

Media-Informationen 2012

WIR



Verlagsangaben

Herausgeber:

Industrie- und Handelskammer zu Rostock, Ernst-Barlach-Straße 1-3,
18055 Rostock, Telefon: 0381/338-0, www.rostock.ihk24.de

Redaktion:

Sven Olsen, IHK zu Rostock, Ernst-Barlach-Straße 1-3, 18055 Rostock,
Telefon: 0381 338-701, Telefax: 0381 338-709, E-Mail: olsen@rostock.ihk.de

Tanja Rudolph, Telefon: 0381 338-702, Telefax: 0381 338-709,
E-Mail: rudolph@rostock.ihk.de

Verlag:

Verlag „Koch & Raum“ Wismar OHG, Dankwartstraße 22, 23966 Wismar,
Telefon: 03841 213213, Fax: 03841 213195, E-Mail: wir@v-kr.de

Anzeigenservice und Disposition:

AWA Marketingberatung, Anita Wenner,
Rostocker Chaussee 11, 18195 Tessin,
Telefon: 038205/65807, Telefax: 038205/65832,
E-Mail: awa@awenner.de, www.awenner.de

Bankverbindung:

Sparkasse Mecklenburg-Nordwest, BLZ: 140 510 00, Kto-Nr.: 1 006 001 898

Rücktrittsrecht:

Für alle verbindlich zugesagten Plätze sowie Vorzugsplatzierungen bis acht Wochen vor Erscheinen, alle anderen Anzeigen bis sechs Wochen vor Erscheinen. Beihefter, Durchhefter, Umschlagseiten und farbige Vorzugsplatzierungen unterliegen keinem Rücktrittsrecht.

Handelsregister:

HR Schwerin HRA 399

Kurzcharakteristik

www.rostock.ihk24.de

Die Zeitschrift „WIR – Wirtschaft im IHK-Bezirk Rostock“ ist als offizielles Mitteilungsblatt der IHK zu Rostock eine wichtige Informationsquelle und Ratgeber für die Unternehmerschaft im IHK-Bezirk, der neben den Hansestädten Rostock und Stralsund die Landkreise Bad Doberan, Güstrow, Nordvorpommern und Rügen umfasst. In den Rubriken Standortpolitik, Starthilfe und Unternehmensförderung, Aus- und Weiterbildung, Innovation und Umwelt, International und Recht und Fair Play berichtet sie über aktuelle und strukturelle Entwicklungen der verschiedenen Branchen.

Die WIR bringt sich in die wirtschaftspolitische Meinungsbildung ein, trägt zur Transparenz der IHK-Arbeit bei und macht ihre Initiativen deutlich. Für noch mehr regionale Identität berichtet die Zeitschrift u. a. in der Rubrik Firmenspiegel über aktuelle Highlights aus dem Wirtschaftsleben der IHK-zugehörigen Unternehmen.

Jahrgang:

23. Jahrgang 2012

Erscheinungsweise:

10 x jährlich, jeweils zum Anfang eines Monats
(Doppelausgabe: Januar/Februar und Juli/August)

Heftpreis:

Im freien Verkauf: Einzelheft 1,60 € zzgl. Versandkosten
Jahresabonnement (Inland): 21,20 € inkl. Versandkosten

Preisliste Nr. 23, gültig ab 01.01.2012

Leserkreis • Auflage • Termine

Leserkreis / Abonnenten:

Alle IHK-zugehörigen Unternehmen, private Unternehmer aus Industrie, Handel, Dienstleistung und Verkehr im Bezirk der IHK zu Rostock

Auflage: 33.684 Exemplare

Terminplanung:

AUSGABE:	Erscheinungstage	Anzeigenschluss
Januar/Februar	9. Februar 2012	13. Januar 2012
März	8. März 2012	10. Februar 2012
April	5. April 2012	9. März 2012
Mai	4. Mai 2012	3. April 2012
Juni	4. Juni 2012	4. Mai 2012
Juli/August	2. August 2012	6. Juli 2012
September	30. August 2012	3. August 2012
Oktober	5. Oktober 2012	7. September 2012
November	2. November 2012	5. Oktober 2012
Dezember	29. November 2012	2. November 2012

Preisliste Nr. 23, gültig ab 01.01.2012

Anzeigenpreise

Preisliste Nr. 23, gültig ab 1. Januar 2012

Seiten- teile	Breite x Höhe	Grundpreis		Ortspreise	
		sw	4c	sw	4c
1/1	185 x 260 mm	2.087 €	3.340 €	1.815 €	2.904 €
2/3	185 x 170 mm 122 x 260 mm	1.464 €	2.343 €	1.273 €	2.037 €
1/2	185 x 128 mm 122 x 196 mm 90 x 260 mm	1.098 €	1.757 €	955 €	1.528 €
1/3	185 x 84 mm 122 x 128 mm 90 x 170 mm 58 x 260 mm	733 €	1.173 €	637 €	1.020 €
1/4	185 x 62 mm 122 x 98 mm 90 x 128 mm 58 x 195 mm	575 €	920 €	500 €	800 €
1/6	185 x 40 mm 122 x 62 mm 90 x 84 mm 58 x 128 mm	384 €	615 €	334 €	535 €
1/8	185 x 30 mm 122 x 48 mm 90 x 62 mm 58 x 98 mm	289 €	462 €	251 €	402 €
1/16	185 x 15 mm 122 x 24 mm 90 x 30 mm 58 x 48 mm	144 €	230 €	125 €	200 €

mm-Preise / Rubrikanzeigen

mm-Preise je mm Höhe	Grundpreis		Ortspreise	
	sw	4c	sw	4c
Spaltenbreite 43 mm	2,42 €	3,91 €	2,10 €	3,40 €
Spaltenbreite 58 mm	3,10 €	4,94 €	2,70 €	4,30 €
Spaltenbreite 90 mm	4,83 €	7,70 €	4,20 €	6,70 €

Rubrikanzeigen (inkl. Farbe)

„Spezialisten empfehlen sich“,
90 x 20 mm, mindestens 6 Ausgaben in Folge,
ohne Rabatt, Textänderungen werden berechnet

69 € 60 €

„Rechtsanwälte – Steuerberater – Unternehmensberater“,
90 x 55 mm, mindestens 6 Ausgaben in Folge, ohne Rabatt,
Textänderungen werden berechnet

138 € 120 €

„Personalleasing – Zeitarbeit – Private Arbeitsvermittlung“,
90 x 55 mm, mindestens 6 Ausgaben in Folge, ohne Rabatt,
Textänderungen werden berechnet

138 € 120 €

„Marktplatz“

Kleinanzeigen

Webadressen (43 x 10 mm)

ohne Rabatt

pro mm 2,88 € 2,50 €

pauschal 28,75 € 25,00 €

„Bildung“ (90 x 55 mm)

172,50 € 150,00 €

„Online“ mindestens 6 Ausgaben in Folge, ohne Rabatt,
Textänderungen werden berechnet

115,00 € 100,00 €

Unternehmensseiten (inkl. Farbe)

„Unternehmensporträt“

1.265,00 € 1.100,00 €

„Existenzgründerprofil“

977,50 € 850,00 €

ohne Rabatt

Beilagen / Sonderplatzierungen

Anschnitt- und/oder Bunddurchdruckanzeigen:

ohne Berechnung

Chiffregebühr:

für Inland

Grundpreis **Ortspreise**

11 €

Vorzugsplatzierungen:

(nur 1/1 Seite) 2. und 4. Umschlagseite, 4c

3.674 €

3.195 €

Sonderplatzierungen:

(erst ab Seite 9) 20 % Aufschlag

Beilagen:

ohne Rabatt, Höchstformat 208 x 295 mm

pro ‰ Beilagen bis 25 g

130 €

Bei Gewichtsüberschreitung Mehrpreis auf Anfrage.

Vorabmuster unbedingt erforderlich

Auftragsbestätigung vorbehaltlich der Zustimmung der IHK – eine Ansichts-PDF-Datei muss zur Vorlage bei der IHK rechtzeitig zur Verfügung gestellt werden

Zuschuss 3 Prozent auf die Gesamtauflage (ohne Berechnung) erforderlich.

Teilbeilage innerhalb der PLZ möglich

Die Beilagen sind fracht- und spesenfrei zu liefern an:

Stadtdruckerei Weidner GmbH

Carl-Hopp-Straße 15

18069 Rostock

Telefon: 0381/4610741, Fax: 0381/4610743

Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Rechnungsbetrag aufgeschlagen.

Preisliste Nr. 23, gültig ab 01.01.2012

Rabatt / Technische Daten

Rabatt bei Abnahme innerhalb 12 Monaten:

Preisstaffel:	Mengenstaffel:
3 x 3 %	3 Seiten 5 %
5 x 5 %	5 Seiten 10 %
10 x 10 %	10 Seiten 15 %

Durchhefter und Einkleber:

auf Anfrage, Muster erforderlich

Bunddurchdruck:

426 x 303 mm

Angeschnittene Anzeigenformate:

Die Formate für angeschnittene Anzeigen ergeben sich aus dem Heftformat plus 3 mm rundum, im Bund glatt.

Übernahme digitaler Anzeigen:

Als Druckvorlagen verarbeiten wir vorzugsweise PDF/X-3-Dateien (nach ISO 15930-3).

Bei Neuanfertigung durch den Verlag erfolgt Berechnung pauschal 27 € netto.

Ihr Ansprechpartner für digitale Druckunterlagen ist:

Carsten Raum

Telefon: 03841/213197, Fax: 03841/213195, E-Mail: carsten@v-kr.de

ISDN: 03841/40831

Heftformat: 210 x 297 mm

Satzspiegel: 185 x 260 mm

Spalten: 3 à 58 mm

Bindeart: Drahtheftung

Druckverfahren: Offsetdruck

Grundschrift: Rotis Sans Serif

Allgemeine Geschäftsbedingungen

- 1 „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Arbeitgeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als Werbungstreibende bezeichnet) in einer Zeitung oder Zeitschrift zum Zweck der Verbreitung.
- 2 Ein „Abschluss“ ist ein „Vertrag“ über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Betrachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abgerufen und veröffentlicht wird.
- 3 Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten.
Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.
- 4 Bei der Errechnung der Abnahmemenge werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
- 5 Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, werden so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass diese der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
- 6 Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an Text und nicht an anderen Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeige erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
- 7 Der Verlag behält sich vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen, wenn
 - deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
 - deren Inhalt vom Deutschen Werberat 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 enthalten.Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Musters und dessen Billigung bindend.
Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
- 8 Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich.
Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäß,

Allgemeine Geschäftsbedingungen

insbesondere dem Format oder den technischen Vorlagen des Verlages, entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern.

Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen.

Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeige oder anderer Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

Dies gilt für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des zur Einstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.

- 9 Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Verbreitung der Anzeige.
- 10 Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzleistung bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn
- diese einen Aufwand fordert, der unter Betrachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder
 - diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre.

Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden. Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte der Verlages verursacht wurden.

Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt.

Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

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

- 11 Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
- 12 Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige üblich, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

- 13 Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorzahlung vereinbart ist. Etwaig Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
- 14 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlungen verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
- 15 Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
- 16 Aus einer Auflagenminderung kann nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantieauflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann eine zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie
- | | | | | | |
|---------------------------|--------|-------------------|------------|----|-----------------|
| Bei einer Garantieauflage | bis zu | 50 000 Exemplare | mindestens | 20 | v. H., |
| Bei einer Garantieauflage | bis zu | 100 000 Exemplare | mindestens | 15 | v. H., |
| Bei einer Garantieauflage | bis zu | 500 000 Exemplare | mindestens | 10 | v. H., |
| Bei einer Garantieauflage | über | 500 000 Exemplare | mindestens | 5 | v. H., beträgt. |
- Eine Auflageminderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt. Als Garantieauflage gilt die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder, wenn eine Auflage nicht genannt ist, die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächliche verbreitete) Auflage des vorausgegangenen Kalenderjahres. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.
- 17 Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Wiedergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Expressbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.
- 18 Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen, Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

- 19 Die Werbemittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Vertrages zu halten.
- 20 Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind gegenüber Unternehmen wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichungen der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt wurde. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.
- 21 Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht.
Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personalgesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss spätestens bis zum Abschluss des Insertionsjahres erbracht werden, ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Betätigung durch den Verlag. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.
- 22 Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelierten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt.
Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.
Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstige Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.
- 23 Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80 Prozent der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherte Aufgaben vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechtsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.