



# MEDIADATEN RUBRIKEN

KARRIERE  
IMMOBILIEN

# 2017

Ergänzende Mediadaten  
zu Gesamtmediadaten AHGZ



## KURZCHARAKTERISTIK

Die Allgemeine Hotel- und Gastronomie-Zeitung ist die einzige Wochenzeitung für Hotellerie und Gastronomie in Deutschland mit dem **größten Stellen- und Immobilienmarkt der Branche** und einer Zusatzverbreitung an alle wichtigen Weiterbildungsinstitute und Fachschulen.

**ERSCHEINUNGSWEISE** wöchentlich (samstags)  
Anzeigenschluss: mittwochs in der Erscheinungswoche, 9 Uhr

**JAHRGANG/JAHR** 117. Jahrgang 2017

**MITGLIEDSCHAFTEN** IVW – Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V.

**VERLAG** Matthaes Verlag GmbH  
Ein Unternehmen der dfv Mediengruppe  
Postfach 10 31 44, 70027 Stuttgart  
Silberburgstraße 122, 70176 Stuttgart  
Telefon +49 711 2133-311  
Telefax +49 711 2133-290  
E-Mail: [anzeigen@matthaes.de](mailto:anzeigen@matthaes.de)  
Internet: [www.jobsterne.de](http://www.jobsterne.de)  
[www.ahgzimmo.de](http://www.ahgzimmo.de)

**CHEFREDAKTION** Rolf Westermann

**ANZEIGEN** Geschäftsführung: Joachim Eckert  
Leitung Rubrikanzeigen: Birgit Finke

**LESERSERVICE AHGZ** Heike Spiegel  
Telefon +49 711 2133-250

**BEZUGSPREIS** € 80,50 inkl. gesetzlicher MwSt. im Vierteljahr

**AUFLAGE** Druckauflage 15.654  
Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt (lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17) 15.308

**ZEITUNGSFORMAT** 315 mm breit x 470 mm hoch

**SATZSPIEGEL** 282 mm breit x 426 mm hoch

**ZAHLUNGS-BEDINGUNGEN** 2 % Skonto bei Zahlung/Abbuchung innerhalb 10 Tagen ab Rechnungsdatum

Netto innerhalb von 30 Tagen ab Rechnungsdatum

Agenturvergütung: 15 %  
USt-Ident.-Nr. DE 813954290

**KORREKTURABZUG** Aufwandsentschädigung bei Erstellung von Korrekturabzügen € 60,00 + MwSt. Bei Erscheinen der Anzeige wird der Betrag verrechnet.  
Die Rechte an den Korrekturabzügen liegen beim Matthaes Verlag GmbH

**BANK-VERBINDUNGEN** Frankfurter Sparkasse, Frankfurt a. Main  
BLZ 500 502 01  
Kto-Nr. 200 139 959  
BIC HELADEF1822  
IBAN DE48 5005 0201 0200 1399 59

**Preisliste Nr. 65 – Preise gültig ab 2017**

## Ihre Anzeige im Stellenmarkt der AHGZ

Der AHGZ-Stellenmarkt erscheint jeden Samstag in der AHGZ – der einzigen Wochenzeitung für Fach- und Führungskräfte in der Hotellerie und Gastronomie!

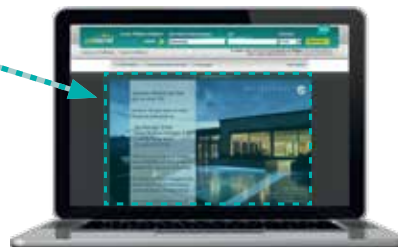
Durch unser Print/Online Kombi-Angebot erreichen Sie Bewerber auch online über Jobsterne.de.

AHGZ – Print

Jobsterne



Individuell gestaltete Farbanzeige  
in der AHGZ



6 Wochen Online-Anzeige  
auf Jobsterne.de



Plus alle Leistungen einer Anzeige  
auf Jobsterne.de (siehe Seite 5)



Posting Ihrer Anzeige als „Job der Woche“ auf Jobsterne.de + Jobsterne-Facebook-Seite	90 €	90 €	90 €	90 €	✓	✓	✓	✓	✓
Bewerbergarantie*	X	X	X	X	X	X	X	X	✓
Persönliche Beratung durch Ihren Kundenbetreuer	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	410 €	550 €	770 €	1.150 €	1.350 €	2.050 €	2.500 €	4.000 €	7.350 €

■ **Anzeigenschluss für Printanzeigen:  
mittwochs in der Erscheinungswoche, 9 Uhr**

■ **Buchen Sie Ihre Anzeige auch für Folgeausgaben:**

**RABATTSTAFFEL:**

2-mal: 10 % auf die zweite gleich bleibende Anzeige

3-mal: 15 % auf die zweite und dritte gleich bleibende Anzeige

- Angabe der Formate in Breite x Höhe in mm
- Angeschnittene Anzeigen sind nicht möglich
- Pauschale Chiffregebühr (inkl. Porto):  
15 € im In- und Ausland

\*Sollten Sie weniger als 5 Bewerbungen erhalten, veröffentlichen wir Ihre Anzeige kostenlos erneut.

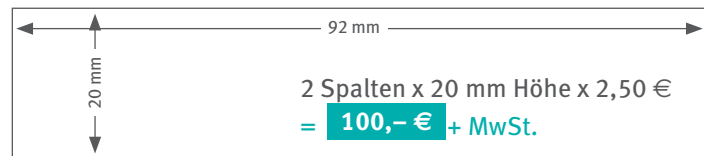
■ **Stellengesuche**

Für Stellengesuche berechnet sich der Anzeigenpreis auf Basis des unten angegebenen Millimeter-Preises

Der mm-Preis beträgt 2,50 €. Mindestbreite 2-spaltig = 92 mm.

**Preisbeispiel:**

2 Spalten x 20 mm Höhe x 2,50 € = 100 € zzgl. MwSt.



Alle Preise zzgl. MwSt.

**TECHNISCHE HINWEISE FÜR PRINT-WERBEMITTEL:**

- **PDF:** Wir bevorzugen ein druckfähiges PDF/X3 (Version 1.3), mit dem Profil PSO LWC Standard
- **SOFTWARE:** InDesign, Illustrator, Photoshop, Adobe Acrobat
- **Achtung:** Andere Programme wie z. B. Corel Draw, PowerPoint und die bekannten Office-Programme (Word, Excel, Publisher) können nicht standardmäßig verarbeitet werden. Eine Bearbeitung wird nach Zeitaufwand berechnet
- **DATEIAUSGABE:** Um eine hohe Wiedergabequalität Ihrer Anzeigen zu gewährleisten, dürfen Daten nicht komprimiert werden. Alle im Datensatz verwendeten Schriftfonts (Print und Screen) müssen in der Datei eingebettet oder in Zeichenwege umgewandelt sein. Die Anzeige muss als EPS oder printoptimiertes PDF gespeichert sein und alle für die Dateiausgabe notwendigen Bestandteile enthalten
- Bilder müssen eine Auflösung von mindestens 300 dpi haben
- Logos müssen als Vektorgrafik oder Strich-Scan mit mindestens 800 dpi Auflösung angelegt sein. Der Farbraum ist CMYK, der Abbildungsmaßstab 1:1
- **E-MAIL:** anzeigen@matthaes.de
- **DATENTRÄGER:** CD/DVD mit den üblichen Standards (ISO 9660 oder Mac OS)
- **DOKUMENTENAUFBAU:** Die Anzeige bitte im gebuchten Format aufbauen
- **RÜCKFRAGEN:** Bei technischen Rückfragen zur Datenübernahme erreichen Sie uns unter der Tel. 0711 | 2133-295

**TECHNISCHE HINWEISE FÜR ONLINE-WERBEMITTEL:**

- **DATEIFORMATE:** Zulässig sind ausschließlich Werbemittel im GIF-, JPG- und SWF-Format (Macromedia Flash). Im Newsletter ist kein SWF-Format (Macromedia Flash) möglich
- **DATEIGRÖSSE:** Die empfohlene Größe für Werbemittel innerhalb des Newsletters AHGZ am Morgen beträgt max. 60 KB, für Werbemittel auf AHGZ.de max. 80 KB
- **ZIEL-LINK:** Ein Ziel-Link (auf eine Webseite bzw. auf einen Redirect) ist für jedes Werbemittel anzugeben
- **DATENLIEFERUNG:** Daten für Bild- und Textanzeigen sind bis spätestens fünf Tage vor Kampagnenbeginn per E-Mail an uns zu senden
- **TEXTANZEIGEN:** max. 250 Zeichen. Der Inhalt der Textanzeige muss bis spätestens fünf Tage vor Erscheinen an uns gesendet werden. Bitte teilen Sie uns die Link-Adresse, den Zeitraum für die Schaltung, die vorab vereinbarten Platzierungen sowie Ihren Ansprechpartner mit. Die Anzeige enthält keine Bildelemente
- **REDIRECT:** Third-Party-Adserving ist möglich
- **HINWEIS:** Bei bestimmten Mail-Clients wird nur der erste Frame der animierten GIF-Datei angezeigt (z. B. Microsoft Outlook ab Version 2007)

## 1. Anzeigenauftrag

1.1. „Anzeigenauftrag“ ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (im folgenden Anzeige) von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten als Auftraggeber (im folgenden AG) in einer Zeitschrift, einem ePaper oder einem eMagazin zum Zweck der Verbreitung.

1.2. „ePaper“ ist eine ausschließlich in elektronischer Form, ohne Trägermedium verbreitete Ausgabe einer Zeitung oder Zeitschrift, deren redaktioneller und werblicher Inhalt (ungeachtet etwaiger Zusatzfunktionen, die sich unmittelbar aus den technischen Nutzungsmöglichkeiten ergeben, z.B. Verlinkungen) weitgehend identisch ist mit der gleichnamigen Printausgabe und die im Hinblick auf die darin enthaltenen Anzeigen gemeinsam mit der Printausgabe vermarktet wird.

1.3. „eMagazine“ ist eine ausschließlich in elektronischer Form ohne Trägermedium verbreitete Publikation, deren redaktioneller und werblicher Inhalt der Regel eigenständig ist (auch vom Inhalt einer etwaigen gleichnamigen Printausgabe einer Zeitschrift abweichend) und die im Hinblick auf die darin enthaltenen Anzeigen eigenständig (unabhängig von einer etwaigen gleichnamigen Printausgabe) vermarktet wird.

## 2. Anzeigen und sonstige Werbemittel

2.1. Eine Anzeige kann aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen: - aus einem Bild oder Text, - aus Tonfolgen und Bewegtbildern, - aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom AG genannten Online- und Mobile-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des AGs oder eines Dritten liegen.

2.2. Anzeigen, die auf Grund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden durch den Verlag kenntlich gemacht.

2.3. Für die Veröffentlichung von Anzeigen kommen grundsätzlich die Formate in Frage, die in der jeweils gültigen Preisliste ausgewiesen sind. Sonderwerbeformen sind nach Rücksprache und Prüfung durch den Verlag möglich.

## 3. Abschluss

3.1. 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, wenn Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beantragen, 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 Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird.

3.2. 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.

3.3. 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 Geschäftsberichts, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss spätestens bis zum Abschluss des Inseritionsjahres 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.

## 4. Anzeigen-Millimeter

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

## 5. Ablehnungsbefugnis

5.1. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen, wenn - deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder - deren Inhalt vom Deutschen Werberrat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder - deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist - Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthält.

5.2. Aufträge für sonstige Werbemittel in Zeitschriften sind für den Verlag erst nach Vorlage des Musters und dessen Billigung bindend.

5.3. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmearklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

5.4. Der Verlag ist berechtigt, die Schaltung der Anzeige in elektronischen Ausgaben vorübergehend zu unterbrechen, falls ein hinreichender Verdacht auf rechtswidrige Inhalte der Website vorliegt, auf die der Hyperlink in der Anzeige verweist. Dies gilt insbesondere in den Fällen der Ermittlungen staatlicher Behörden oder einer Abmahnung eines vermeintlich Verletzten, es sei denn, diese ist offensichtlich unbegründet. Der AG wird über die Sperrung unterrichtet und hat die vermeintlich rechtswidrigen Inhalte unverzüglich zu entfernen oder deren Rechtmäßigkeit darzulegen und ggf. zu beweisen. Der Verlag kann dem AG anbieten, die Anzeige durch eine andere Anzeige und/oder durch einen Hyperlink auf eine andere Website zu ersetzen. Die insoweit entstehenden Mehrkosten können dem AG nach Nachweis durch den Verlag in Rechnung gestellt werden; die Entscheidung darüber obliegt dem Verlag. Die Sperrung ist aufzuheben, sobald der Verdacht entkräftet ist.

5.5. Der Verlag ist insbesondere berechtigt, eine bereits veröffentlichte Anzeige aus der elektronischen Ausgabe zurückzuziehen, wenn der AG nachträglich unabsprechene Änderungen der Inhalte der Anzeige vornimmt oder die URL der Verlinkung ändert oder der Inhalt der Website, auf die verlinkt ist, wesentlich verändert ist. In diesem Fall steht dem AG keine kostenfreie Ersetzungsbefugnis zu, wobei der Verlag seinen vereinbarten Vergütungsanspruch behält.

## 6. Druckunterlagen für Zeitschriften

6.1. Aufträge für Anzeigen mit besonderen Platzierungswünschen müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem AG 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.

6.2. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder sonstige Werbemittel in Zeitschriften ist allein der AG verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der AG verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern.

6.3. Kosten des Verlages für vom AG gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für den belegten Zeitschriftenheft nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder sonstigen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur in der Fall, dass der AG die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.

6.4. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der AG Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde.

6.5. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige zu verweigern, wenn - diese einen Aufwand erfordert, der dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder - diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre. Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden.

## 7. Bereitstellung Anzeigen für elektronische Ausgaben

7.1. Der AG ist verpflichtet zur vollständigen Anlieferung einwandfreier und geeigneter Anzeigen für elektronische Ausgaben (Banner, Ziel-URL, Alt-Text und ggf. Motivpläne) in der endgültigen digitalen Form bis spätestens fünf Werktage vor dem vereinbarten ersten Veröffentlichungstermin an den Verlag per E-Mail. Für Sonderwerbeformen gilt eine Frist von zehn Werktagen.

7.2. Sind die Dateien auf dem Server des AG oder eines Dritten abgewickelt, teilt der AG unter Berücksichtigung der zuvor genannten Bedingungen die URL der zu schaltenden Anzeige mit.

7.3. Etwaige Abweichungen sind mit dem Verlag unverzüglich in Textform abzustimmen. Das Vorstehende gilt sinngemäß auch für die vom AG genannten Adressen, auf die die Anzeige verweisen soll.

7.4. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Anzeigen fordert der Verlag Ersatz an. Bei nicht ordnungsgemäßer, insbesondere verspäteter Anlieferung oder nachträglicher Änderung wird keine Gewähr für die vereinbarte Verbreitung der Anzeige übernommen.

7.5. Will der AG nach Ablauf der vorstehenden Fristen Anzeigen austauschen oder verändern oder von einem evtl. bestehenden Motivplan abweichen, wird der Verlag prüfen, ob diese Änderungen bzgl. des ursprünglich vereinbarten Veröffentlichungstermins noch vorgenommen werden können. Ist dies nicht der Fall, verbleibt es bei der ursprünglichen Vereinbarung.

## 8. Gewährleistung und Haftung

8.1. Der Verlag gewährleistet im Rahmen der vorerheblichen Anforderungen eine, dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe der Anzeige. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler. Dem AG ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jederzeit eine gänzlich fehlerfreie Wiedergabe einer Anzeige zu ermöglichen. Ein Fehler in der Darstellung der Anzeige liegt insbesondere dann nicht vor, wenn er hervorgerufen wird: - durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungs- oder -hardware (z.B. Browser) des Users oder des Internetdienleisters oder - wenn die Beeinträchtigung bei der Wiedergabe der Anzeige dessen Zweck nicht wesentlich beeinträchtigt oder - durch Störung der Kommunikationsnetze (z.B. aber nicht ausschließlich Leitungs- oder Stromausfall) beim Verlag oder anderer Betreiber oder - durch Rechnerausfall auf Grund Systemversagens oder Leitungsaustritt oder - durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte zwischengespeicherte Angebote auf sog. Proxy-Servern (Zwischenspeichern) oder im lokalen Cache oder - durch einen Ausfall des vom Verlag genutzten Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.

8.2. Von der Gewährleistung ausgenommen sind Störungen, die aus Mängeln oder Unterbrechung des Rechners des AGs sowie der Kommunikationswege vom AG zu den Servern des Verlages entstehen.

8.3. Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 Prozent der gebuchten Zeit) einer zeitgebundenen Festschaltung, wird der Verlag versuchen, den Ausfall an Medialeisure nachzuliefern. Im Falle des Scheiterns einer Nachlieferung, entfällt die Zahlungspflicht des AG für die in dem Zeitraum nicht realisierten bzw. durchschnittlich nicht angefallenen Medialeistungen. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

8.4. Außerhalb seines Herrschaftsbereiches trägt der Verlag nicht die Gefahr des Datenverlustes auf dem Übertragungswege und übernimmt auch keine Gewährleistung und/oder Haftung für die Datensicherheit. Gefahrübergang ist mit Eingang der Anzeige auf einem der Server des Verlages.

8.5. Der Verlag wird mehr als unerhebliche Störungen und Fehler seiner Server schnellst möglich beseitigen und ist bemüht, unerhebliche Beeinträchtigungen in angemessener Frist zu beseitigen.

8.6. Der Verlag ist nicht verpflichtet, die zur Verfügung gestellten Anzeigen bzw. sonstigen Werbemittel auf deren Richtigkeit, Aktualität, Vollständigkeit, Seriosität, Qualität und/oder Freiheit von Fehlern zu überprüfen und übernimmt dafür weder ausdrücklich noch konkludent die Gewähr oder die Haftung.

8.7. Der Verlag leistet nur Schadensersatz - bei Vorsatz, grober Fahrlässigkeit und Fehlen einer zugesicherten Eigenschaft; - in allen anderen Fällen aus Verletzung einer Kardinalspflicht, aus Verzug oder aus Unmöglichkeit für Schäden, mit deren Eintritt bei Vertragsschluss vernünftigerweise zu rechnen war, jedoch nicht für irgendwelche besonderen, zufällig entstandenen oder indirekten Schäden oder Folgeschäden. Gegenüber Kaufleuten ist in jedem Fall die Haftung für grobe und leichte Fahrlässigkeit, bei Erfüllungsgehilfen, die nicht gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte sind, auch für Vorsatz, auf den üblicherweise und typischerweise in derartigen Fällen vorauseharen und vom AG nicht beherrschbaren Schaden begrenzt. Soweit eine Kardinalspflicht im vorgenannten Sinne fahrlässig verletzt wurde, haftet der Verlag höchstens bis zur Höhe der Vergütung, die er für die Schaltung des jeweiligen Werbemittels erhält oder erhalten hätte.

8.8. Die Haftung für Schäden wegen der Verletzung von Körper, Leben und Gesundheit und nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt hiervon unberührt.

8.9. Auf Mängel können Schadensersatzansprüche des AGs nur gestützt werden, soweit sie vom Verlag gem. §§ 276, 278 BGB zu vertreten sind.  
 8.10. Der Verlag übernimmt, abgesehen von Vorsatz und grober Fahrlässigkeit, keine Haftung für die Zugangsqualität und -möglichkeit und die Qualität der Darstellung, für Speicherausfall, Unterbrechung, evtl. Verspätung, Löschung und Fehlerübertragung bei der Kommunikation. 8.11. Ziff. 8.10. gilt nicht für Staaten bzw. Gerichtsbarkeiten, die den Ausschluss oder die Begrenzung der Haftung für Folge- oder zufällig entstandene Schäden nicht gestatten.

8.12. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

8.13. 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.

#### 9. Zahlungsfrist

Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

#### 10. Zahlungsverzug

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 Anzeigenschlussstermin und von dem Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

#### 11. Anzeigenbeleg bei Anzeigen in Zeitschriften

Der Verlag liefert Anzeigen in Zeitschriften auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenabschnitte, 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.

#### 12a. Auflagenminderung

Aus einer Auflagenminderung kann - vorbehaltlich der Regelung der Ziffer 12b - nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisermäßigung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Auflage beginnenden Insertionsjahres die Garantieauflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisermäßigung 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 Ziffer 8.13 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 abschließen Preiserminderungsansprüche 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.

12b. Sondervorschrift bei Auflagenminderungen für Titel, die heftbezogene Auflagenenden veröffentlichen Abweichend von Ziffer 12a berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagenenden veröffentlichen, nur dann zu einer Preisermäßigung, 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. Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziffer 8.13 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 Preisermäßigung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengensteil und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisermäßigung ist der Auftrag vor 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. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennetzes 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.

#### 13. Ziffernanzeige

13.1. 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.

13.2. 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 A 4 (Gewicht ... 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.

#### 14. Gerichtsstand und anwendbares Recht

14.1. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.

14.2. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Anspruchs des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz.

14.3. 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.

#### 15. Werbungsmitteiler und Werbeagenturen

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

#### 16. Preisänderungen

Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge 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.

#### 17. Rechteeinräumung und -gewährleistung

17.1. Der AG gewährleistet, dass er alle zur Veröffentlichung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Veröffentlichung zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelieferten sonstigen Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrages 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.

17.2. Die rechtliche Verantwortung, insbesondere die wettbewerbsrechtliche Verantwortung für den Inhalt sämtlicher bereitgestellte Anzeigen, trägt ausschließlich der AG. Er ist verpflichtet, sorgfältig zu überprüfen, dass die Inhalte nicht gegen gesetzliche Bestimmungen verstoßen und gewährleistet, dass durch den Inhalt der jeweiligen Anzeigen keine Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Er gewährleistet, im Rahmen der Vertragsbeziehung keine rechts- oder sittenwidrigen Inhalte zu verbreiten oder auf diese Bezug zu nehmen.

17.3. Der AG überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print-Online-Medien aller Art erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlichen Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar im Rahmen der Vertragserfüllung auf Dritte übertragbar und zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen ertitelt unbegrenzt übertragen. Vorgenannte Rechte berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

#### 18. Datenschutz

18.1. Der AG wird hiermit gemäß Telemediengesetz (TMG), Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) sowie sonstiger datenschutzrechtlicher Bestimmungen davon unterrichtet, dass die im Rahmen der Inanspruchnahme der Leistungen vom Verlag, insbesondere die der Auftragserteilung und -bearbeitung angebotenen personenbezogenen Daten ausschließlich zu dem Zwecke maschinenlesbar gespeichert, verarbeitet und genutzt werden, zu dem der AG dieses angegeben hat, sofern keine Einwilligung in eine andere Nutzungsart erteilt wurde sowie zum Zwecke der Abrechnung und Vergütung.

18.2. Der Verlag ist berechtigt, die personenbezogenen Daten des AGs bzw. des Interessenten im Rahmen der Auftragserteilung und -bearbeitung sowie der Verfügbarkeitsanfrage zu erheben, zu verarbeiten, zu speichern und zu nutzen, soweit dies erforderlich ist, um dem AG die Schaltung und die Inanspruchnahme der Leistungen des Verlages zu ermöglichen und um eine Abrechnung vornehmen zu können. Ferner ist der Verlag berechtigt, auf diese zur Erhaltung seiner Betriebsfähigkeit zuzugreifen. Der Verlag gewährleistet die vertrauliche Behandlung dieser Daten.

18.3. Der AG kann jederzeit - nach schriftlicher Anfrage - die zu seiner Person gespeicherten persönlichen Daten, unentgeltlich beim Verlag einsehen.

18.4. Der Verlag verpflichtet sich seinerseits, im Rahmen des TMG, BDSG sowie der sonstigen Datenschutzbestimmungen, die ihm aus dem Nutzungsverhältnis bekannt werdenden Daten des AGs, vorbehaltlich einer anderweitig erteilten Einwilligung, nur für die Erfüllung der Zwecke dieser AGB zu verwenden, das Datengeheimnis zu wahren und seine Mitarbeiter entsprechend zu verpflichten, soweit dies gesetzlich erforderlich ist.

18.5. Um feststellen zu können, inwiefern das Angebot für die AG von Interesse ist und verbessert werden kann, werden allgemeine, nicht-personenbezogene insbesondere statistische Daten über die Nutzung der Online- und Mobile-Leistungen des Verlages festgehalten. Dazu werden Umfragen durchgeführt und Daten und Informationen aus Server-Protokolldateien auf ganzheitlicher Basis zusammengefasst und für Statistiken und Analysen genutzt.

18.6. Im Bemühen, das Angebot noch effektiver zu gestalten, ist der AG damit einverstanden, dass der Verlag als Teilnehmer bei führenden Marktforschungsvorhaben Bruttowerbeumsätze des Auftraggebers auf Produktenebene an die durchführende Unternehmung zur Veröffentlichung übermittelt, sofern diese die ausschließliche Verwendung der Daten zu werbestatistischen Zwecken garantiert.





**Geschäftsführung**  
**Joachim Eckert**

Telefon 0711 | 2133-245  
Fax 0711 | 2133-239  
E-Mail [j.eckert@ahgz.de](mailto:j.eckert@ahgz.de)



**Leitung Rubriken**  
**Birgit Finke**

Telefon 0711 | 2133-369  
Fax 0711 | 2133-290  
E-Mail [b.finke@ahgz.de](mailto:b.finke@ahgz.de)



**Mediaberatung**  
**Stellenmarkt**  
**Alisa Braun**

Telefon 0711 | 2133-216  
Fax 0711 | 2133-290  
E-Mail [a.braun@ahgz.de](mailto:a.braun@ahgz.de)



**Mediaberatung**  
**Immobilienmarkt**  
**Corina Elser**

Telefon 0711 | 2133-367  
Fax 0711 | 2133-290  
E-Mail [c.elser@ahgz.de](mailto:c.elser@ahgz.de)



**Mediaberatung**  
**Weiterbildungsmarkt**  
**Tina Lenz**

Telefon 0711 | 2133-328  
Fax 0711 | 2133-290  
E-Mail [t.lenz@ahgz.de](mailto:t.lenz@ahgz.de)

**Stellenmarkt**

Telefon 0711 | 2133-311  
Fax 0711 | 2133-290  
E-Mail [jobs@ahgz.de](mailto:jobs@ahgz.de)

**Immobilienmarkt**

Telefon 0711 | 2133-222  
Fax 0711 | 2133-290  
E-Mail [immo@ahgz.de](mailto:immo@ahgz.de)

**dfv** Matthaes  
Verlag