PREISLISTE NR. 54

GÜLTIG AB 1.1.2018 (STAND 1.12.2017)

GZ

1 Titelporträt
2 Verlagsangaben
3 Grundpreise und Rabatte
4 Anzeigenformate und -preise
5 Termine und Themen
6 Ad Specials
7 Online und Crossmedia
8 Formate Online-Werbemittel
9 Stellen- und Gelegenheitsanzeigen
10 Datenanlieferung / Technische Angaben – Print
11 Datenanlieferung / Technische Angaben – Online
12 Allgemeine Geschäftsbedingungen
13 Ansprechpartner

UNTITLED
VERLAGENTUR

AUSWAHL
MIT AUSSICHT

BASEL
GIBT
GAS

DESIGN MIT
ZEITGEFÜHL

TRENDS MIT
ANSAGE

INSTRUMENTE
DER PRÄZISION

WUNDER MIT
WOW-EFFEKT

FORMEN MIT
FINESSE

KENNZEICHEN
FÜR HÖCHSTE
QUALITÄT

GZ – die Nr. 1 für Schmuck und Uhren.

Die GZ Goldschmiede Zeitung informiert seit mehr als einem Jahrhundert die Branche monatlich umfassend über Schmuck, Uhren, Edelsteine und Perlen: aktuelle Trends und neue Produkte, Marketing und Vertrieb, Technik und Werkstatt, Ausbildung und Events.

Die GZ, die im vergangenen Jahrhundert mit immer neuen redaktionellen Formaten überraschte, ist der Klassiker der Branche. Nicht zuletzt deshalb hat kein anderes Fachmagazin auch nur annähernd so viele Abonnenten wie die GZ: 97 Prozent aller Leser würden die GZ weiterempfehlen! Die Leser nutzen die GZ intensiv: Jeder Abonnent befasst sich im Durchschnitt rund zwei Stunden mit den Inhalten der GZ. Und 80 Prozent unserer Leser verpassen keine einzige Ausgabe.

Was am meisten für die GZ spricht:
Wer sich einmal für sie entschieden hat, bleibt ihr treu. Fast die Hälfte der Abonnenten bezieht die GZ laut Umfrageergebnis seit mehr als 20 Jahren. In Schulnoten bewertet, kommt die GZ auf eine 1-.

Die GZ, der junge Klassiker.

2 VERLAGSANGABEN

Verlag	Untitled Verlag und Agentur GmbH & Co. KG Medienpark Kampnagel, Jarrestraße 2 22303 Hamburg
fon	+49 (0) 40 189 881 – 0
fax	+49 (0) 40 189 881 – 111
Internet	www.untitled-verlag.de
Anzeigenleitung	Christian Sieg
fon	+49 (0) 40 189 881 – 161
e-mail	c.sieg@untitled-verlag.de
Auftragsabwicklung	
fax	+49 (0) 40 189 881 – 110
e-mail	auftragssteuerung@gz-online.de
Internet	www.gz-online.de
Jahrgang	116.
Erscheinungsweise	monatlich
Copypreis	12,00 EUR
Abonnement	
Inland	118,15 EUR
Ausland	124,63 EUR
Auflage in Exemplaren	(IVW III/2017)
Verbreitung	6.916
Verkauf	4.298
- Abonnement	3.637
- Sonstiger Verkauf	661

Aufteilung der Inlandsauflage nach Nielsen-Gebieten in Exemplaren

1 –	Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein, Niedersachsen	625
2 –	Nordrhein-Westfalen	947
3A –	Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland	797
3B –	Baden-Württemberg	939
4 –	Bayern	855
5 –	Berlin	125
6 –	Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt	118
7 –	Thüringen, Sachsen	140

Bankverbindung

Commerzbank Hamburg
IBAN DE36 2004 0000 0612 0992 00
SWIFT/BIC COBADEFFXXX

Zahlungsbedingungen

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, werden 2 % Skonto gewährt, es sei denn, es bestehen noch ältere Verlagsforderungen. Bei Sonderrabatten wird kein Skonto gewährt. Bankeinzugsverfahren ist vereinbar. Bei Überschreitungen des Zahlungsziels werden alle weiteren offenstehenden Rechnungen sofort fällig, unabhängig von den früher gewährten Zahlungszielen.
USt.-Ident.-Nr. DE 263 671 444.

Geschäftsbedingungen

Für die Abwicklung von Aufträgen gelten die Zahlungs- und Geschäftsbedingungen, die unter www.untitled-verlag.de einzusehen oder beim Verlag zu beziehen sind. Aufgrund steuerlicher Vorschriften bitten wir bei Auftragserteilung um Angabe der Steuernummer und/oder Umsatzsteuer-ID. Die in dieser Preisliste aufgeführten Angaben können unterjährig aktualisiert werden. Den jeweils letzten verbindlichen Stand dieser Preisliste finden Sie unter www.untitled-verlag.de.

3 GRUNDPREISE UND RABATTE

Format	Grundpreis 4c*
1/1 Seite (Innenteil)	3.900 EUR
1/1 Seite (2./3. Umschlagseite)	4.100 EUR
1/1 Seite (4. Umschlagseite)	4.300 EUR
2/1 Seite (Innenteil)	7.100 EUR
2/1 Seite (1. Doppelseite im Heft)	8.200 EUR
4/1 Seite (Covergatefolder)	9.800 EUR

* Euroskala

Mengenstaffel		Malstaffel	
1 Seite	5 %	ab 3 Anzeigen	5 %
3 Seiten	10 %	ab 6 Anzeigen	10 %
6 Seiten	15 %	ab 12 Anzeigen	15 %
12 Seiten	20 %	ab 24 Anzeigen	20 %

Ad Specials und Rubrikanzeigen werden nicht rabattiert.

Kombi-Rabatte

Auf Anfrage

Platzierungszuschlag

Bei bindenden Platzierungsvorschriften wird ein Zuschlag von 20 % auf den jeweiligen Grundpreis erhoben.

Farbzuschlag

Je Sonderfarbe 478 EUR

Anzeigenstrecken

3-seitig	10.000 EUR
5-seitig	15.000 EUR
7-seitig	20.000 EUR

Anzeigenstrecken setzen die unmittelbare Aufeinanderfolge aller Seiten innerhalb der normalen Heftproduktion voraus. Dieses Angebot kann von einem Werbungtreibenden allein oder von mehreren Werbungtreibenden gemeinsam über einen Gesamtauftrag genutzt werden. Die angegebenen Streckenpreise sind nicht rabattfähig und nicht abschlussrelevant.

Promotionanzeigen

Promotionanzeigen werden zum aktuell gültigen Anzeigenpreis berechnet und mit „Anzeige" gekennzeichnet. Die Produktionskosten (nicht abzugsfähig) für Layout, Text und reprofähige Druckvorlagen werden vom Auftraggeber getragen:

1/1 Seite	250 EUR
2/1 Seite	500 EUR

Eventuell anfallende weitere Kosten (Fotoshootings etc.) werden nach Umfang und Aufwand angeboten und berechnet. Die Buchung und das Briefing inklusive Text-/Bildmaterial müssen drei Wochen vor dem jeweiligen Anzeigenschluss vorliegen.

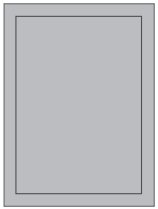
4 ANZEIGENFORMATE UND -PREISE

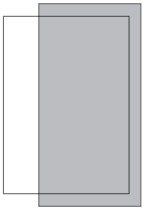
Format		Satzspiegel	Anschnitt*	Grundpreis	
		Breite x Höhe in mm*		s/w	4c**
2/1 Seite		2-mal 180 x 255	460 x 302	5.300 EUR	7.100 EUR
1/1 Seite		180 x 255	230 x 302	2.700 EUR	3.900 EUR
2/3 Seite	hoch	120 x 255	154 x 302	1.800 EUR	3.000 EUR
1/2 Seite	quer	180 x 127	230 x 151	1.350 EUR	2.100 EUR
	hoch	90 x 255	115 x 302		
1/3 Seite	hoch	60 x 255	77 x 302	900 EUR	1.600 EUR
	quer	185 x 80	230 x 99		
1/4 Seite	quer	180 x 64	230 x 76	670 EUR	1.200 EUR
2-spaltig	hoch	90 x 127			
1-spaltig	hoch	45 x 255	55 x 302		

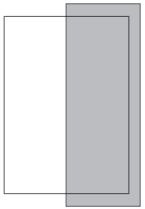
Weitere Formate auf Anfrage

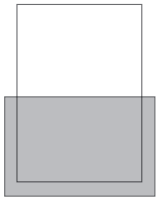
* Anschnittformat zzgl. Beschnittzugabe an allen Seiten je 5 mm
** Euroskala

4 ANZEIGENFORMATE UND -PREISE

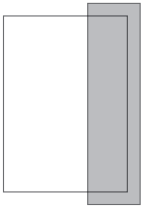


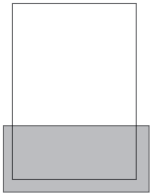


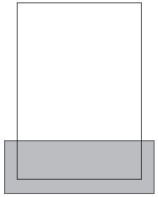


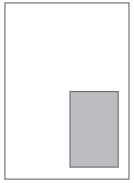


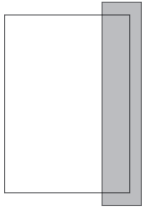
	1/1 Seite	2/3 Seite, hoch	1/2 Seite, hoch	1/2 Seite, quer
Anschnitt in mm	230 x 302	154 x 302	115 x 302	230 x 151
Satzspiegel in mm	180 x 255	120 x 255	90 x 255	180 x 127
Grundpreis 4c	3.900 EUR	2.700 EUR	2.100 EUR	2.100 EUR











	1/3 Seite, hoch	1/3 Seite, quer	1/4 Seite, quer	1/4 Seite, hoch, 2-sp.	1/4 Seite, hoch, 1-sp.
Anschnitt in mm	77 x 302	185 x 80	230 x 76		55 x 302
Satzspiegel in mm	60 x 255	230 x 99	180 x 64	90 x 127	45 x 255
Grundpreis 4c	1.600 EUR	1.600 EUR	1.200 EUR	1.200 EUR	1.200 EUR

Alle Anschnittformate zuzüglich je 5 mm Beschnittzugabe pro Kante.

5 TERMINE UND THEMEN

Ausgabe	Erscheinungs-termin	Anzeigen-schluss	Druckunterlagen-schluss	Themen
Januar	08.01.18	07.12.17	11.12.17	Inhorgenta & SIHH-Vorberichte. Art&Design. **GZ plus Trauringe.**
Februar	09.02.18	17.01.18	22.01.18	Inhorgenta Munich 2018. **Booklet** Smartwatches.
März	13.03.18	15.02.18	21.02.18	Baselworld. Frühjahrsneuheiten.
April	12.04.18	15.03.18	21.03.18	**Best Practice** Präsentation: Raum-, Licht und Verkaufskonzepte. Fashion: Best of Lifestyle.
Mai	14.05.18	17.04.18	20.04.18	Outdoor-Special. Außendienst. **GZ plus Idar Oberstein.**
Juni	13.06.18	17.05.18	23.05.18	Farbsteine & Farbsteinschmuck. Newcomer: Neue Marken braucht das Land. **GZ plus Best of Design.**
Juli	10.07.18	15.06.18	20.06.18	Scheideanstalten. Skandinavien.
August	09.08.18	17.07.18	20.07.18	Herbstmessen. Schaufenster: Real und Digital. **GZ plus Made in Germany.**
September	06.09.18	14.08.18	17.08.18	Topseller für das Weihnachtsgeschäft. **GZ plus Intergem (inklusive Messekatalog).**
Oktober	05.10.18	11.09.18	14.09.18	Premium: Die Spitze des Angebots. **GZ plus Gemworld Munich.**
November	05.11.18	11.10.18	16.10.18	Design-Uhren. Herrenschmuck & Accessoires. **Best Practice** Alles, was 2018 gut funktioniert hat. Perle & Co.
Dezember	03.12.18	08.11.18	13.11.18	Innovation: Technik-Spezial.

5 TERMINE UND THEMEN (GZ-RELEVANTE MESSEN UND AUSSTELLUNGEN 2018)

Kolkata Jewellery & Gem Fair, Kolkata	11.01.–13.01.
Malaysia International Jewellery Fair, Kuala Lumpur	12.01.–15.01.
Nordstil, Hamburg	13.01.–15.01.
Ornaris Zürich, Zürich	14.01.–16.01.
SIHH Haute Horlogerie Genf, Genf	15.01.–19.01.
Bijorhca, Paris	19.01.–22.01.
VicenzaOro January, Vicenza	19.01.–24.01.
Joya International Jewellery, Silversmiths & Watchcrafts Exhibition, Guadalajara	23.01.–25.01.
IJT International Jewellery Tokyo, Tokio	24.01.–27.01.
JOGS Gem & Jewelry Show, Tucson	25.01.–05.02.
Antwerp Diamond Trade Fair, Antwerpen	28.01.–30.01.
AGTA Gemfair, Tucson	30.01.–03.02.
Bisutex, Madrid	31.01.–04.02.
JCK Tucson, Tucson	31.01.–03.02.
Junwex Petersburg, St. Petersburg	31.01.–04.02.
Madridjoya, Madrid	31.01.–04.02.
Spring Fair International, Birmingham	04.02.–08.02.
Signature, Mumbai	09.02.–12.02.
Ambiente Internationale Frankfurter Messe, Frankfurt a. M.	09.02.–13.02.
Inhorgenta Munich, München	16.02.–19.02.
Bangkok Gems & Jewelry Fair, Bangkok	21.02.–25.02.
ElitEXPO, Lwiw, Ukraine	23.02.–26.02.
JAA Australian Jewellery Fair, Sydney	27.02.–28.02.
Hong Kong International Diamond, Gem & Pearl Show, Hongkong	27.02.–03.03.
Hong Kong International Jewellery Show, Hongkong	01.03.–05.03.
METS, Machinery, Equipment, Technology and Supplies for Jewellery & Watch Industry, Hongkong	01.03.–05.03.
AJWEX Jewelry & Watches Exhibition, al-Ain	05.03.–10.03.
Internationale Handwerksmesse München, München	07.03.–13.03.
JA New York Winter Show, New York	10.03.–12.03.
ASD Jewelry Show, Las Vegas	11.03.–14.03.
Gem & Jewellery India International Exhibition, Chennai	20.03.–22.03.
International Fair of Amber, Jewellery and Gemstones, Danzig	21.03.–24.03.
AMBERIF, Danzig	21.03.–24.03.
Istanbul Jewellery Show, Istanbul	22.03.–25.03.
Baselworld 2015, Basel	22.03.–27.03.
China International Gold, Jewellery & Gem Fair, Shenzhen	19.04.–22.04.
Jeweller Expo Ukraine, Kiew	26.04.–29.04.
International Jewellery & Watch Show, Abu Dhabi	Mai
OROAREZZO, Arezzo	05.05.–08.05.
IJK International Jewellery Kobe	16.05.–18.05.
International Jewelry + Watch Vietnam, Ho Chi Minh City	17.05.–20.05.
Cambodia Gems & Jewelry Fair, Phnom Penh	25.05.–28.05.
G.L.D.A. Las Vegas Gem & Jewelry Show, Las Vegas	28.05.–31.05.
Luxury at JCK, Las Vegas	30.05.–04.06.
Las Vegas Antique Jewelry & Watch Show, Las Vegas	31.05.–03.06.
AGTA GemFair, Las Vegas	31.05.–04.06.
Couture, Las Vegas	31.05.–04.06.
The JCK Show Las Vegas	01.06.–04.06.
EUNIQUE, Karlsruhe	08.06.–10.06.
Hyderabad Jewellery, Pearl & Gem Fair, Hyderabad	09.06.–11.06.
June Hong Kong Jewellery & Gem Fair, Hongkong	21.06.–24.06.
Jovella – Intern. Jewelry Exhibition, Tel Aviv	26.06.–27.06.
Tendence Internationale Frankfurter Messe, Frankfurt a. M.	30.06.–03.07.
MTA Vietnam, Ho Chi Minh City	03.07.–06.07.
JA New York Summer Show, New York	15.07.–17.07.
New York Antique Jewelry & Watch Show, New York	27.07.–29.07.
Malaysia International Jewellery Fair, Kuala Lumpur	28.07.–31.07.
ASD Jewelry Show, Las Vegas	29.07.–01.08.
Nordstil, Hamburg	11.08.–13.08.
Japan Jewellery Fair, Tokio	28.08.–30.08.
Midora, Leipzig	01.09.–03.09.
International Amber Fair AMBERMART, Danzig	06.09.–08.09.
Bangkok Gems & Jewelry Fair, Bangkok	September
Madridjoya, Madrid	12.09.–16.09.
September Hong Kong Jewellery & Gem Fair, Hongkong	13.09.–17.09.
VicenzaOro September, Vicenza	23.09.–27.09.
Intergem, Idar-Oberstein	28.09.–01.10.
Westdeutsche Mineralientage Dortmund	Oktober
JWS ABU DHABI, Abu Dhabi	25.10.–29.10.
The Munich Show/Mineralientage München	Oktober
Jewellery Arabia, Bahrain	November

Zeigen Sie mehr Format mit Ihrer Anzeige

Sonderwerbeformen erfreuen sich zunehmender Beliebtheit. Sie sind die perfekte Abrundung für den klassischen Kommunikationsauftritt. Die GZ bietet einmalig aufmerksamkeitsstarke Sonderwerbeformen. Realisieren Sie spektakuläre Auftritte, die Ihrer Zielgruppe nachhaltig in Erinnerung bleiben. Nachfolgend finden Sie einige Beispiele für Ihren Auftritt in der GZ. Doch Ihrer Fantasie sind keine Grenzen gesetzt, sprechen Sie mit unseren Anzeigenberatern!

Banderole (auf Anfrage)

Format: offen ca. 500 x 80 mm
Preis per ‰: 294 EUR

Covergatefolder

Umfang: 3 Seiten + Titel
Format: Cover: 227 x 302 mm
Klappe: 212 x 302 mm
zzgl. 5 mm Beschnitt je Seite
Preis: 9.800 EUR

Altarfalz

Umfang: 8 Seiten
Format: offen 880 mm x 302 mm
zzgl. 5 mm Beschnitt je Seite
Preis: 11.000 EUR

Weitere Sonderformate auf Anfrage!

	Beilagen	Beikleber	Beihefter
Definition	Beilagen sind verarbeitungsfertige Produkte, die der Zeitschrift lose beigelegt werden.	Beikleber sind verarbeitungsfertig angelieferte Produkte, die auf einer Trägeranzeige aufgeklebt werden und durch den Interessenten abgelöst werden können.	Beihefter sind fest in die Zeitschrift integrierte Drucksachen/Prospekte eines Werbenden. Sie können verarbeitungsfertig vom Auftraggeber angeliefert oder auf Anfrage durch uns hergestellt werden.
Preis	je 0/00 bis 25 g 178,00 EUR bis 30 g 203,00 EUR bis 35 g 222,40 EUR Weitere auf Anfrage		2-seitig 2.650 EUR
Auftrags-/Rücktrittstermin	6 Wochen vor Erstverkaufstag (EVT). Reservierungen sind für 4 Wochen möglich, danach bzw. zum Auftragsschlusstermin hat ein Auftrag Vorrang. Der Auftrag wird für den Verlag nach Vorlage eines Musters (5-fach) bei Auftragserteilung, spätestens aber 5 Wochen vor EVT verbindlich.	6 Wochen vor Erstverkaufstag (EVT). Reservierungen sind für 4 Wochen möglich, danach bzw. zum Auftragsschlusstermin hat ein Auftrag Vorrang. Die Annahme eines Auftrags kann von der Durchführung eines Probelaufs abhängig sein, für den der Auftraggeber 500 Originalmuster zur Verfügung stellen muss.	6 Wochen vor Erstverkaufstag (EVT). Reservierungen sind für 4 Wochen möglich, danach bzw. zum Auftragsschlusstermin hat ein Auftrag Vorrang. Der Auftrag wird für den Verlag nach Vorlage eines Musters (5-fach) bei Auftragserteilung, spätestens aber 5 Wochen vor EVT verbindlich.
Belegung	Gesamtauflage, Teilbelegung auf Anfrage Verarbeitungszuschuss: 2 %	Gesamtauflage, Teilbelegung auf Anfrage Verarbeitungszuschuss: 2 %	Gesamtauflage, Teilbelegung auf Anfrage Verarbeitungszuschuss: 2 %
Formate (Breite x Höhe in mm)	Mindestformat:105 x 148 Höchstformat: 215 x 285	Mindestformat: 90 x 70 Höchstformat: bei Drucksachen: 195 x 195 bei Warenproben: auf Anfrage	Unbeschnittenes Format: 238 x 315 Beschnittenes Format: 230 x 302. Die Anlieferung ist im unbeschnittenen Format zur Weiterverarbeitung mit 3 mm Kopfanlage und 3 mm Fräsrand erforderlich.
Papiergewicht	2-seitig: mindestens 150 g/qm 4-seitig: mindestens 100 g/qm 8-seitig: mindestens 60 g/qm umfangreicher: mindestens 50 g/qm	Postkarten:150 g/qm Andere Drucksachen: auf Anfrage	4-seitig: mindestens 100 g/qm 8-seitig: mindestens 70 g/qm 12-seitig: mindestens 65 g/qm 16-seitig: mindestens 57 g/qm

	Beilagen	Beikleber	Beihefter
Technische Hinweise	Beilagen werden maschinell mit der geschlossenen Seite zum Bund in das Heft eingefügt. Sie müssen als ein Teil verarbeitet werden können und an einer Seite geschlossen sein. Enthalten sie eine angeklebte Postkarte, muss diese seitlich an der geschlossenen Seite mit einer Streifenleimung angeklebt sein. Enthalten sie ein anderes aufgeklebtes Element, bedarf das einer Absprache. Eine bestimmte Platzierung kann nicht zugesagt werden. Zickzack gefalzte Beilagen können nicht verarbeitet werden. Bei evtl. auftretenden Verarbeitungsschwierigkeiten hat die Fertigstellung der Auflage Vorrang.	Beikleber werden maschinell mit der geschlossenen Seite zum Bund in das Heft eingefügt. Sie müssen als ein Teil verarbeitet werden können und an einer Seite geschlossen sein. Enthalten sie eine angeklebte Postkarte, muss diese seitlich an der geschlossene Seite mit einer Streifenleimung angeklebt sein. Enthalten sie ein anderes aufgeklebtes Element, bedarf das einer Absprache. Eine bestimmte Platzierung kann nicht zugesagt werden. Zickzack gefalzte Beikleber können nicht verarbeitet werden. Bei evtl. auftretenden Verarbeitungsschwierigkeiten hat die Fertigstellung der Auflage Vorrang.	Beihefter, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Werbung erkennbar sind, müssen aus presserechtlichen Gründen mit dem Wort „Anzeige" gekennzeichnet werden (mind. in 8-Punkt-Versalien). Bei evtl. auftretenden Verarbeitungsschwierigkeiten hat die Fertigstellung der Auflage Vorrang gegenüber den Ad Specials.
Anlieferung	Ad Specials müssen einwandfrei verarbeitet und in unverschränkten Lagen zu 10 cm abgesetzt, Beihefter mit der Rückseite nach oben, Warenproben in Magazinkartons, transportsicher auf Euro-Paletten verpackt, frei Druckerei geliefert werden. Anlieferungstermine auf Anfrage Dierichs Druck + Media GmbH & Co. KG Warenannahme - zur Weiterleitung an Herrn Mergardt Frankfurter Straße 168 34121 Kassel Warenannahme Mo. bis Fr. 08.00 – 18.00 Uhr Die Begleitpapiere müssen Angaben über Absender und Empfänger, Stückzahl der Transporteinheiten, Zeitschriftentitel, Inserent und Heftnummer enthalten. An jeder Verpackungseinheit sollte sichtbar ein Muster angebracht sein. Abweichungen von der Packnorm führen zu Mehrkosten. Eine Wareneingangskontrolle findet nicht statt.		
Ansprechpartner	Christian Sieg, fon +49 (0) 40 189 881-161, e-mail c.sieg@untitled-verlag.de Madeliene Osterhoff, fon +49 (0) 40 189 881-110, e-mail m.osterhoff@untitled-verlag.de Manuela Rapp, fon +49 (0) 72 31 800 57-12, e-mail m.rapp@untitled-verlag.de		

gz-online.de:
Das Portal der GZ Goldschmiede Zeitung

Hier finden Sie zusätzlich zu allen Berichten der Goldschmiede Zeitung aktuelle Informationen zu Produkten, Herstellern sowie tagesaktuelle Nachrichten der Schmuck- und Uhrenbranche.

GZ-Online nutzt die gesamte Bandbreite des Mediums und bietet Ihnen eine zukunftsorientierte Kommunikation mit Ihren Zielgruppen.

Bannerwerbung mit Link auf externe Seite

Formate	(Breite x Höhe in Pixel)	Grundpreis
Single Size	137 x 60	492 EUR
Half Size	234 x 60	663 EUR
Full Size Ad	468 x 60	884 EUR
Content Ad	300 x 250	884 EUR
Skyscraper	160 x 600	1.190 EUR
Superbanner	728 x 90	1.190 EUR
Ad Bundle	Formate siehe oben	1.390 EUR

(bestehend aus: Content Ad, Skyscraper & Superbanner)

Laufzeit 30 Tage, Platzierung: Startseite und Unterseiten (in Rotation).
Über weitere Werbeformate und Platzierungen informieren wir Sie gern.

Redaktioneller Onlinebeitrag mit Link

Preis auf Anfrage

Rubrikanzeigen im Forum Marktplatz

Je Zeile 55 Zeichen	jede Zeile 9,30 EUR
Kombipreis (mit Printanzeige)	6,00 EUR
Chiffregebühr	11,50 EUR
Plus Bild oder Logo	30,00 EUR
Plus Link	24,00 EUR
Plus PDF	240,00 EUR

Laufzeit: 30 Tage

Rabatte

3 Monate	5 %	6 Monate	10 %
9 Monate	15 %	12 Monate	20 %

Formatbezeichnung	Abmessung in Pixel	Gewicht Flash	Dateiformat
Bigsize-Banner	728 x 90	150 KB	SWF/GIF/HTML(5)/Redirect
Exp. Bigsize-Banner	max. 728 x 300	200 KB	SWF/GIF/HTML(5)/Redirect
Medium Rectangle	300 x 250	150 KB	SWF/GIF/HTML(5)/Redirect
Exp. Medium Rectangle	max. 400 x 400	200 KB	SWF/GIF/HTML(5)/Redirect
Skyscraper	120/160 x 600	150 KB	SWF/GIF/HTML(5)/Redirect
Exp. Skyscraper	300 x 600	200 KB	SWF/GIF/HTML(5)/Redirect
Videowerbung	Wir benötigen zur korrekten Anzeige von Videowerbung eine Quelldatei im FLV-Format. Davon unabhängig können Sie jederzeit auch Videos etwa in den Formaten MPEG oder AVI anliefern, in diesem Fall wird das Video in das FLV-Format konvertiert. Eine Anlieferung der Videowerbemittel als VAST-URL ist ebenfalls möglich. Die maximal Auflösung des Videos darf 1920 x1080 Pixel nicht überschreiten. Das Video wird, soweit notwendig, durch das Pillarbox-Format in die Zielgröße konvertiert.		

Weitere Formate auf Anfrage

9 STELLEN- UND GELEGENHEITSANZEIGEN

Format		Satzspiegel Breite x Höhe in mm	Grundpreis s/w	Grundpreis 4c**
1/2 Seite	quer	205 x 135	1.325 EUR	2.055 EUR
	hoch	100 x 273		
1/4 Seite		100 x 135	670 EUR	1.200 EUR
1/8 Seite		100 x 65	332 EUR	670 EUR
1/16 Seite	quer	100 x 30	166 EUR	330 EUR
	hoch	45 x 65		
1/32 Seite	quer	100 x 15	83 EUR	165 EUR
	hoch	45 x 30		
Rubrikanzeigen pro mm (1-spaltig, 45 mm breit)			2,80 EUR	5,60 EUR
Stellengesuche* pro mm (1-spaltig, 45 mm breit)			1,40 EUR	
Chiffregebühr (Inland/Ausland)		11,50 EUR		

Weitere Formate auf Anfrage

* ermäßigter Preis gilt nicht für Vertretungsgesuche

Zeitschriftenformat

Beschnitten:	230 mm x 302 mm
Unbeschnitten:	240 mm x 312 mm
Satzspiegel:	185 mm breit x 255 mm hoch
Spaltenzahl:	4 Spalten
Spaltenbreite:	45 mm

Druck- und Bindeverfahren

Offsetdruck, Klebebindung. Bei Reinzeichnungen, Aufsichtsvorlagen, Filmen oder Dias werden die Reproduktionskosten in Rechnung gestellt. Für die Übernahme digitaler Anzeigen gelten unsere gesonderten Richtlinien.

Übernahme digitaler Anzeigen

Um digitale Anzeigen/Druckunterlagen annehmen und problemlos weiterverarbeiten zu können, müssen bestimmte Bedingungen eingehalten werden:

1. Datenübertragung

E-Mail:	Bitte senden Sie ein hochauflösendes Druck-PDF an vorstufe@gz-online.de (bevorzugt PDF/X-3) in CMYK. Sonderfarben nur auf Anfrage.
FTP:	Benutzername und Passwort für den FTP-Server bekommen Sie unter +49 (0) 40 189 881-150 oder unter vorstufe@gz-online.de

2. Programme

Macintosh-Layoutprogramme:	InDesign bis CS4
Macintosh-Grafikprogramme:	Freehand bis Version MX, Photoshop, Illustrator bis CS4

3. Datenträger

CD-ROM, DVD: Zusammen mit dem Datenträger werden alle Informationen über Zeitschrift/Titel, Absender/Firma, Betriebssystem, verwendete Programmversionen, Dateinamen und Farben benötigt. PS-Dateien und PDF-Dateien können nach vorheriger Absprache geliefert werden.

4. Schriften

In den Programmdateien und beigefügten Schrift-Importen dürfen keine modifizierten Schriften benutzt werden. Alle verwendeten Schriften und Schriftschnitte, insbesondere in EPS-Files enthaltene, müssen im Auftrag einzeln aufgeführt sein.

5. Grafiken/andere Importe

Sind in der Anzeige Grafiken oder Scans platziert, müssen diese Importe unbedingt beigefügt sein. Die Grafik- oder Bilddateien im Originalprogramm sind zusätzlich separat auf Datenträger zu speichern. Zulässige Grafik-Formate sind: EPS, JPEG, TIFF.

6. Farbanzeigen/Belege/Proofs

Von jeder zu belichtenden Seite ist ein Kontrakt-Proof gemäß bvdm-MSD/PSO (Prozessstandard Offsetdruck) beizufügen. Farbandrucke vom Farbkopierer sind nicht druckverbindlich.

7. Preise

Fehlbelichtungen aufgrund von unvollständigen oder fehlerhaften Dateien, falschen Einstellungen oder unvollständigen Angaben werden berechnet. Das gilt gleichermaßen für zusätzliche Satz- oder Lithoarbeiten sowie für die Erstellung fehlender Proofs.

8. Gewährleistung

Nur was auf dem Datenträger vorhanden ist, kann reklamiert werden. Für Abweichungen in Texten und Bildern und insbesondere Farben übernimmt der Verlag keine Haftung.

Datenanlieferung

Bitte senden Sie die Daten per E-Mail an m.rapp@untitled-verlag.de

Voraussetzungen für die Verwendung von HTML5-Werbemitteln

Es werden u. a. Adobe-Edge und Swiffy-Werbemittel unterstützt. Es können beliebig viele Grafiken, CSS, JavaScript- und andere Dateien verwendet werden.

Pro Werbemittel müssen alle Dateien in einem gemeinsamen Verzeichnispfad liegen, z. B. werbung/Skyscraper/css/..., werbung/Skyscraper/js/..., werbung/Skyscraper/img/...

Pro Werbemittel darf es nur eine HTML-Datei geben, die sozusagen als eigentliches Werbemittel fungiert. Diese Datei muss im Verzeichnispfad oberhalb der Ressourcendateien (Bilder, JS, CSS) liegen. Alle Dateien müssen relativ miteinander verknüpft sein (z. B. src=„css/meinedatei.css“).

Adobe-Edge-Werbemittel müssen folgende ClickTag-Funktion enthalten:

```
clickTag();
window.open(„http://www.zielseite.de“, „_blank“);
```

ODER

```
window.open(dhtml.getVar(„clicktag“, „http://www.adspirit.de“), „_blank“);
```

Im Code der Werbemittel-HTML-Datei kann eine Variable definiert werden, der AdSpirit die Ziel-URL via Macro übergibt. Die Variable kann später verwendet werden, um das Fenster zu öffnen.

Beispiel

```
var zielseite = „%urlredirect%“;
```

Bitte senden Sie uns HTML5-Werbemittel als Zipdatei.

Flash Banner Click Tracking

Untitled nutzt die ClickTAG-Methode. Bitte beachten Sie, dass alle Flash-Werbemittel das korrekte Click Tracking beinhalten.

ClickTAG-Methode

Die Klick URL steht in Flash in Form der Variablen ClickTAG zur Verfügung. Die genaue Groß- und Kleinschreibung der Variablen ist notwendig.

Wir empfehlen folgende Schreibweise der Variablen: „ClickTAG“, bei abweichender Schreibweise teilen Sie uns bitte die exakte Schreibweise mit.

Die Link-URL kann mit folgenden Action-Script-Befehlen programmiert werden:

```
on (release) {
getURL(_root.ClickTAG, „_blank“);
}
```

Multible ClickTAGs

Bei der Verwendung von mehreren ClickTAGs ist darauf zu achten, dass die Variablen sich voneinander unterscheiden. Hierfür sollten folgende Variablen verwendet werden: „ClickTAG1“, „ClickTAG2“, etc.

Hinweis:
Untitled unterstützt bis zu 10 ClickTAGs in einem Flash-Werbemittel.

Flash-Funktionen für FlashLayer

Close
Ein FlashLayer muss eine Variable enthalten, die es zulässt, dass der User den Banner selber schließen kann.
Der Schließen-Button sollte oben rechts platziert werden.

Hinweis:
Diese Funktion muss in jedem Fall enthalten sein, auch dann, wenn das Flash-Werbemittel am Ende der Animation komplett transparent ist, da in manchen Browsern die verdeckten Links nicht klickbar sind. Erst durch die Schließfunktion wird das FlashLayer komplett ausgeblendet.
Wenn das Werbemittel einen Schließen-Button enthält, muss dieser funktionieren, auch wenn es sich nicht um ein FlashLayer handelt.

12 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 Werbetreibenden (im Folgenden „Auftraggeber") in einem von uns betreuten Printmedium, insbesondere einer Zeitung, Zeitschrift, Magazin einem Faltblatt 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 zurückzuvergüten. 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 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 aufgrund 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 Anzeigenteil-Preis berechnet.

9. Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er irregeführt oder getäuscht wird. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrags 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 Musters der Beilage und deren Billigung bindend. 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. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadensersatzansprüche 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 Verlags, 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. Bankeinzugsverfahren ist vereinbar. Bei Überschreitungen des Zahlungsziels werden alle weiteren offen stehenden Rechnungen sofort 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 offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

17. Der Verlag liefert mit der Rechnung 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 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 Verlags 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 Preisminderungs- 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 Werbebanners, 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 aufgerufen 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 Werbezweck 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 Senderecht 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 Verdachts 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 wir 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.

Büro Hamburg
Untitled Verlag und Agentur GmbH & Co. KG
Medienpark Kampnagel, Jarrestraße 2
22303 Hamburg

fon: +49 (0) 40 18 98 81 – 0
fax: +49 (0) 40 18 98 81 – 111

Büro Pforzheim
Untitled Verlag und Agentur GmbH & Co. KG
Grünstraße 1
75172 Pforzheim

fon: +49 (0) 72 31 800 57 – 0
fax: +49 (0) 72 31 800 57 – 15

Anzeigenleitung
Christian Sieg
fon: +49 (0) 40 18 98 81 – 161
e-mail: c.sieg@untitled-verlag.de

Disposition/ Anzeigenverwaltung
Madeliene Osterhoff
fon: +49 (0) 40 18 98 81 – 110
e-mail: m.osterhoff@untitled-verlag.de

Anzeigenvermarktung
Alexander Steffl
fon: +49 (0) 72 31 800 57 – 11
e-mail: a.steffl@untitled-verlag.de

Manuela Rapp
fon: +49 (0) 72 31 800 57 – 13
e-mail: m.rapp@untitled-verlag.de

Redaktion
Dr. Ulrich Schmid (CvD)
fon: +49 (0) 40 18 98 81 – 120
e-mail: u.schmid@gz-online.de