



GründerNavi

Das Magazin für junge Betriebe im Handwerk

www.gruendernavi.info



MEDIADATEN 2021

Preisliste Nr. 15, gültig ab 1. Januar 2021



GründerNavi

Das Magazin für junge Betriebe im Handwerk

LESER

Das GründerNavi richtet sich an Gründer und Jungunternehmer im Handwerk. Die Betriebsinhaber sollen präventiv für die klassischen Probleme und Risiken eines kleinen oder mittelständischen Unternehmens sensibilisiert werden.

TITEL

Das GründerNavi entlarvt typische Fallen bei der Unternehmensführung. Es liefert in Kooperation mit Wirtschaftsexperten und den Betriebsberatern des Handwerks Tipps und Checklisten, um diese Fallen erfolgreich zu umgehen.

VERBREITUNG

Seit vierzehn Ausgaben wird das GründerNavi erfolgreich über die Beratungsstellen der Handwerkskammern verteilt und in Gesprächen eingesetzt. Auf Gründermessen sowie in den Startercentern von Handwerkskammern und IHK liegt es als wichtige Informationsbroschüre aus.

WEBSITE

Auf www.gruendernavi.info finden junge Unternehmer wichtige Neuigkeiten, weiterführende Links und Checklisten zum Download sowie eine Liste der Ansprechpartner ihrer Handwerkskammer.

Erscheinungsweise: 1 × jährlich

Druckauflage: 30.000 Exemplare

Jahrgang: 2021/15. Jahrgang

Web-Adresse: www.gruendernavi.info

Verlagsleitung: Dr. Rüdiger Gottschalk

Verlag: Verlagsanstalt Handwerk GmbH

Postanschrift: Postfach 10 51 62
40042 Düsseldorf

Hausanschrift: Auf'm Tetelberg 7
40221 Düsseldorf

Telefon: 0211/390 98-0

Fax: 0211/390 98-29

Internet: www.verlagsanstalt-handwerk.de

E-Mail: info@verlagsanstalt-handwerk.de

Redaktion

Rita Lansch

Telefon: 0211/390 98-92

E-Mail: lansch@verlagsanstalt-handwerk.de

Claudia Stemick

Telefon: 0211/390 98-60

E-Mail: stemick@verlagsanstalt-handwerk.de

Stefan Buhren

Telefon: 0211/390 98-48

E-Mail: buhren@verlagsanstalt-handwerk.de

Media-Service

Leitung: Michael Jansen

Telefon: 0211/390 98-85

E-Mail: jansen@verlagsanstalt-handwerk.de

Disposition: Sabine Zerbe

Telefon: 0211/390 98-62

Fax: 0211/390 98-59

E-Mail: zerbe@verlagsanstalt-handwerk.de

Online

Jessica Jablonski

Telefon: 0211/390 98-65

E-Mail: jablonski@verlagsanstalt-handwerk.de



Erfüllungsort / Gerichtsstand
Düsseldorf

Bankverbindung

Postbank Dortmund

IBAN:

DE47 4401 0046 0007 001465

BIC: PBNKDEFF

Zahlungsbedingungen

Zahlbar sofort nach
Rechnungserhalt netto
ohne Abzug

Mehrwertsteuer

Alle aufgeführten
Anzeigenpreise zuzüglich
gesetzlicher MwSt.

AUSGABE

2021

Anzeigenschluss:
26. April 2021

Erscheinungstermin:
18. Juni 2021



SCHWERPUNKTTHEMEN

- Fördermittel
- Finanzen und Kredite
- Steuern
- Versicherungen
- IT
- Arbeitsschutz
- Mobilität
- Marketing
- Unternehmensführung

Kein passendes Thema dabei?

Wir sind guten Ideen gegenüber jederzeit aufgeschlossen: Sagen Sie uns, welches Thema besonders interessant für junge Unternehmen ist!

■ WERDEN SIE THEMENPATE!

Für jeden Beitrag im Heft gibt es einen Themenpaten. Die Paten werden in den Beiträgen als Experten zitiert und erhalten einen Text- und Bildkasten (Inhalt: Porträtfoto des Experten sowie ein kurzes Zitat). Die Exklusivität ist garantiert, jedes Thema erhält nur einen Themenpaten. Auf Seite 2 erscheinen alle Unternehmenspaten mit ihrem Logo. Alle Beiträge erscheinen außerdem auf www.gruendernavi.info

Sie können uns einen fertigen Text liefern oder von unserer Redaktion individuell erstellen lassen. Natürlich stimmt die Redaktion das genaue Vorgehen ab.

Preis: 9.800,00 Euro



LOGO



PORTRÄT ZITAT

■ MEHRDRUCK/SONDERDRUCK

GründerNavi

Preise

	Preise
MEHRDRUCK 5.000 Exemplare 5.000	1.300,00 €
SONDERDRUCK (EINDRUCK) 5.000 Exemplare mit persönlichem Eindruck auf der Titelseite + 4. Umschlagsseite	2.700,00 €
SONDERDRUCK (HALFCOVER) 5.000 Exemplare mit eigenem Halbcover + 4. Umschlagsseite	3.300,00 €

■ DATENANLIEFERUNG

PORTRÄTFOTO

eines Unternehmensrepräsentanten in druckfähiger Auflösung (mindestens 300 dpi)

ZITAT

Länge maximal 150 Zeichen (inklusive Leerzeichen)

UNTERNEHMENSLOGO

in druckfähiger Auflösung (mindestens 300 dpi)



Vom Einzelkämpfer zum Chef

Ein Einzelkämpfer...
 ...die Verantwortung...
 ...die Verantwortung...

Checkliste

- 1. Die Verantwortung...
- 2. Die Verantwortung...

Checkliste

- 1. Die Verantwortung...
- 2. Die Verantwortung...
- 3. Die Verantwortung...




Risiken managen

Einzelkämpfer...
 ...die Verantwortung...

Checkliste

- 1. Die Verantwortung...
- 2. Die Verantwortung...
- 3. Die Verantwortung...

Checkliste

- 1. Die Verantwortung...
- 2. Die Verantwortung...

14 Liquiditätsmanagement
16 Entlohnung
18 Berufskleidung
20 Homeoffice

Grüßwort



Checkliste

- 1. Die Verantwortung...
- 2. Die Verantwortung...
- 3. Die Verantwortung...

Checkliste

- 1. Die Verantwortung...
- 2. Die Verantwortung...
- 3. Die Verantwortung...

Checkliste

- 1. Die Verantwortung...
- 2. Die Verantwortung...
- 3. Die Verantwortung...

Online first

Die Corona-Krise hat ein neues Motto für Betriebe geboren: Das Geschäft beginnt online. Die guten



FACTS & FIGURES

1. **Gründungsphase:**

2. **Businessplan**
3. **Bankkredit**
4. **Umsatz**
5. **Wachstum**
6. **Investition**

41% **40% der Unternehmen** haben sich in den letzten 12 Monaten für die Digitalisierung (Marketing und Vertrieb) entschieden.

83% **83% der Unternehmen** erwarten, dass die Digitalisierung in den nächsten 12 Monaten zu einem Umsatzanstieg führen wird.

73% **73% der Unternehmen** erwarten, dass die Digitalisierung in den nächsten 12 Monaten zu einem Umsatzanstieg führen wird.

20.080

Das gehört in eine Rechnung

Die Rechnung ist das zentrale Dokument im Geschäftsverkehr. Sie enthält alle wichtigen Informationen über den Umsatz, die Steuern und die Zahlungsbedingungen. Ein Unternehmen sollte sicherstellen, dass seine Rechnungen korrekt und vollständig sind, um Streitigkeiten zu vermeiden.

Jeder vierte Betrieb ist in der Cloud

Wachstum der Cloud-Nutzung in verschiedenen Branchen:

- IT-Dienstleistungen: 45%
- Handel: 35%
- Produktion: 25%
- Dienstleistungen: 20%
- Vertrieb: 15%
- Finanzdienstleistungen: 10%
- Öffentliche Verwaltung: 5%
- Landwirtschaft: 5%
- Transport und Logistik: 5%
- Medizin: 5%
- Wissenschaft und Forschung: 5%
- Telekommunikation: 5%
- Umsatzsteuer: 5%
- Immobilien: 5%
- Einzelhandel: 5%
- Verarbeitendes Gewerbe: 5%
- Öffentliche Verwaltung: 5%
- Landwirtschaft: 5%
- Transport und Logistik: 5%
- Medizin: 5%
- Wissenschaft und Forschung: 5%
- Telekommunikation: 5%
- Umsatzsteuer: 5%
- Immobilien: 5%
- Einzelhandel: 5%
- Verarbeitendes Gewerbe: 5%

32% **32% der Unternehmen** sind von Frauen geführt.

73% **73% der Unternehmen** sind von Männern geführt.

CHECKLISTE

Web-Designer

- 1.** Klären Sie die Anforderungen des Kunden.
- 2.** Erstellen Sie einen Wireframe.
- 3.** Entwickeln Sie das Design.
- 4.** Testen Sie das Design.
- 5.** Implementieren Sie das Design.
- 6.** Optimieren Sie das Design.

CHECKLISTE

Do-it-yourself

- 1.** Klären Sie die Anforderungen des Kunden.
- 2.** Erstellen Sie einen Wireframe.
- 3.** Entwickeln Sie das Design.
- 4.** Testen Sie das Design.
- 5.** Implementieren Sie das Design.
- 6.** Optimieren Sie das Design.

3. **Christoph Hübner**

 Geschäftsführer
 Hübner & Partner
 10000 Berlin
 Tel. 030 12345678
 www.huebner.de

3. **Anna Wagner**

 Geschäftsführerin
 Wagner & Partner
 10000 Berlin
 Tel. 030 12345678
 www.wagner.de

5. **Thomas Müller**

 Geschäftsführer
 Müller & Partner
 10000 Berlin
 Tel. 030 12345678
 www.mueller.de

5. **Julia Schmidt**

 Geschäftsführerin
 Schmidt & Partner
 10000 Berlin
 Tel. 030 12345678
 www.schmidt.de

6. **Markus Klein**

 Geschäftsführer
 Klein & Partner
 10000 Berlin
 Tel. 030 12345678
 www.klein.de

6. **Adrian Fischer**

 Geschäftsführer
 Fischer & Partner
 10000 Berlin
 Tel. 030 12345678
 www.fischer.de

7. **Elisabeth Weber**

 Geschäftsführerin
 Weber & Partner
 10000 Berlin
 Tel. 030 12345678
 www.weber.de

7. **Bernd Bauer**

 Geschäftsführer
 Bauer & Partner
 10000 Berlin
 Tel. 030 12345678
 www.bauer.de

7. **Paul Koch**

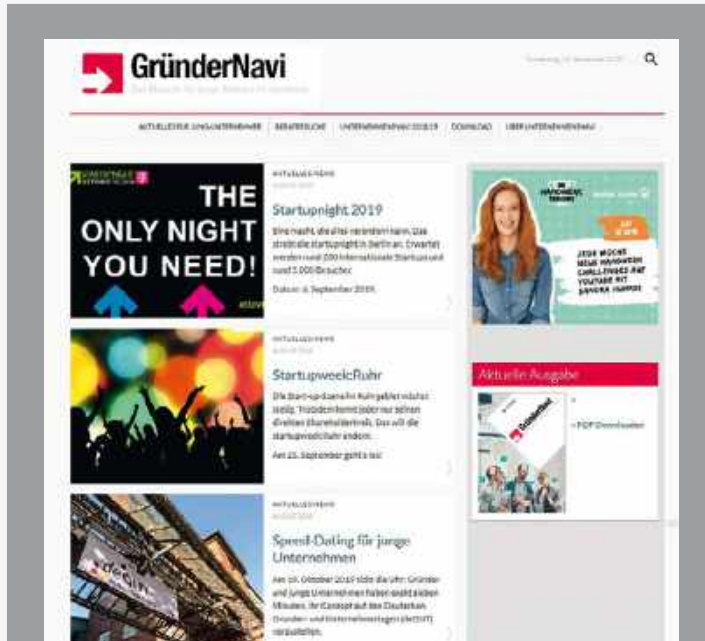
 Geschäftsführer
 Koch & Partner
 10000 Berlin
 Tel. 030 12345678
 www.koch.de

7. **Frank Leh**

 Geschäftsführer
 Leh & Partner
 10000 Berlin
 Tel. 030 12345678
 www.leh.de

7. **Ulrike Huber**

 Geschäftsführerin
 Huber & Partner
 10000 Berlin
 Tel. 030 12345678
 www.huber.de



Auf www.gruendernavi.info finden junge Unternehmer wichtige Neuigkeiten, weiterführende Links und Checklisten zum Download sowie eine Liste der Ansprechpartner ihrer Handwerkskammer.

Werbeform	Format in Pixel	Jährliche Flatrate
SUPERBANNER	728 × 90	1.275,00 €
MEDIUM RECTANGLE	300 × 250	1.360,00 €
SKYSCRAPER	160 × 600, 120 × 600 oder 200 × 600	1.360,00 €
WALLPAPER	728 × 90 plus 120 × 600, 160 × 600 oder 200 × 600	1.700,00 €

Weitere Werbeformen auf Anfrage

Datenanlieferung:

Mindestens 5 Werktage vor Schaltertermin per E-Mail an: digital@verlagsanstalt-handwerk.de

Dateiformate: JPG, PNG, GIF oder html5,
max. 100 KB je Datei, html5 max. 200 KB

Für eine problemlose Bearbeitung benötigen wir folgende Angaben:

Kundennamen, URL auf die das Banner verlinkt werden soll, Banner im passenden Dateiformat, gebuchter Zeitraum.

■ ANSPRECHPARTNER

Jessica Jablonski

Telefon: 0211/390 98-65

E-Mail: jablonski@verlagsanstalt-handwerk.de

nach Handwerkskammern



AUFLAGE: 30.000 Exemplare

VERBREITUNG:

Seit vierzehn Ausgaben wird das GründerNavi erfolgreich über die Beratungsstellen der Handwerkskammern verteilt und in Gesprächen eingesetzt. Auf Gründermessen sowie in den Startercentern von Handwerkskammern und IHK liegt es als wichtige Informationsbroschüre aus.

GRÜNDERMESSEN:

Chance	Halle	15./16. Januar 2021
Chance	Gießen	22./23. Januar 2021
Aufschwung	Frankf./M.	März 2021*
B2B Nord	Hamburg	i.d.R. im April*
deGut	Berlin	i.d.R. im Oktober*
iENA	Nürnberg	Herbst 2021*
KarriereStart	Dresden	29. – 31. Januar 2021
Die Initiale	Dortmund	2021*

*wegen Corona lag Termin bis Redaktionsschluss nicht oder nicht genauer vor.

1. GELTUNGSBEREICH U. DEFINITIONEN

Diese allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) gelten für alle Anzeigenaufträge mit Ausnahme der Online-Buchung von Rubrikanzeigen im „Marktplatz“; für diese gelten besondere AGB.

Definitionen:

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

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

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

„Digitales Angebot“ sind alle Websites, Newsletters und vergleichbare Leistungen des Verlags für Desktop, Tablet und Smartphone.

2. VERTRAGSSCHLUSS U. BUCHUNGSKONDITIONEN

Zustandekommen des Vertrages: Ein Vertrag über Werbemittel kann geschlossen werden pro einzelnen Werbemittel oder für eine Anzahl von Werbemitteln. Im Rahmen dieser Verträge können feste Termine für einzelne Veröffentlichungen vereinbart werden, es ist aber auch möglich, die einzelnen Aufträge über einen Zeitraum auf Abruf abzuwickeln. Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich zustande durch: das Angebot zum Vertragsschluss durch den AG in Textform (E-Mail oder Fax genügt) und die ausdrückliche Annahme des Auftrags durch die Auftragsbestätigung des Verlags in Textform oder stillschweigend durch Veröffentlichung des Werbemittels.

Mündliche oder fernmündliche Bestätigungen sind rechtlich unverbindlich.

Aufträge von Agenturen: Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur selbst zustande, vornehmlich anderer schriftlicher Vereinbarungen, d.h. die Werbeagentur ist selbst Vertrags-

partner des Verlags nach diesen AGB. Aufträge von Werbeagenturen oder -mittlern werden nur für namentlich bezeichnete und identifizierbare Werbungtreibende angenommen. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur den Mandatsnachweis im Original zu verlangen und auch sich den Status als Agentur nachweisen zu lassen.

Buchungskonditionen: Die Abrechnung erfolgt auf Basis der Preisliste bzw. Verlagsberechnung. Bei Online-Werbemitteln sind für die Abrechnung der Werbeauslieferung die AdImpressions (Alis) gemäß AdServer des Verlags maßgeblich. Alis ist definiert als Serverauftrag eines Werbemittels vom AdServer des Verlags. Maßgeblich zur Ermittlung der Medialeistung ist die Zählung des Verlags.

3. ABSCHLUSS

Definition: Ein Abschluss ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen.

Ausschluss und Wegfall von Rabatten:

Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird. Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.

Rabatte bei Konzernen: Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht.

4. PRÜFUNG, ABLEHNUNGSBEFUGNIS, SPERRUNG EINES WERBEMITTELS

Ablehnungsbefugnis: Der Verlag behält sich vor, Anzeigen und andere Werbemittel – auch deren Abruf im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen,

wenn ihr Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt; deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde; deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft, der technischen Form oder juristischer Bedenken unzumutbar ist; oder wenn das Werbemittel auch Werbung Dritter oder für Dritte enthält.

Prüfung von Aufträgen: Aufträge für Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Modells und dessen Billigung bindend. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeverklärung des Verlags. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlags. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

Sperrung eines Werbemittels, Ersetzungsmöglichkeit:

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

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

5. DRUCKUNTERLAGEN FÜR ZEITUNGEN/ZEITSCHRIFTEN

Rechtzeitigkeit des Auftrags und der Druckunterlagen: Aufträge für Anzeigen mit besonderen Platzierungswünschen müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem AG noch vor Anzeigerschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen

Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder sonstiger Werbemittel in Zeitschriften ist allein der AG verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der AG verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlags entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern.

Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der AG trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigerschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden. Kosten des Verlags für vom AG gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen.

Technische Qualität: Vereinbart ist die für den belegten Zeitschriftentitel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder sonstigen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der AG die Vorgaben des Verlags zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der AG Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzangabe, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde.

Beilagen: Vom AG anzuliefernde Beilagen müssen den Spezifikationen in den Mediadaten entsprechen. Bei Abweichungen oder falschen Beilagen, die spät angelieferten Beilagen trägt der AG die damit verbundenen Kosten der Beteiligten. Anzeigen, die auf Grund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden durch den Verlag kenntlich gemacht.

6. BEREITSTELLUNG BEI ELEKTRONISCHEN WERBEMITTELEN

Rechtzeitige Anlieferung: Der AG ist zur vollständigen Anlieferung einwandfreier und geeigneter Werbemittel für elektronische Ausgaben (Banner, Ziel-URL, Alt-Text und ggf. Motive) in der endgültigen digitalen Form bis spätestens fünf Werktage vor dem vereinbarten ersten Veröffentlichungstermin an den Verlag per E-Mail. Für Sonderwerbemittel gilt eine Frist von zehn Werktagen verpflichtet. Sind die Dateien auf dem Server des AG oder eines Dritten abgespeichert, teilt der AG unter Berücksichtigung der zuvor genannten Bedingungen die URL der zu schaltenden Werbemittel mit. Etwaige Abweichungen sind mit dem Verlag unverzüglich in Textform abzustimmen. Das Vorstehende gilt sinngemäß auch für die vom AG bestimmten Anzeigen, auf die das Werbemittel verweisen soll.

Ungesignete und verspätete angelegierte Werbemittel: Für erkennbar ungesignete oder beschädigte Werbemittel fordert der Verlag Ersatz an. Bei nicht ordnungsgemäßen, insbesondere verspäteter Anlieferung oder nachträglicher Änderung wird keine Gewähr für die vereinbarte Verbreitung der Anzeige übernommen.

Änderungen: Will der AG nach Ablauf der vorstehenden Fristen Werbemittel austauschen oder verändern oder von einem Artl. bestehende Anzeigen abbrechen, wird der Verlag prüfen, ob diese Änderungen bzgl. des ursprünglich vereinbarten Veröffentlichungstermins noch vorgenommen werden können. Ist dies nicht der Fall, verbleibt es bei der ursprünglichen Vereinbarung.

7. RECHTEINRÄUMUNG UND GARANTIEEN

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

Pflichten des Auftraggebers: Die rechtliche Verantwortung, insbesondere die wettbewerbsrechtliche Verantwortung, für den Inhalt sämtlicher bereitgestellter Werbemittel, trägt ausschließlich der AG. Er ist verpflichtet, sorgfältig zu überprüfen, dass die Inhalte nicht gegen gesetzliche Bestimmungen verstoßen

Garantien: Der AG garantiert, dass durch den Inhalt der jeweiligen Werbemittel keine Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Der AG garantiert, im Rahmen der Vertragsbeziehung keine rechts- oder sittenwidrigen Inhalte zu verbreiten oder auf diese Bezug zu nehmen. Der AG garantiert, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt oder diesbezüglich verfügungsberechtigt ist.

Haftungsfreistellung und Unterstützung bei Ansprüchen Dritter: Der AG stellt den Verlag auf erstes Anfordern von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung wettbewerbsrechtlicher, strafrechtlicher, urheberrechtlicher und sonstiger Rechte oder gesetzlicher Bestimmungen durch die vertragsgemäße Veröffentlichung eines Werbemittels entstehen. Die Freistellung erstreckt sich auch auf die bei der notwendigen Rechteverteidigung gegenüber Dritten entstehenden Kosten. Der AG ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen über Rechteverteidigung gegenüber Dritten zu

unterstützen. Der Verlag wird den AG über die Geltendmachung entsprechender Ansprüche Dritter informieren.

8. GEWÄHRLEISTUNG UND HAFTUNG

Güte der Leistungen: Der Verlag gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Leistung des Werbemittels. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler. Dem AG ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, speziell im Web jederzeit eine gänzlich fehlerfreie Wiedergabe eines Werbemittels zu ermöglichen. Ein Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere dann nicht vor, wenn er hervorgerufen wird

durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoff- oder Hardware (z.B. Browser) des Users

wenn die Beeinträchtigung bei der Wiedergabe des Werbemittels dessen Zweck nicht wesentlich beeinträchtigt oder durch Störung der Kommunikationsnetze (z.B. aber nicht aus schließlich Leitungs- oder Stromausfall) beim Verlag oder anderer Betreiber oder durch Rechnerausfall auf dem Serverversagen oder Leitungsstörung oder durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte zwischengespeicherte Angebote auf sog. Proxy-Servern (Zwischenspeichern) oder im lokalen Cache oder durch einen Ausfall des vom Verlag genutzten Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.

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

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

Rechte des Auftraggebers bei Nichterfüllung:

Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als Prozentsatz der gebuchten Zeit) einer zeitgebunden Festbuchung wird der Verlag oder der Internetdienstleister versuchen, den Ausfall an Medialeistung nachzuliefern oder die Zeit der Insertion zu verlängern, sofern dies den Interessen des AG nicht zuwiderläuft. Im Falle des Scheiterns einer Nachlieferung oder einer Verlängerung des Insertionszeitraumes entfällt die Zahlungspflicht des AG für die in dem Zeitraum nicht realisierten bzw. durchschnittlich nicht angefallenen Medialeistungen. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen. Sollten die vom Verlag zugesagten Medialeistungen am Ende des Veröffentlichungszeitraumes nicht erreicht sein, steht dem AG eine Ausgleichszahlung zu.

Vollendung des Werks: Mit Ablauf der vertraglichen Schalterwerk als vollendet im Sinne von § 646 BGB.

Fahrertragung: Außerhalb seines Herrschafts-

bereichs trägt der Verlag nicht die Gefahr des Datenverlustes auf dem Übertragungswege und übernimmt auch keine Gewährleistung und/oder Haftung für die Datensicherheit. Gefahrübergang ist mit Eingang des Werbemittels auf einem der Server des Verlags. Soweit die Werbemittel nicht auf einem Server des Verlags liegen, sondern durch den Server eines Dritten ausgeliefert werden (sog. Redirect-Verfahren) und der AG insoweit dem Verlag das Werbemittel über die Mitteilung des URL des Werbemittels auf dem Server des AGs bzw. des Dritten bereitstellt, übernimmt der Verlag keine Gewährleistung und keine Haftung für die Auslieferung der Daten über das Internet sowie auch nicht bzgl. der sich daraus ergebenden weiteren Risiken, wie z.B. fehlerfreie Auslieferung und Beschaffenheit des Werbemittels und die Datensicherheit.

Keine Prüfungspflicht: Der Verlag ist nicht verpflichtet, die zur Verfügung gestellten Werbemittel bzw. Inhalte auf deren Fiktivität, Aktualität, Vollständigkeit, Seriosität, Qualität und/oder Freiheit von Fehlern zu überprüfen und übernimmt dafür weder ausdrücklich noch konkludent die Gewähr oder die Haftung.

Haftungseinschränkung: Der Verlag leistet Schadensersatz bei Vorsatz, grober Fahrlässigkeit und Fehlen einer zugesicherten Eigenschaft, bei schuldhafter Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit sowie bei schuldhafter Verletzung einer Kardinalpflicht (d.h. einer Vertragspflicht, auf die der Vertragspartner regelmäßig vertraut und durch deren Verletzung die Erreichung des Vertragszweck gefährdet ist). Soweit eine Kardinalpflicht im vorgenannten Sinne nur leicht fahrlässig verletzt wurde, haftet der Verlag höchstens bis zur Höhe der Vergütung, die er für die Schaltung des jeweiligen Werbemittels erhält oder erhalten hätte. Die Haftung für Schäden wegen der Verletzung von Körper, Leben und Gesundheit und nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt hiervon unberührt.

Höhere Gewalt: Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlags als auch in fremden Betrieben, deren sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – werden die Parteien von der Pflicht zur Leistung frei, solange das Leistungshindernis andauert. Das Recht zur Kündigung aus wichtigem Grund bleibt unberührt.

9. VERGÜTUNG, PREISLISTE, TARGETING

Vergütung: Die Vergütung der Leistung des Verlags richtet sich grundsätzlich nach der im Zeitpunkt der Veröffentlichung jeweils gültigen Preisliste, die jeweils im Internet veröffentlicht ist. Die Nettopreise verstehen sich zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des Verlags zu halten.

Targeting: Targetingkriterien pro Werbeträger sind in einer Übersicht zusammen gefasst. Pro

Targeting-Kriterium erhöht sich der TKP (Tausend-Kontakt-Preis) um die jeweils ausgewiesene Summe, sofern keine gesonderten TKPs für Targeting-Kampagnen angegeben sind.

10. ANZEIGENBELEG

Der Verlag liefert bei Anzeigen in gedruckten Titeln auf Wunsch ein Belegexemplar. Je nach Art und Umfang des Auftragsauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegexemplare oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlags über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

11. CHIFFREANZEIGEN

Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postwege weitergeleitet.

12. AUFLAGENMINDERUNG

Aus einer Auflagenminderung kann außer in Fällen höherer Gewalt (auch Streik) bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantieauflage unterschritten wird. Die Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie bei einer Garantieauflage bis zu 50 000 Exemplaren mindestens 20%, bei einer Garantieauflage bis zu 100 000 Exemplaren mindestens 15%, bei einer Garantieauflage bis zu 500 000 Exemplaren mindestens 10%, bei einer Garantieauflage über 500 000 Exemplaren mindestens 5% beträgt.

Eine Auflagenminderung aus Gründen höherer Gewalt (auch Streik) bleibt unberücksichtigt. Als Garantieauflage gilt die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder, wenn eine Auflage nicht genannt ist, die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vorausgegangenen Kalenderjahres. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

13. ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

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

Zahlungsweg: Bei Zahlungsweg oder Stundung werden die gesetzlichen Zinsen und Schadenspauschale berechnet; die Geltendma-

chung eines etwaigen höheren Verzugs Schadens bleibt vorbehalten. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Auslieferung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für noch ausstehende Schaltungen Vorauszahlung verlangen.

Zurückbehaltungsrecht: Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des AG berechtigen den Verlag, auch während der Laufzeit des Vertrages, die Veröffentlichung weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

Sicherungsabtretung von Forderungen bei Agenturen: Bei Werbeaufträgen einer Werbeagentur tritt diese mit Zustandekommen des Vertrages ihre dementsprechenden Zahlungsansprüche gegen den Agenturkunden sicherungshalber an den Verlag ab, der diese Abtretung annimmt. Der Verlag ist berechtigt, diese Sicherungsabtretung gegenüber dem Agenturkunden offenzulegen, wenn die auftraggebende Agentur sich mit der Begleichung der Rechnung des Verlags mind. 30 Tage in Verzug befindet.

14. DATENSCHUTZ (INFORMATIONEN GEMÄSS ART. 13 DSGVO)

Verantwortlicher: Verlagsanstalt Handwerk GmbH, Auf'm Teitelberg 7, 40221 Düsseldorf Telefon: 02 11 / 390 98-0, Telefax: 02 11 / 390 98-29, E-Mail: info@verlagsanstalt-handwerk.de

Zweck der Verarbeitung personenbezogener Daten und Rechtsgrundlage: Wir verarbeiten die Daten, die Sie angeben, und den Inhalt Auftrags zur Vertragserfüllung; Rechtsgrundlage ist Art. 6 Abs. 1 Buchstabe f) DSGVO. Im Rahmen der gesetzlichen Bestimmungen verarbeiten wir Ihre Daten auch zur Wahrung berechtigter Interessen (diese sind: Geltendmachung von Ansprüchen, Kundenpflege und Direktmarketing); Rechtsgrundlage ist Art. 6 Abs. 1 Buchstabe f) DSGVO.

Speicherdauer: Wir löschen Ihre Daten, wenn sie nach Bearbeitung einer Anfrage bzw. Beendigung des Vertrages nicht mehr erforderlich sind. Davon ausgenommen sind Daten, die wir aufgrund gesetzlicher Verpflichtung noch nicht löschen dürfen (z.B. Unterlagen, die nach Steuerrecht und Handelsrecht aufzubewahren sind) und Daten, die wir zur Wahrnehmung berechtigter Interessen benötigen, insbesondere zur Geltendmachung von Ansprüchen oder für Direktmarketing.

Empfänger von Daten: Im Rahmen der Vertragserfüllung setzen wir folgende Dienstleister ein: Zahlungsdienstleister zur Abwicklung der Zahlung. Die Website handwerksblatt.de wird von domainfactory GmbH, Oskar-Messner-Str. 33, 85737 Ismaning, gehostet; domainfactory verarbeitet personenbezogene Daten in unserem Auftrag (Auftragsverarbeitung gemäß Art. 28 DSGVO). Sind im Werbemittel personenbezogene Daten enthalten, sind diese durch die Veröffentlichung im Internet weltweit abrufbar.

Widerspruchsrecht: Sie können gemäß Art. 21 Abs. 2 DSGVO der Verarbeitung Ihrer

Daten für Zwecke des Direktmarketings jederzeit widersprechen. Aus Gründen, die sich aus Ihrer besonderen Situation ergeben, können Sie aus der Verarbeitung Ihrer Daten für sonstige berechtigte Interessen jederzeit widersprechen.

Weitere Informationen entnehmen Sie bitte unserer Datenschutzerklärung unter <https://www.handwerksblatt.de/datenschutz.html>

15. SCHLUSSBESTIMMUNGEN

Ausschließliche Geltung dieser AGB: Die Gültigkeit etwaiger AGB des AG – die dem Verlag vor oder nach Vertragsschluss vom AG übersandt oder auf andere Weise zur Verfügung gestellt werden oder auf die sich der AG bezieht – ist, soweit sie mit diesen AGB nicht übereinstimmen oder der Verlag den anderen AGB nicht zugestimmt hat, ausdrücklich ausgeschlossen. Insbesondere führt die Unterlassung eines Widerspruchs bzw. eine unterbliebene Zurückweisung anderer AGB seitens des Verlags nicht dazu, dass diese damit als vereinbart gelten. Die Regelungen in diesen AGB gehen im Konfliktfalle den Regelungen in den Preislisten, Rabattstafeln, den Targetingkriterien etc. vor.

Änderung der AGB und der Preislisten: Der Verlag behält sich eine jederzeitige Änderung der AGB sowie der Preislisten vor. AGB- und Preisänderungen für erteilte Auftragsaufträge sind wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige angekündigt werden. In diesem Falle steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu, das innerhalb von 10 Werktagen in Textform nach Zugang der Änderungsmitteilung über die Preiserhöhung ausgebaut werden muss.

Schriftform: Änderungen und Ergänzungen dieser AGB einschließlich Änderungen dieser Klausel bedürfen zu ihrer Rechtswirksamkeit der Schriftform.

Salvatorische Klausel: Sollte eine Regelung dieser AGB unwirksam sein oder werden, so soll dies die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen unberührt lassen. Die Parteien verpflichten sich, über eine Regelung zu verhandeln, die unter Berücksichtigung der Interessenlage angemessen ist.

Anwendbares Recht: Sämtliche Rechtsbeziehungen im Zusammenhang mit Anzeigenaufträgen unterliegen dem Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts (CISG).

Gerichtsstand und Erfüllungsort: Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist Erfüllungsort und bei Klagen Gerichtsstand der Erfüllung der Leistung der Verlag bleibt. Der Verlag ist berechtigt, auch am allgemeinen Gerichtsstand des AG zu klagen. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthaltsort des AG, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der AG nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlags vereinbart.

■ VERLAGSREPRÄSENTANTEN

Nielsen I, Nielsen IIIa, Nielsen V,
Nielsen VI ,Nielsen VII
**BREMEN, HAMBURG,
NIEDERSACHSEN, HESSEN,
RHEINLAND-PFALZ,
SAARLAND, SCHLESWIG-HOLSTEIN,
BERLIN, BRANDENBURG,
MECKLENBURG-VORPOMMERN,
SACHSEN-ANHALT,
SACHSEN, THÜRINGEN**

Verlagsbüro Weipert, Helmut Weipert jr.
Kronthaler Straße 11a
61462 Königstein/Taunus
Tel. 06173/325 09 70
Mobil 0171/802 24 48
Fax 06173/325 91 40
helmutjun@weipert-net.de

Nielsen II
NORDRHEIN-WESTFALEN

medienservice + beratung
Nicole Haubner
Vereinsstraße 20
41472 Neuss
Tel. 02131/406 37 0
Fax 02131/406 37 10
nhaubner@medienservice-und-beratung.de

Nielsen IIIb, Nielsen IV
BADEN-WÜRTTEMBERG, BAYERN

Daniel Jäger Medienservice
Gewürzmühlstrasse 19
80538 München
Telefon: 089/21 26 90 54
Mobil: 0171 / 996 85 68
Fax: 089 / 23 88 95 61
dj@jaeger-medienservice.de

■ ANSPRECHPARTNER

Foto: © Christoph Meinschafer



Rita Lansch
Telefon: 0211/390 98-92
Fax: 0211/30 70-59
lansch@verlagsanstalt-handwerk.de

Foto: Andreas Buck



Claudia Stemick
Telefon: 0211/390 98-60
Fax: 0211/390 98-59
stemick@verlagsanstalt-handwerk.de

Foto: Andreas Buck



Stefan Buhren
Telefon: 0211/390 98-48
Fax: 0211/30 70-59
buhren@verlagsanstalt-handwerk.de