



## INHORGENTA MUNICH DAILY VON UNTITLED

Die INHORGENTA MUNICH DAILY 2018 bietet Ihnen beste Plätze für Ihre Informationen zu Deutschlands wichtigstem Branchenevent. Im Zeitungsformat, auf bis zu **48 Seiten**, in **zwei Sprachen**, mit einer Auflage von **10.000 Exemplaren**: So erfahren die Messebesucher alles Wichtige über die INHORGENTA MUNICH und die ausstellenden Brands.

What's new? What's hot? Die INHORGENTA MUNICH DAILY weist den Weg.

- MEHR INHALT
- MEHR AKTUALITÄT
- MEHR MARKEN
- MEHR MENSCHEN
- MEHR PRODUKTE
- MEHR QUALITÄT

## FRÜHZEITIG INFORMIERT: DIE VORAB-AUSGABE

Bereits im **Januar** informiert eine **Pre-Daily-News** ihre Kunden über die Highlights der Messe. In einer Auflage von **10.000 Exemplaren** liegt sie im deutschsprachigen Raum der **GZ Goldschmiede Zeitung** 1/2018 bei. Weitere **20.000 Exemplare** werden gezielt an die internationalen **VIP-BUYER** der INHORGENTA MUNICH geschickt.

- VORAB INFORMIERT: 5 AUSGABEN FÜR 4 TAGE



## TOP-VERTEILER

Die INHORGENTA MUNICH DAILY wird nicht nur **ganztägig** auf der Messe verteilt, sondern sie liegt ab 7 Uhr morgens auch an allen für die Besucher **relevanten Orten Münchens** aus.

- RELEVANTE HOTELS
- VIP-SHUTTLES
- MVV
- AIRPORT-SHUTTLE
- BARS
- PLACES TO BE

UHREN  
WATCHES

SCHMUCK  
JEWELLERY

STEINE  
GEMS

DESIGN  
DESIGN

TECHNIK  
TECHNOLOGY

EVENTS  
EVENTS

SERVICE  
SERVICE

## SO HALTEN SIE UNS AUF DEM LAUFENDEN

Schicken Sie rechtzeitig redaktionelles Material, Bilder und Produktneuheiten an:  
[inhorgenta@untitled-verlag.de](mailto:inhorgenta@untitled-verlag.de)

## SO SIND SIE DABEI

1 x 1/1 Seite, 4c	3.500 EUR	1/1 Seite, 4c (U4)	4.500 EUR
3 x 1/1 Seite, 4c	8.925 EUR	1/2 Titelklapper	5.000 EUR
5 x 1/1 Seite, 4c	11.375 EUR	1/2 Titelklapper mit U4	7.900 EUR
2/1 Seite, 4c (Seite 2/3)	7.000 EUR	2/1 Seite, 4c (Mitte)	6.000 EUR

## IHR KONTAKT ZUM UNTITLED VERLAG



### ANZEIGENVERMARKTUNG

Alexander Steffl

fon: +49 (0) 7231 800 57-11

fax: +49 (0) 7231 800 57-15

mail: [a.steffl@untitled-verlag.de](mailto:a.steffl@untitled-verlag.de)

## TERMINE

	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss/Rücktrittstermin	Druckunterlagenschluss
Preview	06.01.2018	11.12.2017	12.12.2017
Freitag	16.02.2018		
Sonnabend	17.02.2018		
Sonntag	18.02.2018	25.01.2018	01.02.2018
Montag	19.02.2018		

## ANZEIGENFORMATE UND -PREISE

Format	Anschnitt* Breite x Höhe in mm	Grundpreis 4c**
2/1 Seite	600 x 440	6.000 EUR
1/1 Seite	300 x 440	3.500 EUR
<b>Sonderplatzierungen</b>		
Titelklapper (Vorder- und Rückseite)	Vorderseite 150 x 350 Rückseite 150 x 440	5.000 EUR
4. Umschlagseite	300 x 440	4.500 EUR
Titelklapper mit 4. Umschlagseite	Vorderseite 150 x 350 Rückseite 150 x 440 U4 300 x 440	7.900 EUR
1. Doppelseite	600 x 440	7.000 EUR
<b>Rabatt</b>		
1 Anzeige	0%	
3 Anzeigen	15%	
5 Anzeigen	35%	

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

\* Alle Anschnittformate zuzüglich 5 mm Beschnittzugabe pro Kante, \*\* Euroskala



Titelklapper



Titelklapper + 4. Umschlagseite



## AUFLAGENVERTEILUNG

Preview	30.000 Expl. [19.800 Expl. Direktversand an VIP-Buyer, 10.200 Expl. als Beilage in GZ 1/2018]
4 Ausgaben während der INHORGENTA MUNICH	je 10.000 Expl.

## DRUCKVERFAHREN

Druckverfahren	Rollenoffset
Ausgabeprofil	ISO coated v2 300
Farben	Euroskala, CMYK. Sonderfarben sind nicht erlaubt.

## ANLIEFERUNG

Datenanlieferung	Anlieferung auf elektronischem Wege (E-Mail, CD-ROM) bevorzugt. Der Dateiname sollte folgende Informationen enthalten: Firmenname/Markenname und Erscheinungstage.	
Kontakt	Untitled Verlag und Agentur GmbH & Co. KG  - Inhorgenta Daily News -  Medienpark Kampnagel, Jarrestr. 2, 22303 Hamburg	
Disposition/ Anzeigenverwaltung	Madeliene Osterhoff  fon: +49 (0) 40 18 98 81-110  mail: m.osterhoff@untitled-verlag.de	Manuela Rapp  fon: +49 (0) 7231 800 57-13  mail: m.rapp@untitled-verlag.de

## DATENÜBERTRAGUNG

Nutzen Sie zur Datenübertragung idealerweise die E-Mail-Adresse [m.osterhoff@untitled-verlag.de](mailto:m.osterhoff@untitled-verlag.de) oder [m.rapp@untitled-verlag.de](mailto:m.rapp@untitled-verlag.de). Für besonders große Dateien (**mehr als 20 MB**) empfehlen wir die Nutzung des Dienstes [www.wetransfer.com](http://www.wetransfer.com), ebenfalls mit Versand an die E-Mail-Adresse [m.osterhoff@untitled-verlag.de](mailto:m.osterhoff@untitled-verlag.de) oder [m.rapp@untitled-verlag.de](mailto:m.rapp@untitled-verlag.de).

- Bitte schicken Sie bevorzugt PDF-Dateien in Druckqualität mit eingebetteten Schriften (optimal PDF/X1a oder PDF/X-3).
- Geben Sie ihre Anzeige inkl. Beschnitt (5 mm ringsum) und Schnittmarken aus.
- Alle Bilder müssen mit mindestens 300 dpi in der Zielgröße aufgelöst und in CMYK gespeichert sein.

Wenn Sie keine PDFs antiefen, müssen alle mit der Datei verknüpften Bilder, Logos, Texte und die verwendeten Schriften mitgeliefert werden. **Folgende Dateiformate können verarbeitet werden:**

- Adobe InDesign bis Version CS4
- Adobe Freehand bis Version MX
- Adobe Photoshop and Illustrator bis Version CS4

**Proofs** Um die korrekte Farbwiedergabe sicherzustellen, schicken Sie uns bitte einen CMYK-Proof jeder Anzeige (Ausgabe-Profil: ISO Coated v2 300).

**Lieferadresse** Untitled Verlag und Agentur GmbH & Co. KG  
  
- Inhorgenta Daily News -  
  
Medienpark Kampnagel  
  
Jarrestr. 2  
  
22303 Hamburg

**Hinweis** Mehraufwand durch fehlerhaft angelieferte Daten, nötige Anpassungen und Korrekturen oder das Anfertigen fehlender Proofs wird nach Aufwand weiterberechnet.

## ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

1. „Anzeigenauftrag“ ist der Vertrag mit uns, der Untitled Verlag und Agentur GmbH & Co. KG, Hamburg (im Folgenden „Verlag“) über die Veröffentlichung und Verbreitung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbeteilnehmers (im Folgenden „Auftraggeber“) in einem von uns betreuten Printmedium, insbesondere einer Zeitung, Zeitschrift, Magazin, einem Fallblatt oder Flyer.
2. Anzeigenaufträge sind im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln.
3. Für den jeweiligen Anzeigenauftrag sind die Preise unserer jeweils gültigen Anzeigenpreisliste maßgeblich. Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden nur für die innerhalb eines Jahres in einer Druckschrift erscheinenden Anzeigen eines Auftraggebers gewährt. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige. Der Auftraggeber hat rückwirkenden Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Auftrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zurückzuerstatten. Die Rückvergütung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht. Für nicht oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen leistet der Verlag keinen Schadenersatz. Im Falle höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen.
5. Ohne Anerkennung einer Rechtspflicht gewährt der Verlag dem Auftraggeber ein vertragliches Rücktrittsrecht. Ein Rücktritt vom Anzeigenauftrag muss schriftlich erfolgen und ist erst mit Zugang bei dem Verlag wirksam. Dabei hat der Auftraggeber folgende Beträge zu entrichten: Bis zu 8 Wochen vor Anzeigenschluss ist der Rücktritt kostenfrei möglich, bis zu 4 Wochen vor Anzeigenschluss werden 40% der vereinbarten Vergütung fällig, innerhalb der letzten 4 Wochen vor Anzeigenschluss 80% der vereinbarten Vergütung.
6. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
7. 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 Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift wird keine Gewähr geleistet, es sei denn, dass der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrages ausdrücklich davon abhängig gemacht hat. Wird das Erscheinen einer Anzeige an bestimmten Plätzen (Platzvorschrift) zum Bestandteil des Auftrages gemacht, so wird ein Aufschlag von 20 Prozent erhoben.
8. Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht. Für die Unterbringung einer Anzeige im Textteil ist der Textteil-Preis zu zahlen. Anzeigen, die nur an einer Seite mit dem Text zusammenstoßen (textanschließende Anzeigen), werden zum Anzeigentitel-Preis berechnet.
9. Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er irreführend oder getäuscht wird. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Auftraggeber, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs.
10. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen- und Beilagenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen Grundsätzen des Verlages abzulehnen. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Annahmestellen oder bei Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und deren Billigung verbindlich. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
11. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Ad Specials ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet eine drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe der Anzeige.
12. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gesetzte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungserletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlages, seiner gesetzlichen Vertreter und seiner Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg schriftlich geltend gemacht werden.
13. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht fristgemäß zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
14. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird das tatsächlich abgedruckte Format der Preisberechnung zugrunde gelegt.
15. Rechnungen sind am Erstverkaufstag der Ausgabe fällig, in der die Anzeige veröffentlicht wird. Bei Vorauszahlung, die in voller Höhe vor dem Erstverkaufstag beim Verlag eingeht, wird 2 % Skonto gewährt, es sei denn, es bestehen noch ältere Verlagsforderungen. Bei Sonderrabatten wird kein Skonto gewährt. Bankinzinsverfahren ist vereinbar. Bei Überschreitungen des Zahlungsziels werden alle weiteren offen stehenden Rechnungen so fällig, unabhängig von den früher gewährten Zahlungszielen.
16. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden 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 und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
17. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenauschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung der Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
18. Kosten für erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen und für Lieferung bestellter Druckunterlagen hat der Auftraggeber zu bezahlen.
19. Bei fernmündlich aufgegebenen Bestellungen und Änderungen übernimmt der Verlag keine Haftung für sachliche Richtigkeit; die Haftung des Verlages für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit bleibt unberührt.
20. Ein Auflagenrückgang ist nur dann von Einfluss auf das Vertragsverhältnis, wenn eine Auflagenhöhe zugesichert ist und diese um mehr als 20 % sinkt. Darüber hinaus sind etwaige Preiserminderungs- und Schadenersatzansprüche 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.

21. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Er übernimmt darüber hinaus keine Haftung. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postwege 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. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.
22. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist.
23. 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. 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.
24. Auf den Vertrag findet ausschließlich deutsches materielles Recht unter Ausschluss seiner Bestimmungen des internationalen Privatrechts Anwendung.

### Ergänzende besondere Bedingungen für die Vermarktung von Werbeflächen im Internet (Online-Werbung)

1. Gegenstand eines Vertrags über Online-Werbung ist die Aufnahme eines Werbetreibenden, eines Button oder einer sonstigen Online-Werbeform des Auftraggebers (Werbemittel) auf einer von uns vermarkteten Webseite oder eines Internetportals.
2. Das Werbemittel des Auftraggebers wird an vereinbarter oder von uns nach billigem Ermessen unter Berücksichtigung der Interessen des Kunden bestimmter Stelle platziert und dort im Rahmen der mit dem Provider des Seitenbetreibers der vermarkteten Webseite bzw. des Internetportals vereinbarten Verfügbarkeit abrufbar gehalten. Das Werbemittel wird in der Regel über einen Hyperlink mit der Internetseite des Kunden (Zielseite) verknüpft, so dass die Internetseite auferufen wird, wenn das Werbemittel mit einem Mausklick aktiviert wird.
3. Der Auftraggeber hat vorbehaltlich einer individuellen Vereinbarung keinen Anspruch auf eine Platzierung der Werbemittel an einer bestimmten Position der jeweiligen Webseite oder auf Einhaltung einer bestimmten Zugriffszeit auf die jeweilige Webseite. Eine Umplatzierung des Werbemittels innerhalb des vereinbarten Umfeldes ist möglich, sofern die Werbewirkung dadurch nicht erheblich beeinträchtigt wird.
4. Der Inhalt des Werbemittels und dessen technische Spezifikationen wie Größe, statisch/animiert, Dateiformat, interaktiv HTML, Flash, Rich-Media, Sonderform wie Mouse-Move oder Nanosite, die Einzelheiten der Bereitstellung des Werbemittels durch den Kunden, die Art der Verlinkung, die Vergütung für den Werberaum und die Laufzeit der Werbung ergeben sich aus unserer Auftragsbestätigung. Für die rechtzeitige und ordnungsgemäße Lieferung des Werbemittels ist der Auftraggeber verantwortlich.
5. Der Auftraggeber wird die Webseite, auf der das Werbemittel platziert ist, unverzüglich nach der ersten Schaltung untersuchen und etwaige Mängel spätestens innerhalb von einer Woche nach der ersten Schaltung rügen. Nach Ablauf dieser Zeit gilt die Werbung als genehmigt.
6. Der Auftraggeber wird während der gesamten Laufzeit des Vertrags die Zielseite abrufbar halten. Dem Auftraggeber ist es jederzeit gestattet, eine andere Zielseite zu bestimmen und die Verknüpfung des Werbemittels mit einer anderen Internetseite festzulegen. Soweit dem Verlag eine solche Änderung zumutbar ist, wird die Verknüpfung unverzüglich geändert. Im Falle von Störungen bei der Verlinkung des Werbemittels zu der Zielseite wird uns der Auftraggeber von diesen Störungen unverzüglich in Textform in Kenntnis setzen.
7. Bei der Gestaltung und Herstellung des Werbemittels wird der Auftraggeber geltendes Recht und die guten Sitten beachten und dafür Sorge tragen, dass keine Rechte Dritter, gleich welcher Art, verletzt werden. Das gilt insbesondere für das geistige Eigentum Dritter (Marken-, Urheber- oder sonstige Rechte) und allgemeine gesetzliche Vorschriften (etwa zum Jugendschutz oder Schutz der Persönlichkeitsrechte). Personenbezogene Daten dürfen nur im Rahmen des anwendbaren Datenschutzrechts verarbeitet und genutzt werden. Stellt der Auftraggeber nachträglich fest, dass das Werbemittel geltendes Recht und/oder Rechte Dritter verletzt, so wird er uns hiervon unverzüglich in Textform unterrichten.
8. Die Ausgestaltung des Werbemittels darf keine Windows-Systemmeldung vortäuschen. Sie darf nicht über den Werbezeitpunkt irreführen. Sofern das Werbemittel nicht durch Anordnung und Gestaltung allgemein als Werbung erkennbar ist, kann der Verlag es als Werbung, insbesondere mit dem Wort „Anzeige“, kennzeichnen oder von redaktionellen Inhalten absetzen. Gestalterische Funktionselemente des Werbemittels müssen auch tatsächlich aktivierbar sein.
9. Der Kunde wird uns und den Seitenbetreiber (Anbieter im Sinne des TMG) von Ansprüchen Dritter gleich welcher Art freistellen, die aus der Rechtswidrigkeit des Werbemittels und/oder der Verletzung von Rechten Dritter resultieren, und wird die angemessenen Kosten der Rechtsverteidigung ersetzen. So gehen auch alle Ansprüche von Verwertungsgesellschaften (z.B. VG Bild-Kunst) zu Lasten des Auftraggebers, der dem Verlag spätestens bei Übersendung des Werbemittels alle für Verwertungsgesellschaften notwendige Angaben mitzuteilen hat.
10. Der Kunde räumt dem Verlag sämtliche für die Nutzung und auftragsgemäße Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte ein, insbesondere das Multimedia- und Onlinerecht, das Datenbankrecht, das Sende- und das Werberecht. Diese Rechte sind übertragbar, insbesondere an den Seitenbetreiber.
11. Die Schaltung des Werbemittels kann sofort unterbrochen werden, wenn Anhaltspunkte dafür vorliegen, dass es und/oder die Zielseite und/oder das Umfeld der Zielseite rechtswidrig ist und/oder Rechte Dritter verletzen. Anhaltspunkte für eine Rechtswidrigkeit und/oder Rechtsverletzung liegen insbesondere dann vor, wenn Behörden und/oder sonstige Dritte Maßnahmen, gleich welcher Art, gegen uns, den Seitenbetreiber und/oder gegen den Kunden ergreifen und diese Maßnahmen auf den Vorwurf einer Rechtswidrigkeit und/oder Rechtsverletzung stützen. Die Unterbrechung der Schaltung ist aufzuheben, sobald der Verdacht der Rechtswidrigkeit bzw. der Rechtsverletzung ausgeräumt ist. Der Auftraggeber ist über die Unterbrechung der Werbemittelschaltung unverzüglich zu unterrichten und unter Bestimmung einer Frist zur Ausräumung des Verdachtes aufzufordern. Nach fruchtlosem Fristablauf steht dem Verlag ein sofortiges Kündigungsrecht zu. Der Auftraggeber ist berechtigt, innerhalb der Frist die Schaltung eines anderen Werbemittels und/oder die Verlinkung mit einer anderen Internet-Seite zu verlangen. Die hierdurch entstehenden Mehrkosten trägt der Auftraggeber.
12. Die verschuldensunabhängige Haftung als Vermieter für bei Vertragsabschluss vorhandene Sachmängel der Webseite bzw. des Internetportals wird ausgeschlossen. Der Verlag haftet nicht für die Funktionsfähigkeit der Telefonleitungen zum Server des Seitenbetreibers oder bei Strom- oder Serverausfällen, die nicht in seinem Einflussbereich stehen. Das gilt auch für unvollständige oder nicht aktualisierte Angebote auf Proxy-Servern (Zwischenspeichern) anderer Provider oder Online-Dienste. Bei leichter Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur bei Verletzung vertragswesentlicher Pflichten (Kardinalpflichten), bei Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit und nach dem ProdHaftG. Im Übrigen ist die vorvertragliche, vertragliche und außervertragliche Haftung auf Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit beschränkt. Die Haftungsbeschränkung gilt auch im Falle des Verschuldens des Seitenbetreibers oder eines seiner Erfüllungsgehilfen.