

studiPlan „Print“, Mediadaten 2016

Der kostenlose Stadtplan für Studierende in Deutschland



„Der studiPlan findet an der Universitätsbibliothek München reißenden Absatz. Wir sind sehr froh, diesen Plan kostenlos zu erhalten, und hoffen, dass dies auch in Zukunft möglich sein wird! Weiter so!!“

Cordula Kummer, Leitung Infoteam, Universitätsbibliothek München

Inhalt

3	Produktbeschreibung
4	Layout
6	Preise und Leistungen
6	Technische Informationen und Termine
7	Städte und Auflage
7	Studierende als Zielgruppe
8	Verbreitung des studiPlan „Print“
10	Allgemeine Geschäftsbedingungen und Zusätzliche Geschäftsbedingungen
12	Zusätzliche Geschäftsbedingungen – Anzeigenbereich „Print“
13	Zusätzliche Geschäftsbedingungen – Erstellung von Grafiken
13	Zusätzliche Geschäftsbedingungen – Übermittlung von digitalen Druckunterlagen
14	Impressum

Produktbeschreibung

Was ist der studiPlan „Print“?

Der studiPlan „Print“ ist der gedruckte Stadtplan für Studierende an deutschen Hochschulen. Er enthält Werbeflächen zur Präsentation Ihres Unternehmens und viele wichtige redaktionelle Informationen für die Studierenden.

Der studiPlan „Print“ wird direkt und kostenlos an die Studierenden in Deutschland verteilt. Dabei helfen uns Studierendenwerke, Studiensekretariate, AStA, Fachschaften, Studierendenbüros, Erstsemester begrüßerInnen, Professoren und Professorinnen.

Die Vorteile für Ihr Unternehmen

- ▶ Der studiPlan „Print“ wird individuell für Ihr Unternehmen aufgelegt. Sie haben Einfluss auf den Inhalt und das visuelle Erscheinungsbild.
- ▶ Sie erhalten direkten Zugang zur Zielgruppe „Studierende“, ohne Streuverluste.

- ▶ Die lange Nutzungsdauer durch die Zielgruppe bietet Ihnen eine kontinuierliche und starke Werbewirkung.
- ▶ Der studiPlan „Print“ bietet einen hohen Mehrwert für Ihre Zielgruppe.
- ▶ Der studiPlan „Print“ ist besonders hilfreich für alle Erstsemester.



Sie sind einziger Werbepartner und wählen Ihre Stadt selber aus. Wir veröffentlichen dort für Sie Ihren studiPlan „Print“.

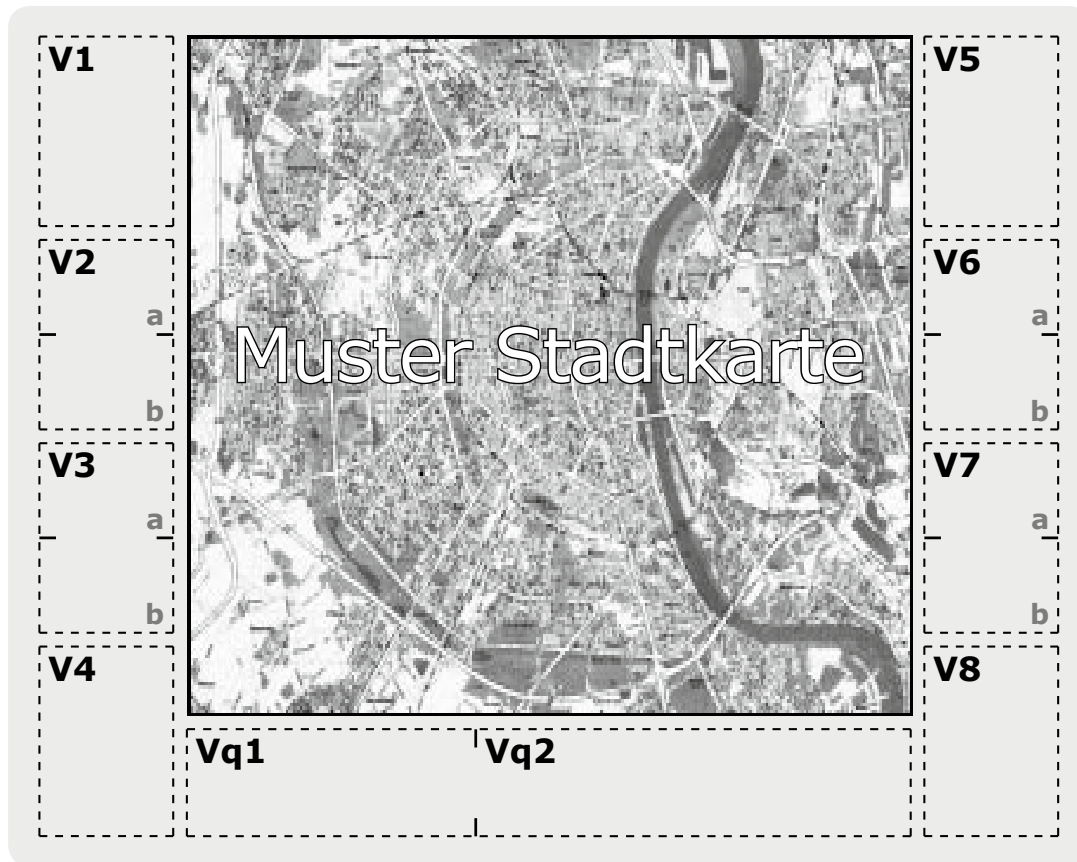
Das große IKEA Erstsemester-Studentenbuden-Gewinnspiel.
 Mach mit und gewinne 1 von 3 Einrichtungsparcels für je 500,-.
Gratis!

Dein Guide zu den schönsten Studentenbuden weit und breit.

So kommst du auf dem schnellsten Weg zu einer schönen Studentenbude.

Layout

Vorderseite



Jetzt bis 30.11.2012 Vertrag abschließen, 25€ Startguthaben sichern und gewinnen!

1.-2. Preis: Preispromilleziehung bis maximal 400€ Startguthaben! (max. 24 Monate)

3.-5. Preis: 2x 1 Crossline von 870€, Bike oder Cube

6.-10. Preis: 2x zum aktuellen Top-Smartphone

Mit Vodafone telefonieren ab 9,95€ pro Monat

SUPERSCHEIN SURFEN LTE

Tarife kombinieren und sparen mit dem Vodafone Vorteil.

Jetzt zum Wintersemester 2012/13 Handy mit Tarif und 25€ Startguthaben sichern.

Die solltest Du auf dem Zettel haben: Studenten-Hits von Vodafone.

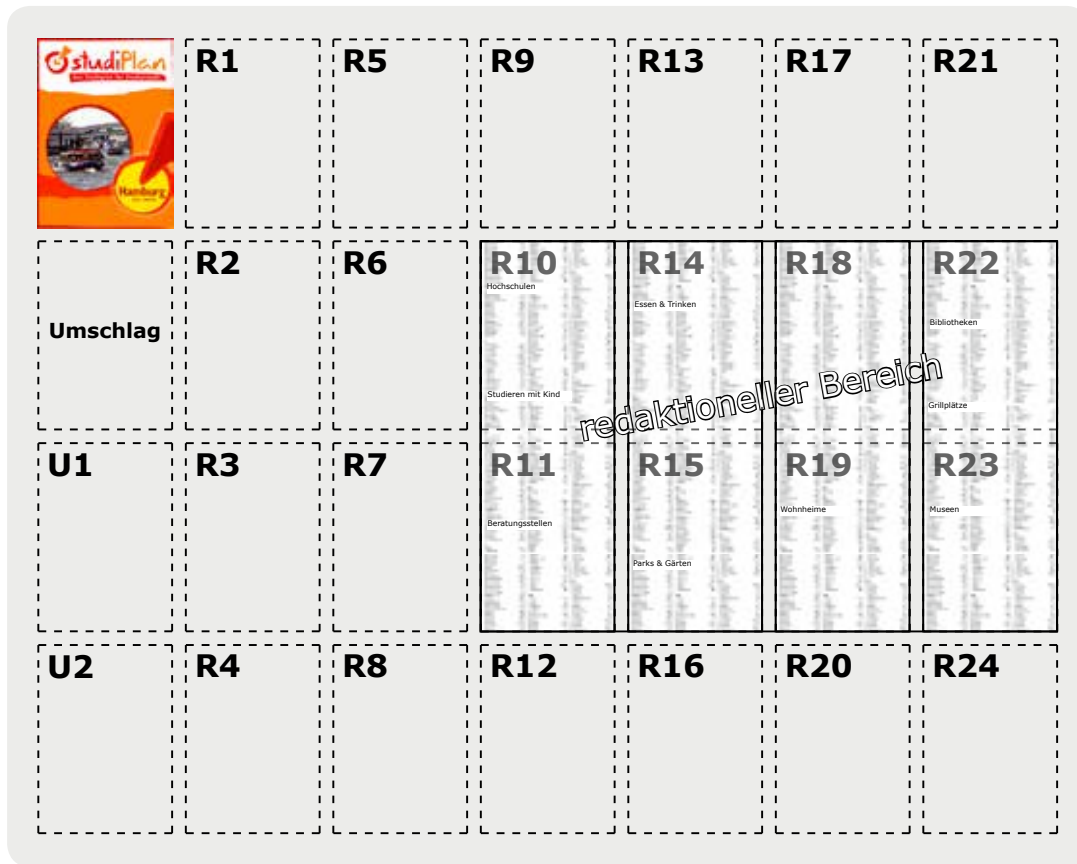
vodafone

Kundenbeispiel Vodafone, München

Für weitere Informationen zum Layout scannen Sie bitte den QR-Code mit Ihrem Smartphone.



Rückseite



Kundenbeispiel Vodafone, München



**Informationen und Buchung unter:
+49 (0)221 - 715 00 728**

Preise und Leistungen

Preisübersicht

25.000 Exemplare	ab 12.820,-
20.000 Exemplare	ab 11.247,-
15.000 Exemplare	ab 9.415,-
10.000 Exemplare	ab 7.751,-
5.000 Exemplare	ab 6.369,-
3.000 Exemplare	ab 4.219,-

Unsere Leistungen

- ▶ Gestaltung und Layout nach Ihren Wünschen
- ▶ grafische Erstellung und Produktion
- ▶ Konfektionierung der Auflage und Versand an die Hochschulen zum Semesterbeginn
- ▶ Versand Ihrer Belegexemplare an Sie
- ▶ Dokumentation der Produktions- und Verteilungsabläufe

Alle Preise in Euro gelten zzgl. 19% MwSt.. Es gelten die AGB. Agenturen kann eine AE-Provision von 15% gewährt werden. Wird diese gewünscht, so wird sie bei Vergabe des Auftrags dem Nettopreis aufgeschlagen

Technische Informationen und Termine

Drucktermin	Individuell nach Ihren Wünschen (üblicherweise im September)
Gültigkeit	Ihr studiPlan „Print“ ist ein Jahr gültig
Verteilung an die Studierenden	September bis Oktober (Beginn Wintersemester) März bis April (Beginn Sommersemester)
Format offen*	749 mm B x 600 mm H
Format geschlossen*	107 mm B x 150 mm H
Produktion	Bogenoffset, 80er Raster 4/4-farbig (Euroskala)
Papier	Bilderdruck, glzd. 115g/m2

*Abweichungen nach Kundenwunsch möglich

Städte und Auflage

Die Auflage des studiPlan „Print“ richtet sich nach den Wünschen der Hochschulen. Diese teilen uns mit, wie viele Exemplare im Jahr für beide Semester benötigt werden. Natürlich können Sie als Kunde hier ebenfalls Einfluss nehmen und zusätzliche Exemplare bestellen.

In den aufgeführten Städten ist der studiPlan „Print“ bereits etabliert. Wir freuen uns daher, zusammen mit Ihnen neue Städte zu erschließen. Mehrkosten entstehen Ihnen dadurch nicht.

Wir erscheinen dort, wo Sie hin wollen, deutschlandweit.

Stadt	Auflage
Berlin	25.000
Bremen	15.000
Essen	10.000
Frankfurt a.M.	10.000
Freiburg i.Br.	10.000
Göttingen	10.000
Hamburg	20.000
Heidelberg	5.000
Jena	5.000
Köln	15.000
München	20.000
Münster	20.000
Stuttgart	10.000
Ulm, Neu-Ulm	8.000

Studierende als Zielgruppe

Studierende als Konsumenten

Bereits zu Beginn des Studiums werden Studierende durch den Auszug aus dem Elternhaus zu wichtigen Konsumenten, die ihr Leben neu einrichten müssen. Im Verlauf der Jahre treten sie mit zunehmender Kaufkraft am Markt auf, bis sie als junge Führungskräfte mit einer bereits während der Studienzeit maßgeblich geprägten Markentreue ihre Kaufgewohnheiten leben.

- ▶ Rund 16 Milliarden Euro Kaufkraft stehen den über zwei Millionen Studierenden bundesweit für ihren Konsum zur Verfügung.
- ▶ Die marken- und konsumorientierte Zielgruppe bietet bei ihrer Erschließung ein großes Marktpotential.
- ▶ Studierende sind die zukünftigen Entscheider und Führungskräfte, die ihre Karriere bereits während des Studiums vorbereiten und nach Beendigung ihres Studiums zu den einkommensstärksten Konsumenten gehören werden.
- ▶ 73% der Studierenden streben einen genuss- und konsumorientierten Lebensstil an (Allensbacher Werbeträgeranalyse 2006).

Studierende als Multiplikatoren

Schafft es ein Unternehmen, Multiplikatoren innerhalb der angestrebten Zielgruppe zu gewinnen, so tragen diese maßgeblich zur Marktdurchdringung

bei. Studierende sind dabei die idealen Partner für ein Unternehmen.

- ▶ Studierende sind aktiv und kommunikationsstark, als Meinungsführer überzeugen sie gerne andere von ihrer Meinung.
- ▶ Als Trendsetter sind Studierende mit einem Spürsinn für Neues ausgestattet. Damit sind sie der perfekte Multiplikator für Werbebotschaften. In der Rolle als Innovator oder Trendsetter sieht sich jeder fünfte Studierende.
- ▶ Studierende sind offen und setzen sich mit vielen Themenbereichen auseinander.
- ▶ Studierende gelten in vielen Bereichen als Ratgeber und Experten, auf deren Meinung Wert gelegt wird.

Studierende als Mitarbeiter

Der Erfolg eines Unternehmens hängt zu einem großen Teil von der Qualifikation und Motivation seiner Mitarbeiter ab. Das Unternehmen profitiert von den Studierenden als:

- ▶ Berufseinsteiger mit Hochschulabschluss
- ▶ Diplomanden oder Doktoranden
- ▶ Praktikanten
- ▶ Werkstudenten

Verbreitung des studiPlan „Print“

Der studiPlan „Print“ leistet den Studierenden als Stadtplan im Alltag wertvolle Dienste. Über einen langen Zeitraum wird das Produkt immer wieder zur Hand genommen und im Alltag mit anderen geteilt. Durch diese Effekte lassen sich hervorragende Verbreitungswerte erzielen.

Erhebung

Marktdaten* studiPlan

Bekanntheitsgrad	82%
Weiterempfehlungsrate	90%
Nutzung als Begleiter im Alltag	20%
Befestigung an einer Wand in der Wohnung/Wohngemeinschaft	17%
Das Produkt wird durch den Studierenden behalten, auch wenn dieser sich später in der neuen Stadt auskennt.	28%
Altersgruppe 18-22 Jahre	61%
Altersgruppe 23-27 Jahre	32%

* Quelle: Eigenerhebung Gecko Media 2009, Hochschulen in Köln, Freiburg i. Br. und Münster, 462 Studierende wurden befragt.

Die Eigenerhebung zeigt, dass 37% aller befragten Studierenden täglich über einen langen Zeitraum immer wieder Kontakt mit dem studiPlan „Print“ haben.

Von 28% der Studierenden wird er überdies auch über die ersten Monate intensiver Nutzung hinaus behalten, und dies oft über das gesamte Studium

hinweg. „Einen guten Stadtplan behält man doch.“ - diese häufig gemachte Aussage bildet den Kern des Produkts gut ab.

Multiplikationseffekt

Ein besonderer Effekt hinsichtlich der Reichweite des studiPlan „Print“ liegt darin, dass 17% der Studierenden den studiPlan „Print“ in ihrem häuslichen Umfeld aufhängen. Viele Studierenden nutzen parallel zwei Pläne, die, in Küche oder Flur aufgehängt, als ständige Orientierungshilfe verwendet werden.

Die Wohnsituation der Studierenden bringt mehrere Kontakte der Bewohner pro Tag. Hinzu kommen noch externen Besucher (Freunde, Partybesucher, Familie etc.), die sich ebenfalls in der Wohnung der Studierenden aufhalten.

Brutto-/Nettoreichweite

Bei einer Auflage von 20.000 Verteilexemplaren in einer Stadt pro Jahr ergibt sich eine Bruttoreichweite von 2.600.000 Kontakten. Die Nettoreichweite beträgt 520.000 Kontakte.

TKP, TNP

In der folgenden Tabelle wurden der Tausend-Kontakt-Preis und der Tausend-Nutzer-Preis aufgrund der durchgeführten Eigenerhebung berechnet.

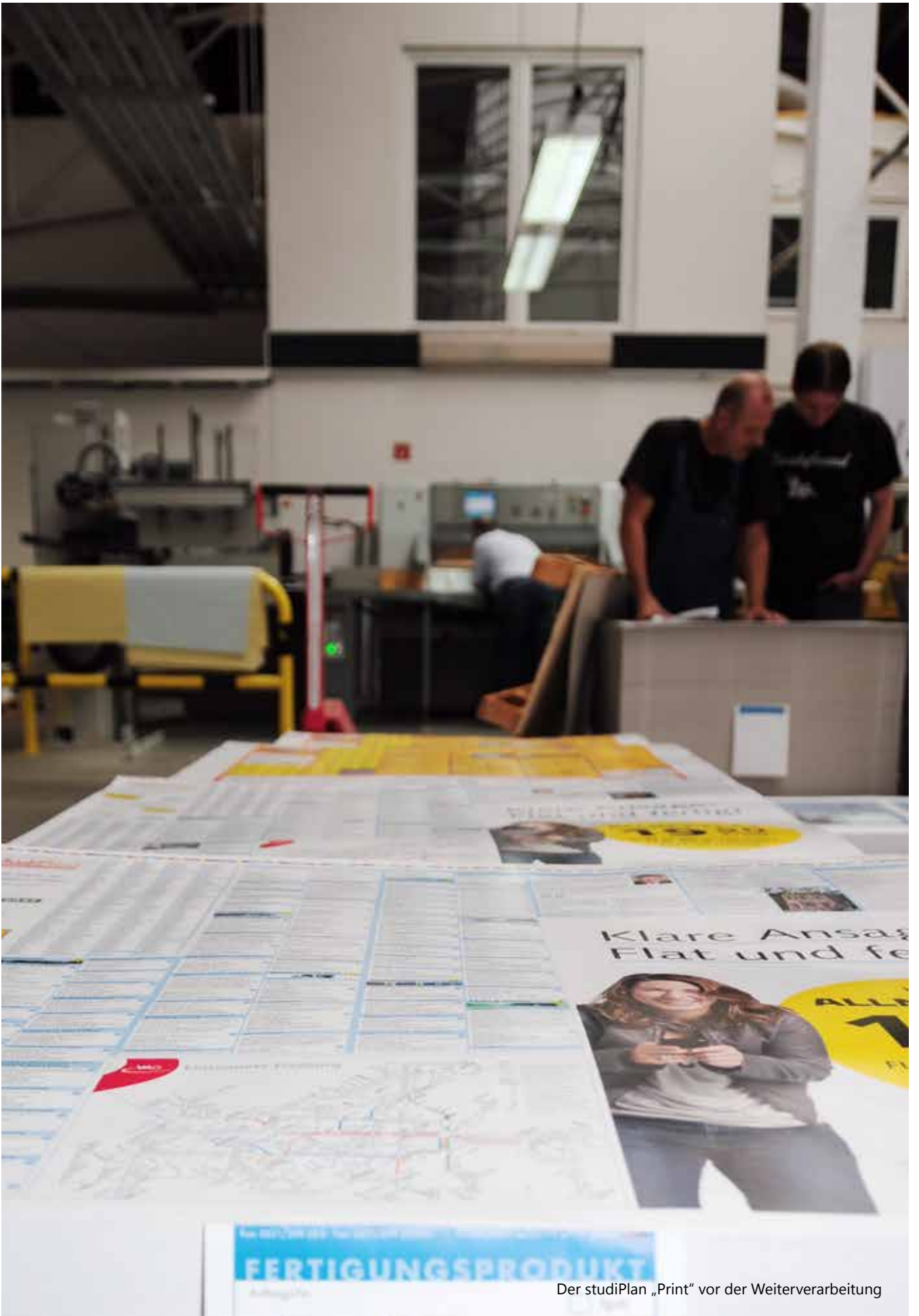
Berechnung des TNP, TKP

Auflage	20.000 Exemplare
Preis der Schaltung	11.200,- €
Direkte Weitergabe an Personen (pro Jahr)	1 Person
Multiplizierte Kontakte zu Personen (pro Jahr)*	25 Personen
Kontakte (Nutzung) einer Person (pro Jahr)**	40 Kontakte
Durchschn. Nutzungszeit (in Jahren)	2
Netto-Reichweite	520.000 Kontakte
Brutto-Reichweite	2.600.000 Kontakte
Tausend-Nutzer-Preis	21,54,- € / 1000 Kontakte
Tausend-Kontakt-Preis	4,31 € / 1000 Kontakte

* Mehrere Personen haben zusätzlich zum Erstempfänger min. einen Kontakt (z.B. Wohngemeinschaft)

** Einzelne Kontakte einer Person auf ein Jahr verteilt

Wiederkehrende Nutzung über einen langen Zeitraum. Ein Effekt für hervorragende Verbreitungswerte.



Der studiPlan „Print“ vor der Weiterverarbeitung

Allgemeine Geschäftsbedingungen und Zusätzliche Geschäftsbedingungen

1. Allgemeines

§ 1 Allgemeinverbindlichkeit

Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen und Zusätzlichen Geschäftsbedingungen sind Vertragsbestandteil zwischen Gecko Media, Inhaber Sven Görres (Auftragnehmer), und dem Auftraggeber.

Zwischen dem Auftraggeber und dem Auftragnehmer gelten ausschließlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen und Zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Auftragnehmers.

Es gelten jeweils die zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses angezeigten Allgemeinen Geschäftsbedingungen und Zusätzlichen Geschäftsbedingungen. Von diesen Bedingungen abweichende Regelungen werden nicht anerkannt.

§ 2 Unwirksamkeit fremder AGB

Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Auftraggebers gelten als ausdrücklich ausgeschlossen. Etwaigen Einkaufsbedingungen des Auftraggebers wird hiermit widersprochen. Sie werden auch dann nicht anerkannt, wenn der Auftragnehmer ihnen nicht nochmals nach Eingang ausdrücklich widerspricht.

§ 3 Geltungsbereich

Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen und Zusätzlichen Geschäftsbedingungen gelten auch für zukünftige Geschäfte zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer.

§ 4 Schriftformerfordernis

Sämtliche Änderungen, Ergänzungen, Nebenabreden, Sondervereinbarungen oder Kündigung des Vertrages bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der schriftlichen Bestätigung durch den Auftragnehmer. Dies gilt auch für eine etwaige Aufhebung dieser Klausel.

§ 5 Fristen und Termine

Alle Frist- und Terminabsprachen sind grundsätzlich schriftlich festzuhalten bzw. zu bestätigen. Der Auftraggeber erkennt die Beweiskraft der lückenlosen E-Mailkorrespondenz an.

2. Angebote

§ 6 Vorbehalt von Änderungen

Angebote sind frei bleibend. Sie binden den Auftragnehmer nicht.

§ 7 Abweichungen von Beschreibungen

Technische und gestalterische Abweichungen von Beschreibungen oder Angaben in Prospekten, Katalogen, Mediadaten, Webseite und vergleichbaren Unterlagen bleiben vorbehalten. Rechte hieraus gegen den Auftragnehmer kann der Kunde nur dann herleiten, wenn sie zu einem wesentlichen Minderwert der Leistung führen.

§ 8 Preise

Der Auftragnehmer ist berechtigt, die Preise jederzeit zu erhöhen. Die Änderung wird wirksam, wenn dem Auftragnehmer innerhalb von drei Wochen nach Zugang der entsprechenden Änderungsmittlung beim Auftraggeber kein Widerspruch des Auftraggebers zugeht.

§ 9 Mittlungsvergütung

Die Werbungsmitler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Auftragnehmers zu halten. Die vom Auftragnehmer gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

§ 10 Offenkundiger Irrtum

Offenkundiger Irrtum bindet den Auftragnehmer in keinem Falle.

3. Auftragserteilung und Auftragsannahme

§ 11 Bindung an den Auftrag

Aufträge im Sinne dieser AGB sind bindende Anträge des Auftraggebers für den Abschluss eines Vertrages im Sinne von § 145 BGB. Sie können schriftlich per Post, per Fax oder per E-Mail, mündlich oder fernmündlich ebenso wie durch Übermittlung der Auftragsdaten über das Internet („Online-Shop“) erteilt werden.

Online-Bestellungen (per E-Mail oder Formularversand) sind auch ohne Unterschrift für den Auftraggeber bindend.

§ 12 Annahme des Auftrags

Der Vertrag ist zustande gekommen, wenn der Auftrag beim Auftragnehmer eingegangen ist und angenommen wurde. Für die Annahme genügt die Absendung einer Auftragsbestätigung ebenso wie der Beginn der mit der Auftragsausführung verbundenen Arbeiten.

§ 13 Annahme des Auftrags ohne Annahmeerklärung

Mit der Auftragserteilung verzichtet der Auftraggeber im Sinne von § 151 BGB auf eine Erklärung des Auftragnehmers über die Annahme seines Auftrages. Für den Fall der Unwirksamkeit dieses Verzichts gilt der Vertrag mit Zugang der Auftragsbestätigung des Auftragnehmers per Post, Fax oder E-Mail beim Auftraggeber als geschlossen.

§ 14 Auftragsbestätigung als neues Angebot

Weicht die Auftragsbestätigung des Auftragnehmers vom Auftrag in wesent-

licher Hinsicht ab, so gilt sie als neues Angebot. In diesem Falle gilt die Genehmigung dieser Auftragsbestätigung durch gleichlautende Erklärung des Auftraggebers als Annahme des Angebots, mit der der Vertrag geschlossen ist.

4. Haftung des Auftraggebers

§ 15 Gesamtschuldnerische Haftung der Auftraggeber

Der oder die Auftraggeber haften gesamtschuldnerisch für alle Rechtsfolgen aus dem Auftrag, insbesondere für die Zahlung der durch den Auftragnehmer fakturierten Rechnungsbeträge und der sonstigen Kosten.

§ 16 Besteller und Empfänger als Auftraggeber

Bei Aufträgen mit Lieferung an Dritte gilt der Besteller als Auftraggeber. Erfolgt die Lieferung an Dritte zu deren Gunsten oder ist der Empfänger der Lieferung durch die Inbesitznahme und weitere Verwendung der Lieferung in anderer Weise bereichert, so gelten Besteller und Empfänger der Lieferung gemeinschaftlich als Auftraggeber. Mit der Erteilung eines solchen Auftrages versichert der Besteller stillschweigend, dass das Einverständnis des Lieferungsempfängers hierfür vorliegt.

§ 17 Besteller und Rechnungsempfänger als Auftraggeber

Bei Bestellungen auf Rechnung Dritter - egal ob im eigenen oder fremden Namen - gelten Besteller und Rechnungsempfänger gemeinschaftlich als Auftraggeber. Die Änderung einer bereits fakturierten Rechnung auf einen anderen Rechnungsempfänger auf Wunsch des Auftraggebers bedeutet den stillschweigenden Schuldbetritt dieses Rechnungsempfängers im Sinne des oben Genannten. Mit der Erteilung eines solchen Auftrages versichert der Auftraggeber gleichzeitig, dass das Einverständnis des neuen Rechnungsempfängers hierfür vorliegt.

5. Besondere Vergütungen

§ 18 Vergütung bei vorzeitiger Kündigung durch den Auftraggeber

Kündigt der Auftraggeber vor Vollendung der Leistung den Vertrag, so ist der Auftragnehmer berechtigt, die vereinbarte Vergütung zu verlangen; er muss sich jedoch dasjenige anrechnen lassen, was er infolge der Aufhebung des Vertrages an Aufwendungen erspart oder durch anderweitige Verwendung seiner Arbeitskraft erwirbt oder zu erwerben böswillig unterlässt.

§ 19 Kostenübernahme bei erheblichen Änderungen

Kosten für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

6. Vorauszahlung

§ 20 Zahlungsanspruch nach Auftragsannahme

Ist die Erfüllung des Zahlungsanspruchs wegen einer nach Vertragsschluss bekannt gewordenen wesentlichen Verschlechterung der Vermögensverhältnisse des Auftraggebers gefährdet, so kann der Auftragnehmer auch nachträglich Vorauszahlung verlangen, noch nicht ausgelieferte Ware zurückhalten sowie die weitere Arbeit einstellen. Diese Rechte stehen dem Auftragnehmer auch zu, wenn der Auftraggeber sich mit der Bezahlung anderer Rechnungen an den Auftragnehmer in Verzug befindet.

7. Fertigstellungstermine

§ 21 Unverbindlichkeit geplanter Fertigstellungstermine

Die im Angebot bzw. in der Auftragsbestätigung genannten Termine für die Auftragsfertigstellung entsprechen dem jeweiligen Planungsstand. Sie sind als voraussichtliche Fertigstellungstermine unverbindlich.

§ 22 Ausschluss von Schadenersatz

Schadenersatzansprüche des Auftraggebers oder Dritter wegen der Nichteinhaltung verbindlicher Termine durch den Auftragnehmer sind ausdrücklich ausgeschlossen, es sei denn, der Auftraggeber hat diese schriftlich unter Setzung einer weiteren angemessenen Frist angedroht.

§ 23 Höhere Gewalt

Liefer- und Leistungsverzögerungen aufgrund höherer Gewalt oder unvorhersehbarer Ereignisse, die die Fertigstellung wesentlich erschweren oder unmöglich machen und nicht durch den Auftragnehmer zu vertreten sind (hierzu zählen insbesondere Krieg, kriegsähnliche Ereignisse, behördliche Anordnungen, Nichterteilung von Aus-, Ein- oder Durchführungsgenehmigungen, nationale Maßnahmen zur Beschränkung des Handelsverkehrs, Streik, Aussperrung und sonstige Betriebsstörungen jeglicher Art sowie Verkehrsstörungen – gleichgültig ob diese Ereignisse bei dem Auftragnehmer, dessen Lieferanten oder Unterenlieferanten eintreten), berechtigen den Auftragnehmer, die Lieferung bzw. Leistung um die Dauer der Behinderung zusätzlich einer angemessenen Anlaufzeit hinauszuschieben oder vom Vertrag - soweit noch nicht erfüllt - ganz oder teilweise zurückzutreten. Eine Kündigung durch den Auftraggeber ist in diesen Fällen frühestens zwei Wochen nach Eintritt der oben beschriebenen Betriebsstörung möglich, jedoch nur dann, wenn ihm ein weiteres Abwarten nicht mehr zuzumuten ist. Eine Haftung durch den Auftragnehmer ist in diesen Fällen ausgeschlossen.

8. Versand

§ 24 Gefahrenübergang beim Versand

Soll die Ware ausgeliefert oder vom Auftraggeber eingebrachte Gegenstände in dessen Auftrag zurückgesandt werden, geht die Gefahr auf den Auftraggeber über, sobald die Sendung an die den Transport durchführende Person übergeben worden ist.

9. Annahme und Rechnungslegung

§ 25 Holschuld des Auftraggebers

Für die durch den Auftragnehmer hergestellten Waren und erbrachten Leistungen gilt die Holschuld des Auftraggebers.

§ 26 Genehmigung und Änderung der Abrechnung

Die Rechnungslegung erfolgt unter dem Vorbehalt etwaigen Irrtums. Der Auftragnehmer kann gegebenenfalls bis spätestens vier Monate nach Fertigstellung der Ware oder Leistung eine neue, berichtigte Rechnung erteilen. Nach Ablauf dieser Frist gilt die Rechnung auch vom Auftraggeber als genehmigt, es sei denn, sie wird zuvor unter Angabe der Beanstandungen bei dem Auftragnehmer gerügt, wobei diese Frist nicht die Pflicht zur Zahlung oder die Pflicht zur Mängelrüge innerhalb der in diesen AGB bestimmten kürzeren Fristen berührt. Für spätere Rechnungsänderungen, die aus steuerrechtlichen Gründen vom Auftragnehmer nicht verweigert werden können, hat der Auftraggeber dem Auftragnehmer die Aufwendungen zu ersetzen, die durch die Änderung der Rechnung entstehen.

10. Eigentumsvorbehalt

§ 27 Voraussetzung des Eigentumsvorbehalts

Die gelieferte Ware oder Dienstleistungen bleiben bis zur vollständigen Bezahlung Eigentum des Auftragnehmers. Unter Kaufleuten bzw. bei Lieferungen für den Geschäftsbetrieb des Empfängers gilt, dass die gelieferte Ware bis zur vollständigen Bezahlung aller zum Rechnungsdatum bestehenden Forderungen des Auftragnehmers gegen den Auftraggeber Eigentum des Auftragnehmers bleibt.

11. Zahlung

§ 28 Zahlungsbedingungen

Soweit nicht anders vereinbart, sind die Rechnungen des Auftragnehmers 14 Tage nach Rechnungsdatum ohne Abzug zahlbar.

Zahlungen haben in der Währung zu erfolgen, in der die Rechnungssumme ausgewiesen ist.

§ 29 Beanstandungen

Beanstandungen der Rechnung sind innerhalb von sieben Tagen ab Erhalt schriftlich geltend zu machen.

§ 30 Teilforderung

Wird eine beim Auftraggeber geltend gemachte Teilforderung nach Fälligkeit nicht ausgeglichen, so wird die Gesamtsumme des Auftrags sofort fällig.

§ 31 Zahlungsverzug

Der Auftragnehmer ist berechtigt, nach Ablauf von 30 Tagen nach Rechnungsdatum auf ausstehende Zahlungen Zinsen in Höhe von 2 % über dem geltenden Diskontsatz der Deutschen Bundesbank zu berechnen.

Bei Zahlungsverzug bleibt die Geltendmachung eines weitergehenden Schadens dem Auftragnehmer vorbehalten.

12. Reklamation und Gewährleistung bei Mängeln

§ 32 Mängelrüge

Der Auftraggeber hat selbst unverzüglich zu prüfen, ob die gelieferte Leistung fehlerfrei ausgeführt wurde, und eventuelle Mängel unverzüglich zu rügen. Der Auftragnehmer sorgt unverzüglich nach Erhalt der Mängelrüge für eine Beseitigung der gerügten Mängel. Ansprüche des Auftraggebers auf Schadensersatz bestehen nur bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit. Der Auftraggeber kann dann nach seiner Wahl Zahlungsminderung oder Verpfändung einer Ersatzschaltung höchstens in Höhe der Kosten der mangelhaften Leistung verlangen. Eine weitergehende Haftung des Auftragnehmers ist ausgeschlossen.

Reklamationen sind schriftlich und unverzüglich, bei sonstigen Beanstandungen offensichtlicher Mängel innerhalb einer Woche nach Auftreten beim Auftragnehmer geltend zu machen.

13. Haftung

§ 33 Haftungsbeschränkungen

Alle weitergehenden Ansprüche, egal nach welchem Recht, insbesondere der Ersatz von Schäden, die nicht an der geleisteten Leistung selbst entstanden sind, sind ausgeschlossen. Dies gilt nicht für vorsätzliches oder grob fahrlässiges Handeln durch den Auftragnehmer. Im Übrigen haftet der Auftragnehmer nur bei unerlaubten Handlungen und der Verletzungen von Nebenpflichten, wenn Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit vorliegt.

§ 34 Gewährleistung für Erfolg

Der Auftragnehmer verpflichtet sich, die vereinbarte Leistung mängelfrei zu erbringen, nicht aber, dass die gelieferten Leistungen den Erwartungen des Auftraggebers entsprechen oder damit ein bestimmtes Ziel des Auftraggebers erreicht werden kann.

§ 35 Vertretung des Auftraggebers

Ist der Auftraggeber eine juristische Person, ein im Übrigen beschränkter Hafender (z.B. GmbH), so haftet gegenüber dem Auftragnehmer der für diesen Auftraggeber Zeichnende persönlich wie ein Bürge, der auf die Einrede der Vorausklage verzichtet hat.

§ 36 Schadensersatz

Haftung und Schadensersatzansprüche sind auf den Auftragswert be-

schränkt. Es sei denn, der Auftragnehmer handelte vorsätzlich oder grob fahrlässig.

14. Gewerbliche Schutzrechte/Urheberrecht

§ 37 Rechtegewährleistung

Der Auftraggeber trägt die alleinige Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der zur Verfügung gestellten Unterlagen.

Erscheinen nicht rechtzeitig durch den Auftraggeber als fehlerhaft erkannte Werbemittel, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keine Ansprüche gegen den Auftragnehmer zu.

§ 38 Haftung des Auftraggebers für Verletzung der Rechte Dritter

Der Auftragnehmer ist nicht verpflichtet, Aufträge daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden.

Der Auftraggeber stellt den Auftragnehmer im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Auftragnehmer von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Auftragnehmer nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

§ 39 Übertragung von Nutzungsrechten

Der Auftraggeber überträgt dem Auftragnehmer sämtliche für die Nutzung der Werbung in 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- und Print-Medien.

15. Datenschutz

§ 40 Datenschutz

Gemäß § 26 Bundesdatenschutzgesetz weist der Auftragnehmer darauf hin, dass im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die erforderlichen Daten des Auftraggebers und Lieferantendaten mit Hilfe der EDV gespeichert werden.

Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

§ 41 Löschung von Daten

Der Auftragnehmer löscht personenbezogene Daten auf schriftlichen Antrag des Berechtigten. Die Löschung findet unverzüglich nach Eingang des Antrages bei dem Auftragnehmer statt. Im Falle von Daten, die im Rahmen der Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung elektronisch gespeichert sind, findet die Löschung unverzüglich nach Ablauf der durch Rechtsvorschriften bestimmten Mindestaufbewahrungsfristen statt.

16. Schlussbestimmung

§ 42 Erfüllungsort

Erfüllungsort für alle aus dem Vertrag sich ergebenden Pflichten ist, soweit nicht gesetzlich ausdrücklich ausgeschlossen, der Sitz des Auftragnehmers in Köln.

§ 43 Gerichtsstand

Gerichtsstand ist, soweit das Gesetz zwingend nichts anderes vorsieht, der Sitz des Auftragnehmers. Auch für das Mahnverfahren sowie für den Fall, dass der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthaltsort des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt ist oder die im Klagewege in Anspruch zu nehmende Partei nach Vertragsabschluss ihren Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthaltsort aus dem Geltungsbereich dieses Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Auftragnehmers in Köln vereinbart.

§ 44 Salvatorische Klausel

Sollte eine der Bestimmungen des Vertrages oder der Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder der Zusätzlichen Geschäftsbedingungen unwirksam sein oder werden, wird hierdurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Die unwirksame Bestimmung ist in eine solche Bestimmung umzudeuten, die dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen Bestimmung am nächsten kommt.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen – Anzeigenbereich „Print“

17. Allgemeines

§ 45 Werbeauftrag

Werbeauftrag im Sinne der zusätzlichen Geschäftsbedingungen – Anzeigenbereich „Print“ ist der Vertrag zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer über die Schaltung einer oder mehrerer Anzeigen, Beilagen oder Werbemittel in einer Druckschrift, in Informations- oder Kommunikationsdiensten zum Zwecke der Verbreitung.

18. Auftragserteilung und Auftragsannahme

§ 46 Auftrag durch Übersendung der Druckunterlagen

Die Übersendung der Druckunterlagen in jeglicher Form – insbesondere durch elektronische Übermittlung oder auf Datenträgern – gilt als Auftrag, wenn der Wille erkennbar ist, dass nach diesen Daten Drucksachen in einer bestimmten Quantität und Qualität hergestellt werden sollen. Hat der Auftraggeber keine weiteren Angaben gemacht, so gelten in diesem Falle der bei dem Auftragnehmer übliche Preis sowie der nächste in der Produktionsplanung realisierbare Fertigstellungstermin als Auftragbestandteil.

§ 47 Ablehnung eines Auftrages

Der Auftragnehmer behält sich vor, Auftragsaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Auftragnehmers abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Auftragnehmer unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretungen aufgegeben werden.

Beilagenaufträge sind für den Auftragnehmer erst nach Vorlage eines Musters der Anzeige oder Beilage und der Billigung bindend.

Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils des Druckobjekts erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, können ebenfalls abgelehnt werden.

Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

19. Haftung des Auftraggebers

§ 48 Lieferung und Qualität der Druckunterlagen

Für die rechtzeitige Lieferung der inhaltlich und technisch überprüften, einwandfreien Druckunterlagen der Anzeigen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich.

Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Auftragnehmer unverzüglich Ersatz an.

Gehen die für die Anzeige und die Beilage notwendigen Druckunterlagen nicht fristgemäß beim Auftragnehmer ein, so steht es dem Auftragnehmer frei, die Gestaltung der Anzeige und Beilage nach eigenem Ermessen festzulegen und nach den im Auftragsauftrag vereinbarten Bedingungen zu berechnen. Eine Verpflichtung zur Annahme der nicht fristgemäßen Anlieferung seitens des Auftragnehmers besteht nicht.

Eine Recht auf eine Beanstandung einer auf diese Weise veröffentlichten Anzeige und Beilage besteht nicht.

Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Auftragnehmer eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist.

20. Prüfausdrucke

§ 49 Ausdruck der Druckdaten

Der Auftraggeber hat die Pflicht, den Druckdaten deren Ausdruck auf Papier beizufügen. Maßgeblich für die Pflichten des Auftragnehmers, die sich aus der Kenntnis dieses Ausdrucks ergeben, ist dessen Qualität zum Zeitpunkt des Zugangs bei dem Auftragnehmer. Dies gilt insbesondere für den Fall, dass der Ausdruck per Fax übermittelt wird. Hier gilt als Zeitpunkt des Zugangs der Ausdruck des Faxes auf dem bei dem Auftragnehmer hierfür verwendeten Empfangsgerät und als Qualität diejenige, die bei einem Gerät dieser Art und Güte üblich ist.

§ 50 Unverbindlichkeit der Prüfausdrucke

Ausdrucke des Auftraggebers oder andere von ihm zur Verfügung gestellte Muster dienen lediglich der Prüfung der Druckdaten, haben jedoch für den Druck durch den Auftragnehmer keinerlei Verbindlichkeit. Prüfausdrucke werden nur als standverbindlich anerkannt, wenn sie durch den Auftragnehmer erstellt wurden („Proofs“). Eine Farbverbindlichkeit von Mustern – auch den bei dem Auftragnehmer erzeugten Proofs – ist technisch bedingt ausgeschlossen.

§ 51 Proof als Druckmuster

Der Auftraggeber kann vom Auftragnehmer gegen besondere Vergütung die Herstellung seiner Drucksachen nach einem vom Auftragnehmer erstellten Proof verlangen. In diesen Fällen ist das Proof in den durch die gegenüber dem Auftragnehmer unterschiedliche Beschaffenheit von Gerät und Bedruckstoff bedingten Toleranzgrenzen verbindliche Vorlage für das Druckergebnis. Lässt sich ein dem Proof entsprechendes Druckergebnis beim Auftragnehmer

nicht erzielen, so wird der Auftraggeber durch den Auftragnehmer unverzüglich hiervon unterrichtet.

21. Druckfreigabe

§ 52 Imprimatur

Die Druckfreigabe (Imprimatur) gilt grundsätzlich schon mit der Übersendung der Druckdaten als erteilt. Ist der Auftragnehmer mit der Herstellung eines Proofs oder eines Maschinenandrucks beauftragt, so gilt die Imprimatur als erteilt, wenn der Auftraggeber ihr nach Kenntnisnahme des Proofs oder des Maschinenandrucks nicht unverzüglich widerspricht. Die Gefahr etwaiger Fehler geht mit der Druck- bzw. Fertigungsfreigabe auf den Auftraggeber über, soweit es sich nicht um Fehler handelt, die erst in dem sich an die Freigabe anschließenden Fertigstellungsvorgang entstanden sind oder erkannt werden konnten. Das Gleiche gilt für alle sonstigen Freigabeerklärungen des Auftraggebers.

22. Besondere Vergütungen

§ 53 Vergütung von Vorarbeiten

Skizzen, Entwürfe, Probesatz, Probedrucke, Korrekturbzüge, Proofs, Änderung angelegelter oder übertragener Daten und ähnliche Vorarbeiten, die vom Auftraggeber veranlasst sind, werden berechnet. Gleiches gilt für elektronische Datenübermittlungen.

23. Grundsätze der Auftragsausführung

§ 54 Haftung des Auftraggebers für die Druckdaten

Der Auftragnehmer führt alle Aufträge, sofern nicht ausdrücklich anders vereinbart, auf der Grundlage der vom Auftraggeber gelieferten Druckdaten aus. Der Auftraggeber haftet in vollem Umfang für die Vollständigkeit und Richtigkeit dieser Daten, auch wenn Datenübertragungs- oder Datenträgerfehler vorliegen, diese aber nicht durch den Auftragnehmer zu verantworten sind.

§ 55 Ausschluss der Prüfungspflicht

Zulieferungen aller Art durch den Auftraggeber oder durch einen von ihm eingeschalteten Dritten – dies gilt auch für Datenträger und übertragene Daten – unterliegen keiner Prüfungspflicht seitens des Auftragnehmers. Dies gilt nicht für offensichtliche Mängel an den Zulieferungen, insbesondere nicht für Druckdaten, die nicht lesbar oder nicht verarbeitungsfähig sind.

§ 56 Platzierung

Im Interesse aller Inserenten für einen sinnvollen, optischen Gesamteindruck behält sich der Auftragnehmer vor, die Anzeige eines Auftraggebers an anderer Stelle des Druckobjekts zu platzieren, sofern die Anzeige selbst dadurch unverändert bleibt.

Der Auftragnehmer kann Platzierungsvorschriften des Auftraggebers nur als Wünsche vormerken und versuchen, sie im Rahmen der technischen Möglichkeiten zu berücksichtigen. Von dieser Regelung ausgenommen sind rubrizierte Anzeigen mit Platzierungszuschlag.

Der Auftragnehmer achtet so weit wie möglich von sich aus darauf, dass konkurrierende Anzeigen und Beilagen möglichst auf verschiedenen, nicht angrenzenden Anzeigenflächen untergebracht werden.

§ 57 Konkurrenzausschluss

Ein Anspruch auf Konkurrenzausschluss besteht jedoch grundsätzlich nicht. Wird zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer ein Konkurrenzausschluss vereinbart, so muss dieser grundsätzlich schriftlich erfolgen. Ist ein Auftrag platzgebunden, so kann der Ausschluss von Mitbewerbern nicht vereinbart werden.

Ein möglicher Konkurrenzausschluss bezieht sich nur auf den Hauptzweck der Firma des Auftraggebers. In der Anzeige und der Beilage erwähnte Nebentätigkeiten gelten als nicht den Konkurrenzausschluss begründend.

Kommt es zu einem Verstoß gegen den schriftlich vereinbarten Konkurrenzausschluss, so kann der Auftraggeber eine Herabsetzung des Rechnungsbetrags verlangen.

Der Rücktritt von dem erteilten Auftragsauftrag ist dabei ausgeschlossen.

24. Vorauszahlung

§ 58 Vorauszahlung

Der Auftragnehmer behält sich das Recht vor, bei Erstaufträgen von Kunden und Aufträgen aus dem Ausland, eine Vorauszahlung zum Termin des Anzeigenschlusses zu verlangen. Die Anzeigenschaltung erfolgt dann grundsätzlich erst nach Vorauszahlung. Gleiches gilt auch für Beilagenaufträge.

25. Fertigstellungstermine

§ 59 Verhinderung einer planmäßigen Veröffentlichung

Unvorhergesehene Ereignisse, die eine planmäßige Veröffentlichung der Anzeigen und Beilagen unmöglich machen, welchen mit zumutbaren und angemessenen Mitteln nicht begegnet werden kann und die nicht von dem Auftragnehmer zu vertreten sind, berechtigen diesen:

- die Veröffentlichung nicht vorzunehmen. Dem Auftraggeber wird in diesem Fall der Anzeigenpreis oder eine geleistete Vorauszahlung zurückerstattet;
- die Veröffentlichung in der nächstmöglichen Publikation, soweit dies dem Anzeigenzweck entspricht, vorzunehmen. Der Auftraggeber kann in diesem

Fall wählen, ob er der späteren Veröffentlichung zustimmt oder den Anzeigenpreis zurückerstattet haben möchte. Er hat seine Entscheidung dem Auftragnehmer nach dessen Aufforderung unverzüglich mitzuteilen;

d) soweit die Anzeige schon hergestellt, aber noch nicht in den Verkehr gebracht wurde, die Veröffentlichung einzuschränken oder abzubrechen. In diesem Fall folgt eine anteilige Preisrückerstattung.

In allen diesen Fällen hat der Auftragnehmer derart schwerwiegende Entscheidungen so frühzeitig wie möglich bekannt zu geben. Schadensersatzansprüche sind in jedem Fall für beide Parteien ausgeschlossen.

26. Annahme und Rechnungsstellung

§ 60 Rechnungsstellung

Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige und Beilage, übersandt. Die Rechnung ist sofort oder innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufende Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

27. Zahlung

§ 61 Zahlungsbedingungen

Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Auftragnehmer berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

28. Reklamation und Gewährleistung bei Mängeln

§ 62 Gewährleistungsausschluss für Druckdaten

Der Auftragnehmer druckt ausschließlich die vom Auftraggeber bereitge-

stellten Druckdaten unabhängig von deren Beschaffenheit und übernimmt daher keine Gewährleistung für Mängel, die auf der Beschaffenheit dieser Druckdaten beruhen. Eine Gewährleistung durch den Auftragnehmer entfällt insbesondere in allen Fällen, in denen die Beschaffenheit der Druckdaten oder die Art ihrer Erstellung von den Grundsätzen abweichen, die durch den Auftragnehmer im Internet in stets aktueller Form veröffentlicht sind oder schriftlich beim Auftragnehmer angefordert werden können, namentlich für Druckdaten des RGB-Farbraums, Druckdaten, die CMYK-Farbprofile beinhalten, Druckdaten mit zu geringer Auflösung sowie Druckdaten mit fehlenden, defekten bzw. nicht eingebetteten Schriften.

§ 63 Mängelrügen

Mängelrügen müssen innerhalb einer Ausschlussfrist von vier Wochen nach der Zustellung des Belegexemplars gegenüber dem Auftragnehmer geltend gemacht werden. Der Anzeigenauftrag gilt nach Ablauf der Frist für die Mängelrüge als ordnungsgemäß durchgeführt.

Ist die Mängelrüge berechtigt bei der Gestaltung und Herstellung der Anzeige oder Beilage oder des Druckobjekts, bezüglich Inhalt, Form oder Farbe, so kann der Auftraggeber bei nachgewiesener Fahrlässigkeit des Auftragnehmers eine Herabsetzung des Rechnungsbetrags verlangen.

Der Rücktritt von dem erteilten Anzeigenauftrag ist dabei ausgeschlossen.

Farbabweichungen im im Offsetdruck üblichen Bereich berechtigen nicht zu einer Mängelrüge oder dem Rücktritt von dem erteilten Anzeigenauftrag.

§ 64 Mehr- oder Minderlieferungen

Mehr- oder Minderlieferungen bis zu 10 v.H. der bestellten Auflage gelten nicht als Mangel und sind hinzunehmen, wobei jede Vertragspartei die Berechnung der tatsächlich gelieferten Menge verlangen kann.

29. Gewerbliche Schutzrechte/Urheberrecht

§ 65 Aufbewahrungspflicht

Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen – Erstellung von Grafiken

§ 66 Mitwirkungspflicht des Auftraggebers

Bei der Erteilung eines Auftrags zur grafischen und inhaltlichen Gestaltung einer Anzeige sind die hierfür notwendigen Texte, Bildvorlagen oder sonstige Angaben zur Erstellung an den Auftragnehmer unmittelbar zu übergeben.

§ 67 Zusätzlich anfallende Kosten

Anfallende Kosten für die Digitalisierung von Filmmaterial, die Konvertierung von Dateien, Probeabzügen oder Autorenkorrekturen werden gesondert berechnet.

§ 68 Sonderausführungen

Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen und die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Auftragnehmers gelten sinngemäß auch für Aufträge über Anzeigengestaltung, Beikleber oder sonstige technische Sonderausführungen.

§ 69 Überlassen von Quelldaten

Offene Daten, die dem Auftraggeber eine eigene Änderung der vom Auftragnehmer entwickelten Arbeiten ermöglichen, werden vom Auftragnehmer im Sinne des § 39 UrhG nicht zur Verfügung gestellt. In Ausnahmen können diese Daten nach ausdrücklich schriftlicher Vereinbarung gegen ein Entgelt überlassen werden.

§ 70 Urheberschaft

Die bei der Erstellung von Anzeigen und Grafiken entstehenden Vorschläge, Entwürfe, Layouts und Reinzeichnungen gelten als persönliche geistige Schöpfung des Eigentümers und unterliegen dem Urheberrechtsgesetz.

Sie dürfen ohne Erlaubnis weder im Original noch bei der Reproduktion verändert werden. Eine Nachahmung auch in Auszügen ist unzulässig.

Vorentwürfe, Entwürfe, Werbezeichnungen, Reinzeichnungen, Layoutdateien und Belichtungsdateien unterliegen dem gesetzlichen Schutz als angewandte Kunst. Sie dürfen nur mit Erlaubnis und in schriftlich vereinbartem Umfang verwendet werden. Dies gilt besonders bei einer Vervielfältigung.

Die Urheberbezeichnung ist gesetzlich geschützt.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen – Übermittlung von digitalen Druckunterlagen

§ 71 Digitale Druckunterlagen

Digitale Druckunterlagen sind solche, welche per Datenträger (z. B. Disketten, Cartridges, CD-ROM, DVD) direkt oder indirekt per Fernübertragung (z. B. ISDN, Serverupload, E-Mail) an den Auftragnehmer papierlos übermittelt werden.

§ 72 Übermittlung digitaler Druckunterlagen

Die Empfehlungen des Auftragnehmers zur Übermittlung von digitalen Druckunterlagen (siehe Webseite www.gecko-media.eu) sind vom Auftraggeber zu beachten. Weicht der Auftraggeber hiervon ab und führt dies zu einer Verschlechterung der Druckqualität, kann der Auftraggeber hieraus keine rechtlichen Ansprüche ableiten.

Im Falle der Übermittlung von digitalen Druckunterlagen hat der Auftraggeber dafür einzustehen, dass die übermittelten Druckunterlagen/Daten nicht mit Computerviren behaftet sind. Mit Computerviren behaftete Dateien werden vom Auftragnehmer vollständig gelöscht. Hieraus kann der Auftraggeber keinerlei rechtliche Ansprüche herleiten. Führt die Übermittlung von Druckunterlagen im vorstehenden Sinne zu Schäden beim Auftragnehmer, behält sich der Auftragnehmer Schadensersatzansprüche gegenüber dem Auftraggeber vor.

Der Auftraggeber trägt die Gefahr der Übermittlung des zur Veröffentlichung bestimmten Materials, insbesondere die Gefahr für den Verlust von Daten. Datenträger, Fotos oder sonstige Unterlagen des Auftraggebers werden ihm auf sein Verlangen und auf seine Kosten und Gefahr zurückgesandt.

§ 73 Geschlossene Dateien

Für die Übertragung von digital übermittelten Druckunterlagen dürfen nur geschlossene Dateien mit inkludierten Schriften verwendet werden, also solche Dateien, an denen der Auftragnehmer inhaltlich keine Möglichkeit der Veränderung hat.

Der Auftragnehmer kann bei offenen Dateien (dies sind z. B. Dateien, welche unter Corel Draw, QuarkXPress, Freehand, InDesign, Illustrator usw. gespeichert wurden) für die inhaltliche Richtigkeit nicht in Anspruch genommen werden.

§ 74 Farbproof

Digitale übermittelte Druckvorlagen für Farbanzeigen können nur mit einem auf Papier gelieferten Farbproof zuverlässig verarbeitet werden. Ohne Farbproof sind Farbabweichungen unvermeidbar. Der Auftraggeber kann hieraus keinerlei Gewährleistungsrechte geltend machen, insbesondere keinen Preisminderungsanspruch.

Stand: 05.07.2011

Impressum

Herausgeber, verantwortlich für den Inhalt

Gecko Media, Inh. Sven Görres
Pionierstraße 27
50735 Köln
Tel.: +49 (0)221 - 715 00 728
Fax: +49 (0)221 - 715 00 736
E-Mail: info@gecko-media.eu
Internet: <http://www.gecko-media.eu>

Bankverbindung

Kontoinhaber: Sven Görres
Bank: Deutsche Bank Privat- und Geschäftskunden AG
IBAN: DE75370700240623329000
BIC: DEUTDEDB373

Zahlungsbedingungen

Innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungserhalt netto Kasse.

Mehrwertsteuer

Es gilt die jeweils aktuelle gesetzliche Mehrwertsteuer.

Stand Preisliste

Stand: 11. Mai 2016. Mit Veröffentlichung einer neuen Preisliste verliert die bisherige ihre Gültigkeit.

Quellenangaben für die verwendeten Bilder und Grafiken

Bildmaterial: © Tim Reckmann, „Frau mit Lupe“ / PIXELIO

Wichtige Hinweise

studiPlan® ist eine eingetragene Marke der Gecko Media, Inh. Sven Görres.
Für alle Rechtsgeschäfte gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen, welche unter www.gecko-media.eu/allgemeine-geschaeftsbedingungen in ihrer jeweils aktuellen Fassung eingesehen werden können. Auf Wunsch senden wir sie Ihnen auch gerne zu.