

SEO | SEM | E-COMMERCE | USABILITY | SZENE | TIPPS & TOOLS

WEBSITE BOOSTING



MEDIADATEN 2012

gültig ab 1.1.2012

DAS MAGAZIN

Das Magazin „Website Boosting“ hat seit seinem Erscheinen 2010 alle optimistischen Schätzungen übertroffen und ist schon nach nur zehn Ausgaben mit sehr viel Beachtung zum festen Bestandteil der Onlinebranche geworden. Ständig steigende Abonnenten- und Leserzahlen zeigen, dass der ungewöhnliche Weg richtig war, ein Magazin inhaltlich nicht von Redakteuren, sondern von Experten und Praktikern zu bestücken.

Das Magazin richtet sich an alle, die erfolgreich und professionell eine Webpräsenz, einen Shop oder ein Portal planen oder betreiben wollen. Die Themen reichen daher auch konsequent von „Besucher holen“, also dem Online-Marketing (z. B. Suchmaschinen-Optimierung, Suchmaschinen-Marketing, Newsletter, Social Media oder virales Marketing) über „Besucher halten“, also die benutzerfreundliche Gestaltung (Usability), Konversions-Optimierung bis hin zum Testing, der Nutzung von Tools und Diensten, und zum effizienten Web-Controlling (z. B. Tracking, KPI, Berechnungsmodelle). Ausrichtung, Anspruch und fachliches Niveau halten für Einsteiger verständliche Überblicke bereit, geben aber auch den Profis genügend umfassendes Detailwissen und die richtigen Werkzeuge an die Hand.

Der Herausgeber und Chefredakteur Mario Fischer genießt bei Unternehmen, Medien, Konferenzveranstaltern und Experten gleichermaßen einen fachlich exzellenten Ruf – und ist mehr als nur gut vernetzt. Er bürgt für die inhaltliche Qualität und die Relevanz der ausgewählten Themen und Artikel und natürlich für die Kompetenz der Gastautoren.

Die Fachartikel kratzen nicht an der Oberfläche oder entstehen mittels (Nach-)Recherche redaktionell aus Pressemeldungen. „Website Boosting“ sitzt und misst am Puls der Branche und gestaltet aktiv mit. Wo nötig, wird auch das Doing visualisiert – genau so, wie es Praktiker für die eigene Website benötigen. Aber auch dem interessierten Entscheider wird exakt so viel Know-how an die Hand gegeben, um Hintergründe, Möglichkeiten und Perspektiven zu verstehen und sinnvoll in Strategien zu integrieren oder zu kontrollieren. Denkanstöße können von unten oder oben aus Unternehmen kommen. „Website Boosting“ stimuliert beide Richtungen und triggert damit auch Kaufentscheidungen.

„Website Boosting“ ist ein hochwertiges Magazin und die Erfahrungen aus dem Startjahr 2010 zeigen, dass viele Leser es trotz des schnelllebigen Online-Marktes archivieren. Bei den meisten Abo-Bestellungen auf der Website werden in der Regel die bereits älteren Ausgaben mitgeordert! Die erste Ausgabe ist wegen der hohen Nachfrage bereits seit Anfang 2011 vergriffen. Für Ihre Anzeigenplanung bedeutet dies, dass eine Ausgabe nicht nur einmalig in die Hand genommen, gelesen und dann als veraltet entsorgt wird. Ihre Anzeigen werden durch diese sonst weniger üblichen Nachkäufe und das mittlerweile nachgewiesene mehrfache „In die Hand nehmen“ sehr viel länger ihre Wirkung entfalten. Sie liegen damit direkt und nicht nur einmal auf dem Tisch Ihrer Kernzielgruppe!

DAS TEAM



Mario Fischer hat Wirtschaftswissenschaften mit den Schwerpunkten Wirtschaftsinformatik und Kommunikationswissenschaft studiert. Danach gründete er ein Beratungs- und ein Softwareunternehmen. Parallel dazu promovierte er extern an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. 1998 wurde er zum Professor für Wirtschaftsinformatik an die FH Würzburg berufen und lehrt und forscht dort im Schwerpunkt E-Commerce.

Mario Fischer gilt als bekannter und renommierter SEO-/SEA- und Online-Marketingexperte und wurde zum Deutschen SEO des Jahres 2009 gewählt. Er ist häufig Redner auf vielen einschlägigen Konferenzen und verantwortet daher bisher über 500 Vorträge, Konferenzbeiträge, Seminare, Workshops und Veröffentlichungen im Bereich Suchmaschinenmarketing und Usability. Google selbst bezeichnet Fischer mittlerweile als „Adwords-Erfolgscoach“. Er ist Autor des Fachbuchs „Website Boosting“, das in mehreren Sprachen erschienen ist und mit weit über 20.000 verkauften Exemplaren noch immer die einschlägigen Bestsellerlisten bei Amazon anführt. Mario Fischer ist Mitglied in zahlreichen e-commerce-orientierter Gremien und Ausschüssen, aber auch gefragter Berater von Unternehmen aller Branchen und Größen.



Götz Schmiedehausen legte schon während seines BWL-Studiums mit Tätigkeiten als Radiomoderator bei Würzburger Lokalsendern sowie Autor und Anzeigenberater bei diversen Stadtmagazinen den Grundstein zu seiner Karriere im Verlagswesen. 1993 wurde er Redakteur beim Nürnberger Computec Verlag, bevor er gemeinsam mit Kai Neugebauer, der Vogel Medien Gruppe und zwei weiteren Mitgesellshaftern den CyPress Verlag gründete.

Zwischen 1995 und 2001 baute er dort als Mitglied der Geschäftsleitung, Chefredakteur diverser Printtitel und E-Business-Manager eines der größten deutschen Verlagshäuser für Electronic Entertainment auf, bevor er 2002 als Gesellschafter ausschied. Zwischen 2002 und 2005 arbeitete Schmiedehausen als Consultant für diverse Verlagshäuser und TV-Produktionen. 2005 übernahm er die Chefredaktion des Printobjektes GolfPunk des Hamburger b&d Verlag, wo er auch Teilbereiche der Anzeigenvermarktung betreute. Im Hotspot Verlag ist er für die Geschäftsführung und die Anzeigenleitung des Kernobjektes Website Boosting verantwortlich.

DAS TEAM



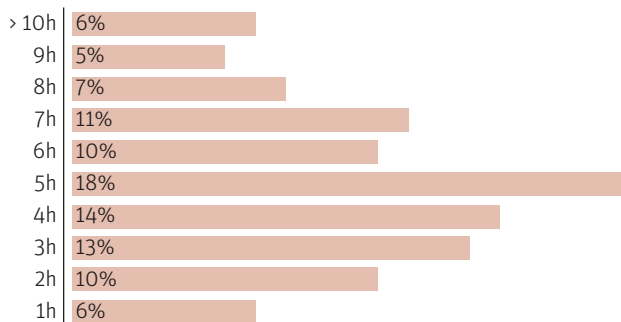
Michael Müßig hat nach seinem BWL-Studium und der Promotion einige Jahre im IT-Consulting gearbeitet bevor er 1993 zu Vogel Medien gewechselt ist. Dort war er als Verlagsleiter für einige Fachmedien im Bereich des professionellen IT-Einsatzes verantwortlich und unter anderem als Alleingeschäftsführer bei der österreichischen Verlagstochter tätig. In dieser Zeit hat er auch mehrere Special Interest- und Fachzeitschriften erfolgreich am deutschen und österreichischen Markt eingeführt. 1998 nahm er einen Ruf an die Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt an und lehrt dort an der Fakultät Informatik und Wirtschaftsinformatik unter anderem Unternehmensführung, Organisation, Teammanagement und Elektronische Märkte. Seit 1999 war er auch als Berater und Teilhaber in der nobisCum Gruppe tätig. Im Rahmen der Neustrukturierung dieses Beratungs- und Softwareunternehmens übernahm er 2007 bis zu seinem Ausscheiden 2010 den Vorsitz des Aufsichtsrates der nobisCum AG. Im Hotspot Verlag ist er für die Verlagsleitung und den Vertrieb verantwortlich.

„92 % der deutschen Internet-Nutzer entscheiden sich für den ersten Link auf der ersten Seite einer Suchmaschine.“



Kai Neugebauer blickt auf zwanzig Jahre Desktop Publishing-Erfahrung zurück: Anfang der Neunzigerjahre begann er mit dem Layout des Musikmagazins „No Trend Press“ und war bis 1995 als festangestellter Grafiker in einer Würzburger Werbeagentur tätig. 1995 gründete er mit Götz Schmiedehausen und drei weiteren Gesellschaftern den CyPress Verlag. Zwischen 1995 und 2000 war er hier für das Editorial Design und als Art Director der Grafikabteilung zuständig. In dieser Zeit konzeptionierte er zahlreiche erfolgreiche Printtitel wie bspw. "Fun Generation", "play PlayStation", "Das Offizielle PlayStation Magazin" oder "DVD Vision". Seit 2000 zeigt er sich für Konzeption, Programmierung und Design verschiedener kleiner und großer Webauftritte in seiner Agentur fgad.de/sign verantwortlich. 2004 bekam er gemeinsam mit der Agentur "Zum Kuckuck" einen iF-Award für die Webseite der Firma ReisenThel überreicht. Zwischen 2005 und 2007 konzeptionierte und betreute er die grafische Umsetzung des Printmagazins "Golf-Punk". Kai Neugebauer ist Art Director des Magazins Website Boosting und des zugehörigen Internetauftrittes.

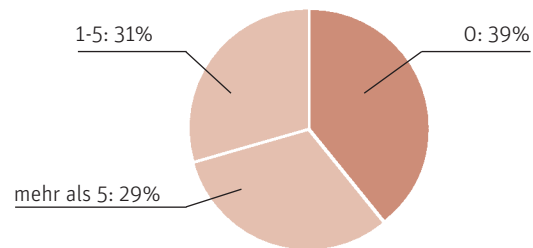
Wie viele Stunden lesen Sie die Ausgabe von WEBSITE BOOSTING?



Wie oft lesen Sie die Ausgabe von WEBSITE BOOSTING?



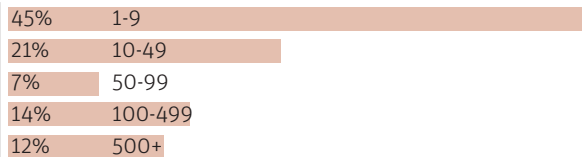
Wie viele Personen lesen außer Ihnen noch die Ausgabe des WEBSITE BOOSTING Magazins?



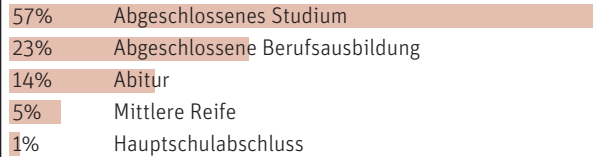
Unsere Leser sind zu...:



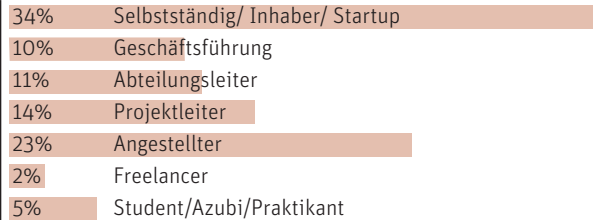
Wie viele Mitarbeiter hat das Unternehmen, in dem Sie arbeiten?



Welche Ausbildung haben Sie?



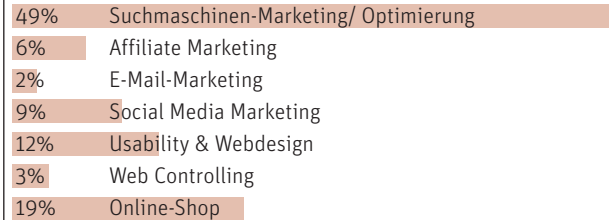
Welche Position bekleiden Sie in Ihrem Unternehmen?



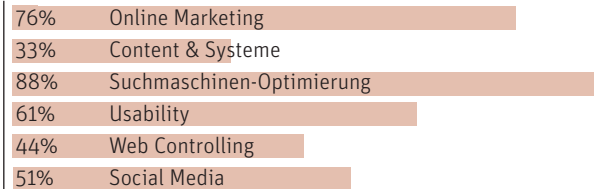
Wie wichtig ist WEBSITE BOOSTING für Ihr Unternehmen/ Tätigkeit?

Sehr wichtig:	13 %	Teilweise relevant:	16%
Wichtig:	31%	Irrelevant:	1%
Relevant:	38%		

In welchem Bereich sind Sie primär tätig?



Welche Themengebiete interessieren Sie besonders?



MEDIA INFORMATIONEN

Erscheinungsweise:	6 Ausgaben pro Jahr
Druckauflage:	20.000 Exemplare
Einzelverkaufspreis:	€ 9,80 (D), € 11,- (LUX), € 10,50 (AT), sfr 17,- (CH)
Vertrieb:	ASV-Vertriebs GmbH
Verbreitungsgebiet:	Deutschland, Österreich, Schweiz, Luxemburg
Distribution:	über Pressegrossisten an den Kiosken, im Buch- und Zeitschriftenhandel, an Bahnhöfen und Flughäfen, Sonderverkauf in themenaffinen Umfeldern, im Abonnement, durch Wechselsversand an relevante Personen und Unternehmen.
Druckverfahren:	Rollenoffset
Heftformat:	210 mm breit x 297 mm hoch + 3 mm Beschnitt
Bindung:	Klebebindung
Druckunterlagen:	Ausschließlich digitale Daten (nähere Informationen entnehmen Sie bitte dem Abschnitt „Digitale Datenanlieferung“).
Platzierung:	Der Verlag kann Platzierungsvorschriften nur als Wünsche vormerken und versuchen, sie im Rahmen der technischen Möglichkeiten zu berücksichtigen. Für verbindliche Platzierungen werden preisliche Zuschläge berechnet.

Farbanzeige:	Sonderfarben oder Farbtöne, die durch Zusammendruck von Farben der verwendeten Euroskala nicht erreicht werden können, bedürfen besonderer Vereinbarung. Einzelheiten auf Anfrage. Geringe Tonabweichungen sind im Toleranzbereich des Offsetverfahrens begründet. Bitte fragen Sie nach unseren Farbprofilen für Umschlag- und Innenseiten.
Rücktrittsrecht:	Nur schriftlich, bis 14 Werktage vor Anzeigenschluss.
Zahlungsbedingungen:	14 Tage rein netto Kasse.
Bankverbindung:	Hotspot Verlag GmbH Kto. Nr.: 464 77 451 BLZ: 790 500 00 Sparkasse Mainfranken

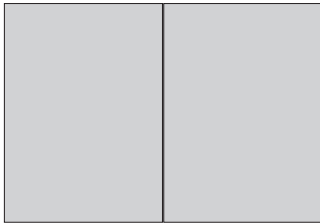
„87 % der Internet-Nutzer suchen gezielt nach Produkten und Dienstleistungen über Suchmaschinen.“

Erscheinungsplan 2012

Ausgabe	EVT	Anzeigenschluss	Redaktionsschluss	Druckunterlagenchluss	Veranstaltungen
Ausgabe 12 (3/4-2012)	28.02.2012	30.01.2012	30.01.2012	06.02.2012	
Ausgabe 13 (5/6-2012)	24.04.2012	22.03.2012	22.03.2012	29.03.2012	9./11.03.: SEO CAMPPIXX, Berlin 27./28.03.: SMX, München
Ausgabe 14 (7/8-2012)	26.06.2012	28.05.2012	28.05.2012	04.06.2012	15.06.: SEMSEO, Hannover
Ausgabe 15 (9/10-2012)	28.08.2012	27.07.2012	27.07.2012	03.08.2012	12./13.09.: DMEXCO, Köln
Ausgabe 16 (11/12-2012)	30.10.2012	01.10.2012	01.10.2012	08.10.2012	06./07.11.: Conversion Conference, Düsseldorf
Ausgabe 17 (1/2-2013)	27.12.2012	23.11.2012	23.11.2012	30.11.2012	

„80 % aller Klicks auf Ergebnisse bei Suchmaschinen entfallen auf Platz 1 – 6.“

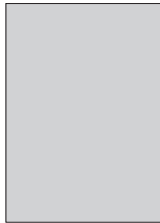
FORMATE / PREISE



2/1

Format: 420 x 297mm

+ 3mm Beschnitt
an jeder Seite



1/1

Format:
210 x 297mm

+ 3mm Beschnitt
an jeder Seite

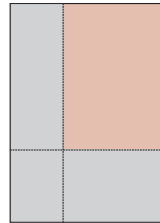


1/2

Hochformat:
99 x 297mm

Querformat:
210 x 147mm

+ 3mm Beschnitt
an jeder Seite



1/3

Hochformat:
69 x 297mm

Querformat:
210 x 97mm

+ 3mm Beschnitt
an jeder Seite



1/4

Hochformat:
51 x 297mm

Querformat:
210 x 72mm

+ 3mm Beschnitt
an jeder Seite

SONSTIGE RABATTE

Agentur-Provision 15%

PREISE

Die Preise richten sich nach Platzierung der Anzeige, Schaltungsfrequenz, Kombination mit dem Online-Angebot und dem gewählten Themenumfeld. Wir machen Ihnen gerne ein individuelles Angebot mit tagesaktuellen Preisen.

„80 % der Internet-Nutzer suchen gezielt nach Produkten und Dienstleistungen über Suchmaschinen.“

DIGITALE ANLIEFERUNG // PRINT

Datenanlieferung: CD-Rom, DVD-R, per E-Mail (bis max. 12 MB) oder als Link an: layout@hotspot-verlag.de, per FTP: Zusendung der Zugangsdaten per Mail oder Übertragung der Daten auf den hotspot-Server nach Absprache. Tel.: +49 931 / 88 07 961

Programme: Macintosh: InDesign CS / -CS 5, Photoshop CS / -CS 5, Illustrator CS / -CS 5, Quark 6, Acrobat 7. PC: nur als PDF, TIF oder JPG umgewandelte Dateien.

Dateiformate: Wir bevorzugen PDF X3 (von Adobe Acrobat erstellt), TIF, EPS mit Font-Including. Bei offenen Daten bitte alle Bilder und Schriften mitliefern.

Druckprofile: Wir verwenden folgendes Standard-Druckprofil der FOGRA:

- für den Umschlag: ISOCOATED.ICC, Papiersimulation white
- für den Inhalt: WEBCOATED.ICC

Sie finden die Profile zum Herunterladen unter www.eci.org.

Schriften: Alle verwendeten Schriften müssen mitgeliefert werden. Bei Vektorgrafik-Programmen wie Freehand oder Illustrator sollten alle Schriften in Pfade konvertiert sein.

Bilder: Bei offenen Daten müssen alle Bilder und Vektorgrafiken mitgeliefert werden.

- Bilder werden im EPS-Format als BINÄR-Daten mit CMYK-Separierung in einer Auflösung von 300 dpi (+/- 10%) ohne Komprimierung, Druck- oder Rasterkennlinie gespeichert.
- TIFFs sollten nur als Hintergrund, für kleine Logos oder als Bitmap (s/w 1200 dpi) verwendet werden.
- Wir arbeiten mit einem Gesamtfarbauftrag von 320% und einem Punktzuwachs von 16%.
- Eingeladene Bilder sollten nicht größer als 130% eingeladen sein, da sie sonst pixelig erscheinen können.

• Wir drucken im EURO-OFFSET-Standard nach FOGRA (Umschlag: Bogenoffset-Bilderdruck glänzend, Inhalt: Rollenoffset 80 g/m fast holzfrei).

Farben: In Dokumenten dürfen nur Farben der Eurokala verwendet werden. Sonderfarben wie Pantone oder HKS müssen dementsprechend umgewandelt werden. Sonderfarben oder Farbtöne, die durch Zusammendruck von Farben der verwendeten Eurokala nicht erreicht werden können, bedürfen besonderer Vereinbarungen. Einzelheiten auf Anfrage. Geringe Tonabweichungen sind im Toleranzbereich des Offsetverfahrens begründet.

Sicherheit: Um eine reibungslose Abwicklung garantieren zu können, benötigen wir ein Vertrags-Proof (z.B. IRIS oder Chromalin). Alle anderen Formen von Ausdrucken dienen ausschließlich zur Standkontrolle und werden im Falle einer Beanstandung nicht als farbverbindlich angesehen. Alle an den hotspot. Verlag oder ihre Tochterunternehmen geschickten Daten sollten Kopien sein und bis zum Erscheinen des Magazins gespeichert bleiben. Eingesandte Datenträger und Proofs gehen in den Besitz der hotspot. Verlag über. Es wird keine Haftung für einen eventuellen Datenverlust übernommen. Im Anzeigenpreis ist die Bearbeitung und Anpassung an den Druck von kompletten, fehlerfreien Dokumenten enthalten. Sollten wir Ihre Daten nachbearbeiten müssen, erlauben wir uns, Ihnen 120,- Euro zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer pro Stunde Reinzeichnung zu berechnen. Die Nachbearbeitungsgebühr ist nicht rabattierfähig. Der hotspot. Verlag behält sich vor, bei Nichteinhaltung einer der oben genannten Punkte oder bei nicht vorhersehbaren Schwierigkeiten während der Abwicklung der gelieferten Dokumente entstehende Kosten zu berechnen.

Haftungsausschluss: Wenn kein Vertrags-Proof mitgeliefert wird, übernimmt der hotspot. Verlag grundsätzlich keinerlei Haftung bei fehlerhafter Wiedergabe im Druck.

KONTAKT

Anzeigenleitung

Götz Schmiedehausen
Mariannhillstr.6c
97074 Würzburg
Tel.: +49 931 / 470 858 30
Mob.: +49 175 / 722 44 87
E-Mail: anzeigenleitung@websiteboosting.com

Vertrieb

asv vertriebs gmbh
Süderstraße 77
20097 Hamburg
Tel.: +49 40/ 34 72 40 41
Fax: +49 40/ 34 72 35 49
E-Mail: goetz.spielhagen@axelspringer.de

Redaktion

WEBSITE BOOSTING
Wallenstein-Center
Rothenburger Straße 245
90439 Nürnberg
Tel.: +49 911 / 279 75 0
Vanity: 0700-hallotms
E-Mail: redaktion@websiteboosting.com

Grafik / Online

netz-haut GmbH
Kai Neugebauer
Zweierweg 22
97074 Würzburg
Tel.: +49 931 / 88 07 961
E-Mail: layout@websiteboosting.com

Verlag

Hotspot Verlag GmbH
Würzburger Höhe 23
97084 Würzburg
E-Mail: verlag@websiteboosting.com

Abo Service

Leserservice Website Boosting
Franz-Horn-Straße 2
97082 Würzburg
Tel.: +49 931 / 4170-1614
Fax: +49 931 / 4170-494
E-Mail: abo-boosting@websiteboosting.com

Allgemeinen Geschäftsbedingungen

1. Die nachstehenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für alle künftigen Anzeigenaufträge sowie sinngemäß auch für Aufträge über Beikläre, Beifahrer oder sonstige technische Sonderausfahrungen und Werbeformen. Die aus der jeweils gültigen Preisliste ersichtlichen Preise, Aufschläge und Nachlässe werden für alle Auftraggeber einheitlich berechnet. Vertragsinhalt wird ausschließlich das in der Auftragsbestätigung Enthaltene. Mündliche oder telefonische Nebenabreden jeder Art, auch mit Vertretern oder Mitarbeitern der Verlage oder ihrer Vermarktungsgesellschaft, gelten als unverbindliche Vorbesprechungen, solange sie nicht schriftlich bestätigt sind.
2. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder sonstiger angebotener Werbeformen eines Inserenten in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung.
3. Anzeigen sind zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Davon unberührt steht dem Auftraggeber ein generelles Rücktrittsrecht von einem bereits erteilten und bestätigten Anzeigenauftrag nur bis 14 Werktage vor Anzeigenschluss einer jeweiligen Ausgabe zu. Die jeweiligen Anzeigenschlusstermine sind Bestandteil der alljährlichen von der Vermarktungsgesellschaft neu veröffentlichten Media-Daten, und daraus für jede Ausgabe zu ersehen. Wünscht der Auftraggeber eine Stornierung oder Verschiebung eines ansonsten bereits erteilten Auftrags nach diesem Termin, wird der volle Rechnungsbetrag für die Schaltung in der ursprünglichen Ausgabe fällig.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die die Verlage oder die von ihr beauftragte Vermarktungsgesellschaft nicht zu vertreten haben, so hat der Auftraggeber unbeschadet etwaiger weiterer Rechtschiftenden den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der Tat sachlichen Abnahme entsprechenden Nachlass zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich der Verlage oder der beauftragten Vermarktungsgesellschaft beruht.
5. Aufträge für Anzeigen und Fremdbestellungen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
6. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
7. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern, in bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen wird keine Gewähr übernommen, es sei denn, dass der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrags ausdrücklich davon abhängig gemacht hat, einen entsprechenden Platzzuschlag anerkennt und eine entsprechende Bestätigung der Vermarktungsgesellschaft erfolgt. Auch in letzterem Fall steht jedoch der Vermarktungsgesellschaft das Rücktrittsrecht zu, wenn die innere Einrichtung oder der Umfang der Zeitschrift sich ändert; der Besteller kann derartige besonders vereinbarte Anzeigen nur bis zum Anzeigenschlusstermin für die jeweilige Ausgabe widerrufen bzw. kündigen.
8. Die Verlage und ihre Vermarktungsgesellschaft behalten sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetz, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstößt oder deren Veröffentlichung für die Verlage unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und deren Billigung bindend.
9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckerunterlagen oder der Beilagen ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckerunterlagen fordern die Verlage oder ihre Vermarktungsgesellschaft unverzüglich Ersatz an. Die Verlage gewährleisten die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckerunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lassen die Verlage oder die Vermarktungsgesellschaft eine ihnen hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erresnet nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung ausgeschlossen; Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und aus 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 oder grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, sondern für das gesetliche Verhalten und seiner Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung der Verlage oder ihrer Vermarktungsgesellschaft für Schäden wegen des Fehlens zugehöriger Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haften die Verlage oder ihre Vermarktungsgesellschaft darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit. Die Haftung ist dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigentelgs beschränkt. Reklamationen müssen, außer bei nicht offensichtlichen Mängeln, innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geteilt gemacht werden. Grundsätzlich ausgeschlossen ist ein Anspruch auf Zahlungsminderung und/oder Ersatzanzeige, wenn Druckerunterlagen, Proofs und sonstige für die einwandfreie Schaltung notwendigen Unterlagen nur unvollständig, nicht termingerecht oder technisch nicht einwandfrei vom Auftraggeber zur Verfügung gestellt wurden.
11. Probeaufträge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeaufträge. Es werden grundsätzlich nur Fehlerkorrekturen berücksichtigt, die innerhalb der bei der Übersendung des Probeauftrags gesetzten Frist der Vermarktungsgesellschaft mitgeteilt werden.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdrückhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
13. Rechnungen sind binnen 14 Tagen nach Rechnungsdatum rein netto Kasse zu zahlen, sofern der Auftraggeber nicht Vorauszahlung geleistet hat oder im einzelnen Fall ausdrücklich eine andere Zahlungsfrist vereinbart ist. Auftraggeber, die ihren Sitz im Ausland haben, sind mit Auftragserteilung grundsätzlich vorauszahlungspflichtig. Maßgeblich für die Einhaltung der Fristen ist der Eingang des Zahlungsbetrags beim Verlag. Zahlungen werden unter Verzicht des Zahlenden auf anderweitige Bestimmungen – soweit gesetzlich zulässig – ausschließlich in der Reihenfolge des § 366 I BGB angetrauert. Etwaige Preisnachlässe für vorzeitige Zahlungen werden nur nach der Preisliste gewährt; eine generelle Skontoeinräumung findet nicht statt.
14. Bei Überschreiten der Zahlungsfrist gemäß Ziffer 13, bei Nichtkaufleuten bei Verzug werden Verzugszinsen in Höhe von 14,5% sowie etwaige

sonstige Einziehungskosten aller Art berechnet. Dem Kunden bleibt der Nachweis eines geringeren Verzugschadens vorbehalten. Die Verlage oder ihre Vermarktungsgesellschaft können bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers sind die Verlage und die Vermarktungsgesellschaft berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses, das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungslimit von der Vorauszahlung des Betrags und vom Ausgleich offener stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Agenturen, welche in eigenem Namen, aber für dritte Personen oder Firmen Anzeigen bestellen, treten ihre Ansprüche jeder Art gegen ihre Vertragspartner an die Vermarktungsgesellschaft ab zur Sicherung und in Höhe ihrer sämtlichen jeweils bestehenden Forderungen gegen die Agentur. Solange Letztere ihrer Zahlungspflicht ordnungsgemäß nachkommt, erfolgt keine Benachrichtigung von den Abtretungen. Die Agentur hat auf Verlangen der Vermarktungsgesellschaft Name und Anschrift ihrer Vertragspartner mitzuteilen und Letzteren die Abtretung anzuzeigen.

15. Die Vermarktungsgesellschaft liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlags oder seiner Vermarktungsgesellschaft.
16. Die Verlage und die von ihnen beauftragte Vermarktungsgesellschaft sind bevollmächtigt, die für die Anzeige erforderlichen Druckerunterlagen, zum Beispiel Entwurfe, Zeichnungen, Lithos oder Textübersetzungen, sowie für vom Auftraggeber ansonsten gewünschte oder zu vertretende Anforderungen für den Auftraggeber auf dessen Kosten zu bestellen oder durchzuführen. Dies gilt entsprechend auch für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der ursprünglich vereinbarten Ausführung.
17. Die Anlieferung der Druckerunterlagen einschließlich Proof ist ausschließlich Sache des Auftraggebers und hat mindestens entsprechend unserer technischen Bestimmungen (siehe Abschnitt „Digitale Datenanlieferung“) zu erfolgen. Darüber hinausgehende Arbeiten, zum Beispiel für digitale Wandlungen oder Neukonfigurationen, werden dem Auftraggeber zu einem Stundensatz von 120,00 Euro zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer gesondert in Rechnung gestellt. Die Gewähr für die richtige Datenermittlung und die Kosten eventuell noch herzustellender Lithos übernimmt ansonsten der Auftraggeber. Die in Ziffer 16 und 17 aufgeführten Leistungen sind grundsätzlich von jeglicher Rabattierung ausgeschlossen.
18. Erfüllungsort ist der Sitz des Hotspot Verlag GmbH. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand ebenfalls Würzburg, ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers 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 Hotspot Verlag GmbH vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen der Verlage und ihrer Vermarktungsgesellschaft:

- a) Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch die Verlage oder ihre Vermarktungsgesellschaft rechtsverbindlich. Seitens des Auftraggebers gilt ein Auftrag als rechtsverbindlich erteilt, wenn er schriftlich erfolgt ist. Die Zusendung der Druckerunterlagen gemäß Ziffer 9 gilt als Auftragserteilung in diesem Sinne.
- b) Die Werbungsmitler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungsstreibern an die Preislisten der Verlage/der Vermarktungsgesellschaft zu halten. Die gewährte Mitflugsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- c) Preisänderungen (Preisermäßigungen, Änderungen der Rabattstafel, Preiserhöhungen) gelten von dem Tag des Inkrafttretens der neuen Preislisten an und für auch laufende Abschlüsse.
- d) Wird für konzernverbundene Firmen die gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist im Einzelfall eine Kapitalbeteiligung von jeweils mehr als 50% erforderlich und durch den Auftraggeber ohne gesonderte Auforderung bei Auftragserteilung nachzuweisen. Andernfalls entfällt der Anspruch auf gemeinsame Konzern-Rabattierung.
- e) Bei fernmündlich oder per E-Mail aufgegebenen Bestellungen und Änderungen übernimmt der Verlag keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe. Abbestellungen und Änderungen müssen schriftlich erfolgen und spätestens zum Anzeigenschluss bzw. Rücktrittstermin in den Verlagen/der Vermarktungsgesellschaft vorliegen und bestätigt sein. Für bereits gesetzte Anzeigen werden keine Abschläge gewährt.
- f) Sind etwaige Mängel bei den Druckerunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden diese erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Auftraggeber bei verminderter Druckqualität keine Ansprüche, auch wenn ein Proof vorlag.
- g) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- oder Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, die Verlage sowie ihre Vermarktungsgesellschaft von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrags, auch wenn er storniert sein sollte, erwachsen können. Die Verlage/die Vermarktungsgesellschaft sind nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden.
- h) Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb der Verlage als auch ihrer Vermarktungsgesellschaft oder in fremden Betrieben, dieser sich die Verlage/die Vermarktungsgesellschaft zur Erfüllung bedienen – besteht Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesehenen Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist.
- i) Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckerunterlagen endet drei Monate nach Erscheinen der jeweiligen Anzeige, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist.
- j) Die Übersendung von mehr als zwei Farbvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckerunterlagen und der Wunsch nach einer von der Verlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen, die nicht zur Reklamation berechtigen. Vermarktungsgesellschaft und Verlage müssen sich die Berechnung entstehender Mehrkosten vorbehalten.

Würzburg, 01.02.2010

General terms & conditions of acceptance of advertisements (AGB): To order the English version please contact our web-site www.hotspotverlag.de