrag rabattfähig war. Der Anspruch erlischt, wenn er nicht spätestens einen Monat nach Ablauf des Anzeigenjahres geltend gemacht wird. Erreicht ein Auftrag nicht das vorhergesehene Auftragsvolumen, so wird der zu viel gewährte Preisnachlass nachträglich in Rechnung gestellt.
7. Der Rechnungsbetrag ist netto (ohne Abzug) innerhalb von 30 Tagen ab Rechnungsdatum zur Zahlung fällig. Bei Zahlung innerhalb von 8 Tagen gewährt der Verlag dem Auftraggeber ein Skonto in Höhe von 2%. Bei Vorausskonto oder der Einräumung einer Einzugsvollmacht gewährt der Verlag ein Skonto in Höhe von 3% des Rechnungsbetrags.
8. Zahlungen müssen kosten- und spendenfrei auf die in der Rechnung angegebenen Bankkonten des Verlages geleistet werden. Bei Zahlungsverzug werden Zinsen entsprechend § 288 BGB berechnet. Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und Vorzahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Abschlusses, das Erscheinen weiterer Anzeigen abweichend von einem ursprünglich vereinbarten Zahlungsziel, von der Vorauszahlung des Anzeigenentgelts und vom Ausglick offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Fehlerhafte Anzeigenentgelte können innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung korrigiert werden.
9. Sämtliche Preise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer in gesetzlicher Höhe am Tag der Rechnungsstellung. Bei Anzeigenaufträgen aus dem Ausland, die nicht mehrwertsteuerpflichtig sind, erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung. Der Verlag ist zur Nachberechnung der Mehrwertsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Steuerpflicht der Anzeige bejaht.
10. Aus einer Auftragsminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisreduzierung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdruckschritt des mit der ersten Anzeige beginnenden Inszenierungsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage des jeweiligen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auftragsminderung ist nur dann ein zur Preisreduzierung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20% oder mehr beträgt. Die prozentuale Höhe der Preisreduzierung ist proportional zur Auflagenminderung bemessen.

§ 4 Platzierung der Werbung, Kennzeichnung

1. Die Anzeige wird im nächst erreichbaren Heft geschaltet, falls nichts anderes vereinbart ist.
2. Sind im Voraus mehrere Anzeigen aufgegeben, sind diese im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss durchzuführen. Die Veröffentlichung der Anzeigen erfolgt im Zweifel gleichmäßig auf die Abnahmeweile verteilt.
3. Der Verlag behält sich ausdrücklich redaktionell bedingte Änderungen an der inneren Einteilung, der Ausstattung, dem Titel oder dem Umfang der jeweiligen Zeitschrift sowie dadurch erforderliche Verschiebungen von Erscheinungsdaten vor.
4. Der Verlag wird die Platzierung der Anzeige unter größtmöglicher Berücksichtigung der Wünsche des Auftraggebers vornehmen. Soweit nichts anderes vereinbart ist, hat der Auftraggeber keinen Anspruch auf eine bestimmte Platzierung oder den Ausschluss von Werbung für Waren oder Dienstleistungen eines Konkurrenten des Auftraggebers.

§ 5 Vertragsabwicklung

1. Anzeigenaufträge sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln, beginnend mit dem Erscheinen der ersten Anzeige.
2. Für die rechtzeitige Lieferung fehlerfreier Druckvorlagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungedruckte oder beschädigte Druckvorlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet für die belegte Ausgabe übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Druckunterlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückgesandt, anderfalls gehen sie in das Eigentum des Verlages über. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet sechs Monate nach Ablauf des Auftrages.
3. Kosten für die Anfertigung bestellter Vorlagen, Videos oder Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber.
4. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit des zurückgesandten Abzugs. Wird der Abzug nicht fristgemäß an den Verlag zurückgeschickt, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.

5. Die Aufmachung und Kennzeichnung redaktionell gestalteter Anzeigen ist rechtzeitig vor Erscheinen mit dem Verlag abzustimmen. Textanleihen müssen sich schon durch ihre Druckschrift vom redaktionellen Text unterscheiden. Der Verlag ist berechtigt, Anzeigen, die nicht als solche zu erkennen sind, deutlich als Werbung zu kennzeichnen.
6. Zuschriften auf Chiffrenanzeigen werden bis vier Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige aufbewahrt und dem Auftraggeber auf normalem Postwege zugesandt (auch wenn es sich um Express- oder Einschreibebriefe handelt). Eine Gewähr für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Offerten übernimmt der Verlag jedoch nicht.
7. Die in der Preisliste ausgedruckten Anzeigenschlüssel und Erscheinungstermine sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, diese kurzfristig dem Produktionsablauf entsprechend anzupassen.
8. Anzeigenaufträge können nur rechtzeitig, spätestens zum Anzeigenschlusstermin, und schriftlich, per Telefax oder E-Mail gekündigt werden. Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, hat der Auftraggeber die Anzeige zu bezahlen. Ansonsten kann der Verlag die Erstattung der bis zur Kündigung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen.
9. Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige verantwortlich. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung der Anzeige frei, einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverteidigung. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Anzeigenauftrag die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird der Verlag durch gerichtliche Verfügung z. B. zum Abdruck einer Gegenandstellung aufgrund der geschalteten Anzeige verpflichtet, hat der Auftraggeber die Kosten nach der gültigen Anzeigenpreisliste zu tragen.
10. Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abschreibungen gegenüber den Werbungsunternehmen an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kundennetto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelnachlass. Die Vermittlungsprovision fällt nur bei Vermittlung von Aufträgen Dritter an. Sie wird nur an vom Verlag anerkannte Werbeagenturen gegenüber unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von der Werbeagentur erteilt wird, ihr die Beschaffung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt und eine Gewerbeabmeldung als Werbeagentur vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbeagenturen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agenturtätigkeit oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Anzeigenaufträge durch Werbeagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag aber im Zweifelsfall mit der Werbeagentur zustande. Soll ein Werbeagenturbeauftragter werden, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung des Werbungsunternehmens vereinbart werden. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

§ 6 Mängelgewährleistung

1. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmte Nummern oder Ausgaben oder an bestimmten Plätzen wird keine Gewähr geleistet.
2. Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch einwandfreie Drucklegung der Anzeigen entsprechend Ausdruck auf Auftragspapier. Voraussetzung ist die Zusendung geeigneter Druckvorlagen (vgl. technische Angaben in Preisliste).
3. Farbanzeigen: Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist gleichzeitig ein Farb-Proof vom Kunden mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Kunden wegen etwaiger Farbanweichungen.
4. 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 ein Jahr nach Veröffentlichung der entsprechenden Druckschrift reklamieren. Bei fehlerhaftem Druck einer Anzeige, trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckvorlagen und rechtzeitiger Reklamation, kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige verlangen. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Auftraggeber 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 Zahlungsverminderungen in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten verjähren 12 Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige. Beachtet der Auftraggeber die Anweisungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen nicht, stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu. Dies gilt auch, wenn er sonstige Regelungen dieser AGB der Preisliste nicht beachtet.
5. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden diese erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Abdruck keine Ansprüche.
6. Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Dateien mit Computerviren kann der Verlag löschen, ohne dass die Kunde hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag behält sich zudem Ersatzansprüche vor, wenn die Computerviren beim Verlag weiteren Schaden verursachen.
7. Für vom Auftraggeber bereitgestelltes Material (Einheiten, Beilagen etc.) übernimmt der Verlag keine Gewähr für die Richtigkeit der als geliefert bezeichneten Mengen oder Qualitäten.

§ 7 Haftung

1. 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, die für die Erreichung des Vertragszwecks von wesentlicher Bedeutung ist (Kardinalspflicht). Die Schadensersatzpflicht ist – abgesehen von der Haftung für Vorsatz und schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit – auf den vorhersehbareren, typischerweise eintretenden Schaden begrenzt. Im Übrigen sind Schadensersatzansprüche gegen den Verlag unabhängig vom Rechtsgrund ausgeschlossen. Soweit die Haftung des Verlages nach den vorstehenden Regelungen ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen. Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt. Schadensersatzansprüche gegen den Verlag verjähren, abgesehen von Ansprüchen aus unerlaubter oder vorsätzlicher Handlung, in 12 Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von den Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt oder hätte erlangen müssen.
2. Durch höhere Gewalt, Streik, Aussparungen oder Betriebsstörungen begründete zeitweilige Unterbrechung der Anzeigenveröffentlichung entbindet nicht vom Verlag. In solchen Fällen verjähren sich entsprechende Ansprüche entsprechend, es sei denn der Auftraggeber kann nachweisen, dass eine spätere Veröffentlichung den Zweck der Anzeige nicht mehr erfüllen kann. Die Forderung von Schadensersatz ist ausgeschlossen.

§ 8 Speicherung von Kundendaten

Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die Kundendaten mithilfe der elektronischen Datenverarbeitung nach den gesetzlichen Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes.

§ 9 Erfüllungsort, Gerichtsstand

1. Erfüllungsort und Gerichtsstand sind die Bestimmungen dieser AGB unwirksam sein oder werden, so wird dadurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Eine unwirksame Bestimmung wird vielmehr im Wege der ergänzenden Vertragsauslegung durch eine solche Regelung ersetzt, die dem von den Vertragspartnern mit der unwirksamen Bestimmung verfolgten wirtschaftlichen Zweck möglichst nahe kommt. Entsprechendes gilt für die Ausfüllung etwaiger Regelungslücken.
2. Änderungen der Bestimmungen dieser AGB und die Abbedingung des Schrift-/Textformerfordernisses bedürfen der Schrift-/Textform.
3. Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts und unter Ausschluss von Kollisionsrecht. Erfüllungsort ist Gilching. Gerichtsstand für Klagen gegen Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich rechtliche Sondervermögen ist München.