

MACPRAXIS

Mediadaten 2011

Inhalt

- 2 Titelprofil, Termine
- 3 Anzeigenpreise
- 4 Sonderwerbeformen
- 6 Technische Hinweise, Verlag, Bankverbindung
- 7 AGB
- 9 Kontakt



Anzeigen-Hotline: 0211/9334730

Mit DVD € 7,99 **Test:** Das leistet der neue Mac Mini in der Praxis

MACPRAXIS **MACPRAXIS** September-Oktober 2010

Schneller, flexibler, leistungsstärker **Kostenlose Tools auf DVD**

Die besten Gratis-Alternativen zu MobileMe, iLife, iWork & Co.

Mehr Sicherheit, mehr Komfort:
10 geheime Time Machine-Tricks

Fotoworkshop
iMac-Festplatte selbst einbauen
Plattenwechsel ohne Risiko und ohne Fachkenntnisse!

Projekt
Fotomontage Schritt für Schritt
Photoshop-Experte Pavel Kaplun verrät seine Tricks

Individueller Desktop-Look

- Eigene Icons erstellen
- Systeminfos einbetten
- Dock ausreizen

Gratis auf DVD: Tuning-Paket mit cleveren Tools für mehr Komfort

DT-Control spricht: Integrierte Lehrfilme

4 197734 907999 04

So geht's: TV auf dem Mac
Zeitversetzt fernsehen, Werbung rausschneiden

Zielgruppe

Mac Praxis wendet sich gezielt an alle Mac-User, Apple-Enthusiasten und PC-User, die von Windows auf Apple umsteigen möchten.

Inhalt

Mac Praxis deckt alle Aspekte des Themas „Mac“ und „Apple“ ab: Vom Einstieg oder Umstieg in die Apple-Welt, über Tests, Produktvorstellungen und Kaufberatungen bis hin zu konkreten Workshops zu Soft- und Hardware.

Basisinformationen

Erscheinungsweise: 4 x im Jahr

Copy-Preis: 7,99 Euro

Heftformat: 297 mm hoch, 210 mm breit (DIN A4)

Termine

Die Termine der Mac Praxis finden Sie stets aktuell unter

www.pcpraxis.de/media



Platzierungszuschläge

Vorzugsplatzierung:

+ 15 % vom Grundpreis (1/1 Seite)

3. Umschlagseite:

+ 15 % vom Grundpreis (1/1 Seite)

2./4. Umschlagseite:

+ 20 % vom Grundpreis (1/1 Seite)

4. Umschlagseite:

nur 4c-Belegung möglich

Anzeigenpreise Mac Praxis

Format	s/w bis 4c
1 x 1/1 Seite	4.200,-
1 x 2/1 Seite	8.400,-
1 x 3/4 Seite	3.150,-
1 x 2/3 Seite	2.800,-
1 x 1/2 Seite	2.100,-
1 x 1/3 Seite	1.400,-
1 x 1/4 Seite	1.050,-
1 x 1/6 Seite	700,-
1 x 1/8 Seite	525,-

Mengenstaffel

2 Seiten:	6 %
3 Seiten:	11 %
4 Seiten:	16 %
5 Seiten:	21 %

Malstaffel

2 Schaltungen:	3 %
3 Schaltungen:	7,5 %
ab 4 Schaltungen:	15 %

Beilagenpreise

Beilage in Gesamtauflage (bis 25 g)
86,- Euro pro Tsd.

Beilage in Gesamtauflage (bis 25 g)
3 Ausgaben
83,- Euro pro Tsd.

Beilage in Gesamtauflage (bis 25 g)
6 Ausgaben
78,- Euro pro Tsd.

Beilage in Gesamtauflage (bis 25 g)
9 Ausgaben
76,- Euro pro Tsd.

Beilage in Gesamtauflage (bis 25 g)
12 Ausgaben
73,- Euro pro Tsd.

Teilbeilage (bis 25 g)
Mindestmenge 10.000 Exemplare
94,- Euro pro Tsd.

Abo-Handlingkosten

Ab 10 Gramm: 8,50 Euro pro Tsd.

Ab 20 Gramm: 17,- Euro pro Tsd.

Ab 30 Gramm: 25,- Euro pro Tsd.

Ab 40 Gramm: 34,- Euro pro Tsd.

Ab 50 Gramm: 42,- Euro pro Tsd.

**Gratis Foto-
buch für Sie***

Haben Sie in Ihrem Sommerurlaub fertig fotografiert? Dann hat Gutschick Sie mit PC Ihr eigenes Fotobuch und präsentieren Sie Ihren Freunden Ihre Fotos in exklusiver Hochglanzausstattung. Und das Beste ist: Ihr eigenes Fotobuch ist für Sie kostenlos!

15 Euro-Gutschein

So können Sie Ihren Gutschein einlösen

So erstellen Sie bei myphotobook Ihr individuelles Fotobuch

1. Wählen Sie ein Design für Ihr Fotobuch. Es gibt verschiedene Designs, die Sie an Ihre Urlaubsthematik anpassen können. Wählen Sie ein Design, das Ihnen gefällt.

2. Wählen Sie die Größe Ihres Fotobuchs. Es gibt verschiedene Größen, die Sie an Ihre Bedürfnisse anpassen können. Wählen Sie eine Größe, die Ihnen gefällt.

3. Wählen Sie die Anzahl der Seiten Ihres Fotobuchs. Es gibt verschiedene Anzahlen, die Sie an Ihre Bedürfnisse anpassen können. Wählen Sie eine Anzahl, die Ihnen gefällt.

4. Wählen Sie die Farben Ihres Fotobuchs. Es gibt verschiedene Farben, die Sie an Ihre Bedürfnisse anpassen können. Wählen Sie eine Farbe, die Ihnen gefällt.

5. Wählen Sie die Art der Einbandung Ihres Fotobuchs. Es gibt verschiedene Arten, die Sie an Ihre Bedürfnisse anpassen können. Wählen Sie eine Art, die Ihnen gefällt.

6. Wählen Sie die Art der Verzierung Ihres Fotobuchs. Es gibt verschiedene Arten, die Sie an Ihre Bedürfnisse anpassen können. Wählen Sie eine Art, die Ihnen gefällt.

7. Wählen Sie die Art der Verzierung Ihres Fotobuchs. Es gibt verschiedene Arten, die Sie an Ihre Bedürfnisse anpassen können. Wählen Sie eine Art, die Ihnen gefällt.

8. Wählen Sie die Art der Verzierung Ihres Fotobuchs. Es gibt verschiedene Arten, die Sie an Ihre Bedürfnisse anpassen können. Wählen Sie eine Art, die Ihnen gefällt.

9. Wählen Sie die Art der Verzierung Ihres Fotobuchs. Es gibt verschiedene Arten, die Sie an Ihre Bedürfnisse anpassen können. Wählen Sie eine Art, die Ihnen gefällt.

10. Wählen Sie die Art der Verzierung Ihres Fotobuchs. Es gibt verschiedene Arten, die Sie an Ihre Bedürfnisse anpassen können. Wählen Sie eine Art, die Ihnen gefällt.

Advertorial

Mit Advertorials können Sie Ihre Produkte und Dienstleistungen ausführlich darstellen. Hier können Sie zeigen, was Ihre Produkte besonders auszeichnet und wie diese optimal genutzt werden.

Das Weitwinkelwunder

Zu fast von dem Blick, um es komplett abzubilden? Das gibt es mit der Samsung NV24 HD nicht mehr. Mit nahezu 24 mm Weitwinkelobjektiv wird die Kamera ein echter Assistenten im Kompaktkbereich, und das Weitwinkelwunder hat noch eine Menge mehr zu bieten.

NV24 HD zu gewinnen

Das Weitwinkelwunder ist ein kompakter, leistungsstarker und vielseitiger Kamerakompakt. Mit einer Brennweite von 24 mm (35 mm-Äquivalent) bietet die NV24 HD ein weites Blickfeld, das es ermöglicht, mehr von der Szene einzufangen. Die Kamera verfügt über eine 10-Megapixel-Sensoren und eine 3,0-Zoll-LCD-Fläche, die es ermöglicht, die Aufnahmen in hoher Auflösung anzuzeigen. Die NV24 HD ist auch mit einer 1080p-Videoaufnahme ausgestattet, die es ermöglicht, Ihre Momente in hoher Qualität zu teilen.

Probieren Sie doch auch bei Samsung

Die Samsung NV24 HD ist eine kompakte, leistungsstarke und vielseitige Kamera, die es ermöglicht, mehr von der Szene einzufangen. Mit einer Brennweite von 24 mm (35 mm-Äquivalent) bietet die NV24 HD ein weites Blickfeld, das es ermöglicht, mehr von der Szene einzufangen. Die Kamera verfügt über eine 10-Megapixel-Sensoren und eine 3,0-Zoll-LCD-Fläche, die es ermöglicht, die Aufnahmen in hoher Auflösung anzuzeigen. Die NV24 HD ist auch mit einer 1080p-Videoaufnahme ausgestattet, die es ermöglicht, Ihre Momente in hoher Qualität zu teilen.

Gewinnspiel-Advertorial

Mit einem Gewinnspiel-Advertorial können Sie Ihre Produkte ausführlich vorstellen und gleichzeitig viel über Ihre Kunden und deren Wünsche erfahren: Stellen Sie einen Gewinn zur Verfügung und fragen Sie die Leser über das Gewinnspiel danach, was Ihnen wichtig ist.

DVD

Die DVD ist das optimale Medium für digitale Offline-Werbung und bietet Ihnen viel Platz, um Ihre Zielgruppe digital, interaktiv und kreativ zu informieren.



Oversize-Beilage

Mit einer Oversize-Beilage wird Ihre Werbung „übertrendend“. Platzieren Sie Ihren Claim auf dem oberen Teil der Oversize-Beilage und Ihnen ist die Aufmerksamkeit Ihrer Kunden sicher.





Leserworkshop

Lassen Sie Ihre Produkte für sich selbst sprechen. In einem Leserworkshop können die Leser Ihre Produkte in der Praxis ausprobieren und erhalten zusätzlich von Ihnen ganz konkrete Tipps für die optimale Anwendung. So überzeugen Sie Ihre Kunden direkt und nachhaltig.



Sonderformate

Mit außergewöhnlichen Anzeigenformaten zieht Ihre Werbung die Aufmerksamkeit ganz besonders auf sich. Gerne realisieren wir mit Ihnen Tunnel- und Inselanzeigen oder wie hier Anzeigen "mittig über Bund".

Booklets

Mit den Mac Praxis Booklets können Sie Ihre Produkte und Angebote umfassend präsentieren oder Ihren Kunden Tipps und Glossare bieten. So wird Ihr Booklet zum Nachschlagewerk und immer wieder genutzt.



Mac Praxis TV

Mac Praxis TV präsentiert Ihre Produkte und übernimmt für Sie den gesamten Produktionsprozess von der Konzeption, Produktion, Moderation und Schnitt bis hin zur Distribution.



Anlieferadressen für Druckunterlagen

Druckunterlagen auf CD-ROM

per Post an

DATA BECKER GmbH & Co. KG
Anzeigenabteilung PC Praxis
Merowingerstraße 30
40223 Düsseldorf

per Kurier an

DATA BECKER GmbH & Co. KG
Anzeigenabteilung PC Praxis
Merowingerstraße 71
40225 Düsseldorf

Druckunterlagen per E-Mail

an: anzeigenverkauf@databecker.de (bis 3,5 MB)

Druckunterlagen per Internet in FTP-Verzeichnis

Passwort auf Anfrage

Dateiformate für digitale Druckunterlagen

PDF, JPEG, EPS, TIF (bei offenen Dateien unbedingt die verwendeten Schriften mitliefern)

Farbformat

CMYK (keine gesonderten Farbprofile verwenden)

Auflösung

alle Druckdateien: 300 dpi

Dateinamen

Bitte vergeben Sie Dateinamen nach folgendem Muster:
Zeitschriftentitel-Ausgabe-Ihr Firmenname.
Beispiel: MacPraxis-0111-IhrFirmenname.

Proofs

Um eine optimale Umsetzung Ihrer digitalen Druckunterlagen gewährleisten zu können, benötigen wir in allen Fällen einen Proof Ihrer Anzeige. Der Proof kann parallel zu den digitalen Druckunterlagen versendet werden. Die digitalen Druckunterlagen werden vor dem Eintreffen des Proofs bereits bearbeitet und vor dem Druck mit dem Proof verglichen.

Format

Heftformat: 297 mm hoch, 210 mm breit (DIN A4)
Anzeigenmindestformat: 1/8 Seite
Beschnittzugabe je Außenkante: 3 mm
Bundzugabe bei Bunddurchdruck je Seite: 7 mm

Druckverfahren

Rollenoffset

Beilagen

Mehrseitige Beilagen müssen am Bund geschlossen sein. Anlieferung der Beilagen mindestens zu 50 Stück verschränkt.

Ansprechpartner für Druckunterlagen

Maik Lanckrock, Tel. 0211/9334786
E-Mail: mlanckrock@databecker.de

Verlagsangaben

DATA BECKER GmbH & Co. KG
Merowingerstraße 30
40223 Düsseldorf

Herausgeber: Dr. Achim Becker
Verlagsleiter: Dr. Michael Dolny
Chefredakteur: Dr. Michael Dolny
Anzeigenleiter: Jörg Hausch
Anzeigenpreisliste Mac Praxis Nr. 2
Gültig ab Ausgabe 01/2011

Kontakt

Anzeigenleiter:
Jörg Hausch: 0211-9334783
E-Mail: jhausch@databecker.de
Anzeigen-Hotline: 0211-9334730
Anzeigen-Fax: 0211-9334799
E-Mail:
anzeigenverkauf@databecker.de
Internet: www.pcpraxis.de/media

Bankverbindung

Hypo Vereinsbank Düsseldorf
Bankleitzahl: 302 201 90
Konto-Nr.: 3805140

Zahlungsbedingungen

10 Tage Vorkasse mit 3 % Skonto bei Erteilung eines Abbuchungsauftrages oder netto am Erscheinungsdatum.

Auftrags-/Rücktrittstermin

Jeweiliger Anzeigenschlusstermin.

§ 1 Anwendungsbereich

(1) Die nachfolgenden Bestimmungen sind wesentlicher Bestandteil sämtlicher Verträge des Auftraggebers mit der Data Becker GmbH & Co.KG (nachfolgend "Herausgeber"), die eine entgeltliche und/oder eine unentgeltliche Veröffentlichung von Anzeigen in Publikationen des Herausgebers in Form von in der Publikation veröffentlichten Anzeigen, Beilagen, Földern, Einklebern, Einheftern oder sonstiger vergleichbarer Mittel zum Gegenstand haben.

(2) Eine Berufung auf abweichende allgemeine Geschäftsbedingungen durch den Auftraggeber berührt die Wirksamkeit dieser Geschäftsbedingungen nicht. Von diesen abweichende allgemeine Geschäftsbedingungen finden demnach keine Anwendung. Die Abänderung einzelner oder die Abbedingung sämtlicher Bestimmungen dieser Geschäftsbedingungen für einen Einzelvertrag bedarf zu ihrer Rechtswirksamkeit der Schriftform und der Unterzeichnung durch beide Parteien; dies gilt auch für die Abbedingung des Schriftformerfordernisses. Solche Einzelverträge sind zudem ausdrücklich als solche zu bezeichnen. Die allgemeinen Geschäftsbedingungen der Data Becker GmbH & Co. KG gelten für Anzeigenaufträge nicht.

§ 2 Anzeigenaufträge

(1) Aufträge des Auftraggebers werden durch den Herausgeber umgehend schriftlich festgehalten, und der Herausgeber übersendet dem Auftraggeber eine diesbezügliche Auftragsbestätigung. Reicht die verfügbare Zeit für eine Übersendung auf dem Postweg nicht aus, erfolgt die Übermittlung der Auftragsbestätigung per Telefax oder per E-Mail. Dieser Auftragsbestätigung kann der Auftraggeber bei ggf. festgestellten Abweichungen vom Vereinbarten schriftlich widersprechen.

(2) Für die rechtzeitige Lieferung der Druckunterlagen für eine Anzeige hat der Auftraggeber Sorge zu tragen. Dieser ist verpflichtet, die Druckunterlagen nach den technischen und terminlichen Vorgaben des Herausgebers anzufertigen. Sollte der Auftraggeber diesen Vorgaben nicht nachkommen und aus diesem Grunde eine Veröffentlichung der Anzeige nicht möglich sein, bleibt die Zahlungsverpflichtung des Auftraggebers hiervon unberührt.

(3) Erteilt der Auftraggeber einen Auftrag als Werbungsmitteiler oder Werbeagentur für einen Dritten, so wird er sich bei Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber dem Dritten an die Preislisten des Herausgebers gebunden halten. Insbesondere wird der Auftraggeber in einem solchen Falle die vom Herausgeber gewährte Mittelvergütung weder insgesamt noch teilweise in irgendeiner Form an den Dritten weiterreichen.

(4) Der Auftraggeber darf Ansprüche gegen den Herausgeber aus einer Anzeigenvereinbarung nicht an Dritte abtreten.

(5) Die Rechtsverbindlichkeit bestätigter Aufträge wird hinsichtlich der vereinbarten Zahl zu veröffentlichten Anzeigen durch eventuelle Änderungen der inneren Einteilung, insbesondere bei Änderungen von redaktionellen Rubriken oder deren Reihenfolge in der Publikation, der Ausstattung, des Umfangs oder des Titels der Publikation oder durch eventuelle Änderungen der Besitzverhältnisse bezüglich der Publikation nicht berührt.

§ 3 Kontingentaufträge

(1) Vereinbaren die Parteien die Veröffentlichung einer bestimmten Anzahl festgelegter Anzeigen innerhalb eines bestimmten Zeitraums (Kontingentaufträge), so bestimmt sich der Anzeigenpreis für jede Anzeige nach der Preisliste, die nach § 11 Absatz 2 dieser Bedingungen für diejenige Ausgabe der Publikation gilt, in der die Anzeige veröffentlicht werden soll.

(2) Die in der jeweils gültigen Preisliste ausgewiesenen Preisnachteile werden nur für die innerhalb eines Jahres einschließlichen Anzeigen des Auftraggebers gewährt. Die Berechnung eines Mengen- und Malrabatts erfolgt daher auf der Grundlage, dass der Auftraggeber alle Anzeigen des vereinbarten Kontingentes innerhalb eines Jahres abrufen wird. Die Jahresfrist beginnt, soweit nichts anderes schriftlich vereinbart wurde, mit dem Erstveröffentlichungstermin der Ausgabe, in der die erste Anzeige des Kontingentes erscheint. Nimmt der Auftraggeber größere als die ursprünglich vereinbarten Anzeigenformate ab, gewährt der Herausgeber einen zusätzlichen Nachlass nach Maßgabe der Mal- und Mengenstaffel.

(3) Ruft der Auftraggeber innerhalb des Jahreszeitraums weniger Anzeigen ab, als für das Kontingent vereinbart wurden, kann der Herausgeber den Mengen- und Malrabatt auf der Grundlage der tatsächlich abgerufenen Menge nach der jeweils gültigen Preisliste neu berechnen und dem Auftraggeber den Differenzbetrag zum ursprünglich gewährten Rabatt in Rechnung stellen.

(4) Hat der Auftraggeber einen Kontingentauftrag erteilt und ruft er im Laufe der Jahresfrist mehr Anzeigen ab, als für das Kontingent vereinbart waren, so hat er Anspruch darauf, dass der Herausgeber

den Mengen- und Malrabatt auf der Grundlage der tatsächlich abgerufenen und veröffentlichten Menge nach der jeweils gültigen Preisliste neu berechnet und dem Auftraggeber den Differenzbetrag zum ursprünglich gewährten Rabatt gutschreibt, wenn der Auftraggeber seinen Anspruch belegt und ihn innerhalb eines Monats, vom Ablauf der Jahresfrist an gerechnet, schriftlich gegenüber dem Herausgeber geltend macht. Hat der Auftraggeber für mehrere Kunden Anzeigen geschaltet, so erfolgt eine Nachrabbattierung gesondert für jeden einzelnen Kunden im Rahmen eines Einzelvertrages; eine automatische globale Nachrabbattierung für alle Kunden des Auftraggebers ist insoweit ausgeschlossen.

(5) Die Kontrolle des fristgemäßen Abrufes von Kontingentanzeigen obliegt dem Auftraggeber. Der Herausgeber haftet nicht für Kontingentüberschreitungen, die durch den Auftraggeber veranlasst werden. Für den Fall, dass der Auftraggeber das vereinbarte Kontingent von Anzeigen nicht vollständig abruft, verfällt der Anspruch auf Veröffentlichung noch ausstehender Anzeigen nach Ablauf der vorgenannten Jahresfrist.

§ 4 Redaktioneller Vorbehalt

(1) Der Herausgeber behält sich ausdrücklich das Recht vor, Anzeigenaufträge anzunehmen oder abzulehnen.

(2) Haben die Parteien ein bestimmtes Kontingent von Anzeigen vereinbart, behält sich der Herausgeber das Recht vor, die Veröffentlichung einzelner Anzeigen abzulehnen, wenn diese nach der Beurteilung des Herausgebers geeignet erscheinen, nach ihrem Inhalt, ihrer Gestaltung oder ihrer werblichen Botschaft den einheitlichen verlegerischen Grundsätzen des Herausgebers zu widersprechen. Der Herausgeber wird den Auftraggeber unverzüglich von einer Ablehnung in Kenntnis setzen. Der Auftraggeber kann in diesem Falle eine überarbeitete oder andere Ersatzanzeige einreichen. Der Herausgeber ist ferner berechtigt, unter den vorgenannten Voraussetzungen Texte zu streichen oder Bilder zu schwärzen. Der Auftraggeber hat im Falle einer Ablehnung, einer Streichung oder einer Schwärzung weder Anspruch auf Veröffentlichung noch auf Schadensersatz für die Nichtveröffentlichung oder eine Einbuße der Werbewirksamkeit.

(3) Sind Produkte, die mit einer Anzeige des Auftraggebers beworben werden sollen, auf der Liste der Bundesprüfstelle für Jugendgefährdende Schriften als indiziert aufgeführt oder werden solche Produkte bis zum Erscheinungstermin einer Ausgabe der Publikation des Herausgebers in diese Liste aufgenommen, so kann der Herausgeber jederzeit ohne Einhaltung einer Frist und ohne vorherige Anhörung des Auftraggebers von der Veröffentlichung der betreffenden Anzeige absehen. Der Auftraggeber hat in diesem Fall weder Anspruch auf eine Veröffentlichung noch auf Schadensersatz für die Nichtveröffentlichung. Diese Regelung gilt entsprechend, wenn zu besorgen ist, dass Produkte, die mit einer Anzeige des Auftraggebers beworben werden sollen, pornografische Inhalte oder Inhalte einschließen, die zum Rassenhass aufstacheln, den Krieg verherrlichen, Propagandamittel oder Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen verwenden und/oder verbreiten sowie terroristische Vereinigungen im Sinne des Strafgesetzbuchs unterstützen oder die grausame oder sonst unmensliche Gewalttätigkeiten gegen Menschen in einer Art schildern, die eine Verherrlichung oder Verharmlosung solcher Gewalttätigkeiten ausdrückt oder die das Grausame oder Unmensliche des Vorgangs in einer die Menschenwürde verletzenden Weise darstellt. Der Auftraggeber hat auf Umstände, die solche Inhalte besorgen lassen, den Herausgeber vor Vertragsschluss hinzuweisen. Der Herausgeber wird den Auftraggeber unverzüglich von einer Nichtveröffentlichungsscheidung in Kenntnis setzen. Verweigert der Herausgeber die Veröffentlichung einer Anzeige aus den in Sätzen 1 und 3 genannten Gründen und kann eine Vereinbarung über die Veröffentlichung einer Ersatzanzeige nicht getroffen werden, kann der Auftraggeber ohne Einhaltung einer Frist durch schriftliche Erklärung gegenüber dem Herausgeber vom Vertrag zurücktreten. Schadensersatzansprüche wegen der Nichtveröffentlichung kann der Auftraggeber auch insoweit nicht verlangen.

(4) Das Ablehnungs- und Nichtveröffentlichungsrecht steht dem Herausgeber auch bei Anzeigenaufträgen zu, die von Verlagsvertretern oder anderen Annahmestellen angenommen wurden.

§ 5 Veröffentlichung

(1) In Auftrag gegebene Anzeigen werden in der nächstreichbaren Ausgabe platziert, wenn nichts Abweichendes vereinbart wurde. Bei Kontingentaufträgen erfolgt die Platzierung mangels abweichender Vereinbarung innerhalb eines Jahres, von der nächstreichbaren Ausgabe an gerechnet. Ist ein längerer Zeitraum vereinbart, werden die in Auftrag gegebenen Anzeigen im Zweifel gleichmäßig über den vereinbarten Zeitraum gestreut.

(2) Der Herausgeber behält sich vor, das Erscheinungsdatum einer Anzeige insbesondere aus technischen Gründen zu verschieben. Der Herausgeber gibt keine Gewähr für die Veröffentlichung einer Anzeige an einer bestimmten Stelle oder in einer bestimmten Ausgabe der Publikation. Soweit der Auftraggeber der Auftragsbestätigung nicht ausdrücklich widerspricht, darf der Herausgeber von einer insoweit unbedingten Auftragserteilung ausgehen. Ein Ausschluss von Mitbewerbern ist keinesfalls möglich.

(3) Höhere Gewalt, Streik, Aussperrung oder Betriebsstörungen vermögen Verzugsfolgen zu Lasten des Herausgebers nicht auszulösen.

§ 6 Probeabzüge; Veröffentlichungsbefugnis

(1) Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit zurückgesandter Probeabzüge. Sendet der Auftragnehmer einen ihm übersandten Probeabzug nicht fristgerecht an den Herausgeber zurück, darf der Herausgeber davon ausgehen, dass die im übersandten Probeabzug wiedergegebene Gestaltung den Vorstellungen des Auftraggebers vollumfänglich genügt und der Herausgeber die Anzeige in dieser Form veröffentlichen soll.

(2) Der Herausgeber übersendet dem Auftraggeber auf Wunsch kostenfrei einen Veröffentlichungsbeleg. Ein Beleg in Form einer vollständigen Ausgabe erfolgt nur, wenn Art und Umfang des Auftrages dies rechtfertigen. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so erhält der Auftraggeber eine Aufnahmebescheinigung des Herausgebers.

(3) Sämtliche Druckunterlagen eines Auftrages werden für längstens sechs Wochen, von der zeitlich letzten Veröffentlichung an gerechnet, durch den Herausgeber aufbewahrt. Die Rücksendung von Druckunterlagen erfolgt nur auf ausdrücklichen Wunsch des Auftraggebers.

§ 7 Gewährleistung

(1) Der Herausgeber gewährleistet die drucktechnisch ordnungsgemäße Wiedergabe der Anzeige. Der Auftraggeber hat keinen Anspruch auf eine bestimmte oder stets gleiche Papiersorte und -qualität.

(2) Ist die Anzeige ganz oder zum Teil unleserlich, unrichtig oder unvollständig wiedergegeben, kann der Auftraggeber hierfür angemessenen Ersatz verlangen, wenn der Herausgeber den Mangel zu vertreten hat. Als Ersatz kann der Auftraggeber lediglich verlangen, dass der Herausgeber die zuvor mangelhaft veröffentlichte Anzeige erneut ordnungsgemäß in der nächstreichbaren Ausgabe derselben Publikation kostenlos veröffentlicht. Der Auftraggeber hat Ersatzansprüche unverzüglich schriftlich geltend zu machen. Der Auftraggeber hat bei ungenügender Wiedergabequalität keine Gewährleistungsansprüche, wenn hierfür verdeckte Mängel an den vom ihm zur Verfügung gestellten Druckunterlagen ursächlich waren, die erst mit dem Druck der Anzeige offenbar geworden sind.

(3) Aus fehlenden oder fehlerhaft wiedergegebenen Kontrollangaben, z.B. in Bezug auf die Druckrichtung einer Anzeige, kann der Auftraggeber Ansprüche gegen den Herausgeber nicht herleiten.

§ 8 Haftung des Herausgebers

(1) Der Herausgeber haftet gegenüber Volkaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts und öffentlich-rechtlichen Sondervermögen nur für Schadensersatzansprüche, die auf einem vorsätzlichen oder grob fahrlässigen Verhalten des Herausgebers beruhen oder für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit oder nach dem Produkthaftungsgesetz. Sollte der Herausgeber auf der Basis des Produkthaftungsgesetzes in Anspruch genommen werden, oder sollte eine solche Inanspruchnahme nach Kenntnis des Auftraggebers bevorstehen, so ist der Auftraggeber verpflichtet, zur Abwendung und/oder Verminderung von Schäden alle erforderlichen Maßnahmen zu ergreifen und den Herausgeber unverzüglich über alle wesentlichen Umstände in Kenntnis zu setzen. Der Auftraggeber ist ferner verpflichtet, den Herausgeber mit allen Informationen zu versorgen, die unter allen in Betracht kommenden Gesichtspunkten für den Herausgeber erforderlich sind, um Produkthaftungspflichten zu begegnen. Sollte der Auftraggeber diese Pflicht schuldhaft verletzen, ist er dem Herausgeber gegenüber regresspflichtig.

(2) Der Herausgeber haftet im Falle der leicht fahrlässigen Verletzung einer wesentlichen vertraglichen Hauptpflicht höchstens bis zum typischerweise vorhersehbaren Schaden, der in der Regel den Preis der betreffenden in Auftrag gegebenen Anzeige(n) nicht überschreitet. Die Haftung bei allen leicht fahrlässig verursachten Schäden ist auf Schäden an der beauftragten Anzeige beschränkt.

(3) Der Herausgeber haftet insbesondere nicht für Fehler, die infolge einer Übermittlung von Stellungnahmen per Telefon, Telefax oder infolge einer Übermittlung in Form elektronischer, über Online-Dienste versandter Nachrichten entstehen.

(4) Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für eine zufällige Übersetzung von Anzeigentexten, wenn diese nicht vom Herausgeber durchgeführt wurde.

(5) Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für eine nicht oder zeitlich verzögert veröffentlichte Anzeige, sofern die Nichtveröffentlichung oder Verzögerung auf höherer Gewalt, Betriebsstörungen, Streiks oder diesen gleichzusetzenden Ereignissen beruhen. Nach Wegfall des jeweiligen Ereignisses kann der Herausgeber die Anzeige in der nächstreichbaren Ausgabe platzieren oder ganz oder teilweise vom Vertrag zurücktreten. Der Auftraggeber kann diesbezüglich keine Schadensersatzansprüche gegen den Herausgeber geltend machen.

(6) Ansprüche gegen den Herausgeber aus der Verletzung vertraglicher Pflichten verjähren, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen, in einem Jahr beginnend mit dem gesetzlichen Verjährungsbeginn.

§ 9 Haftung des Auftraggebers

(1) Der Auftraggeber trägt in vollem Umfang die alleinige rechtliche Verantwortung für den Inhalt und die Gestaltung seiner Anzeigen. Er wird den Herausgeber auf erstes Anforden von allen Ansprüchen Dritter, die sich aus einer bestehenden oder behaupteten Verletzung von Rechten Dritter und einer Verteidigung gegen solche Ansprüche ergeben, freistellen und alle dem Herausgeber für eine ordnungsgemäße Abwehr solcher Ansprüche entstehenden Kosten erstatten. Sollte die vom Auftraggeber in Auftrag gegebene Anzeige gegen gesetzliche, insbesondere gegen wettbewerbsrechtliche und/oder Urheberrechtliche Bestimmungen verstoßen, ist der Herausgeber berechtigt, den Auftrag für die betreffende Anzeige zu stornieren und diese nicht in der betreffenden Publikation zu veröffentlichen bzw. bei bereits gedruckter Anzeige den Vertrieb der Publikation einzustellen. Schadensersatzansprüche wegen Nichtveröffentlichung kann der Auftraggeber nicht verlangen.

(2) Sollte im Zusammenhang mit einer in Auftrag gegebenen Anzeige eine schriftliche Unterlassungserklärung abgegeben und/oder eine einstweilige Verfügung erlassen worden sein, verpflichtet sich der Auftraggeber, den Herausgeber darüber zu informieren. Die Zahlungsverpflichtung des Auftraggebers bleibt hiervon unberührt. Für den Fall, dass der Herausgeber aufgrund der Veröffentlichung einer Anzeige des Auftraggebers eine schriftliche Unterlassungserklärung abgegeben hat und/oder gegen ihn eine einstweilige Verfügung erlassen worden ist, ist der Auftraggeber auf Verlangen des Herausgebers verpflichtet, diesen von einer Verteidigung gegen solche behaupteten oder bestehenden Ansprüche, freizustellen. Darüber hinaus ist der Auftraggeber verpflichtet, dem Herausgeber allen Schaden zu ersetzen, dem dieser durch die Abgabe einer schriftlichen Unterlassungserklärung und/oder dem Erlass einer einstweiligen Verfügung entstanden ist und nach Entstehen wird.

§ 10 Übertragung von Nutzungsrechten

Für den Fall, dass der Inhalt der Druckunterlagen urheberrechtlich zugunsten des Auftraggebers geschützt ist, überträgt dieser dem Herausgeber für die jeweilige gesetzliche Schutzfrist ein zeitlich auf die vereinbarte Dauer des Auftrages beschränktes, weltweites, nicht-ausschließliches, nicht widerrufliches Verwertungsrecht an allen bekannten Verwertungsstellen einschließlich aller Veröffentlichungs-, Vervielfältigungs-, Titel-, Lizenz-, Nutzungs- und Leistungsschutzrechte der Druckunterlagen in verkörperter und unverkörperter Form für die jeweils in Frage kommende Ausgabe ohne Stückzahlbegrenzung.

§ 11 Abrechnung

(1) Die Berechnung von Anzeigen erfolgt nach Seitentellen und Format. Sind keine besonderen Vorschriften in Bezug auf die Größe einer Anzeige einzuhalten, wird die nach Art der Anzeige übliche Abdruckhöhe verwendet und der Berechnung zugrunde gelegt.

(2) Berechnungsgrundlage für jede veröffentlichte Anzeige ist die für die betreffende Ausgabe gültige Preisliste des Herausgebers. Werden innerhalb der

Laufzeit eines Kontingentauftrages die Listenpreise geändert, so ist der geänderte Preis bei Preisenkungen sofort mit Inkrafttreten der Preisänderung der Berechnung zugrunde zu legen, bei Preisanehörungen wird der neue Preis einen Monat nach Inkrafttreten verbindlich. Auf die jeweils gültigen Preisliste wird im Impressum der Publikation verwiesen.

(3) Werden für Anzeigen bestimmte Platzierungen verbindlich vereinbart, gelten für diese die jeweils gültigen Tarifsätze.

(4) Sofern der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird der Rechnungsbetrag spätestens zum Erscheinungstermin der aktuellen Ausgabe zur Zahlung fällig. Die Rechnung ist innerhalb der aus der gültigen Preisliste ersichtlichen Frist ohne Abzug zu bezahlen. Gerät der Auftraggeber in Verzug, kann der Herausgeber Verzugszinsen in Höhe von 5% über dem Basiszinssatz, mindestens jedoch in Höhe von 12% verlangen, soweit nicht der Herausgeber einen höheren oder der Auftraggeber einen niedrigeren Schaden nachweist. Einer Mahnung bedarf es nicht. Der Herausgeber kann im Fall des Verzuges

die weitere Ausführung des Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und Vorkasse verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Herausgeber berechtigt, die Veröffentlichung weiterer Anzeigen, ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel, von der Voraussetzung sowohl des Betrages für die zu veröffentlichende Anzeige als auch von der Zahlung noch offen stehender Rechnungsbeträge aus früheren Anzeigenveröffentlichungen abhängig zu machen.

(5) Wird ein Auftrag ganz oder teilweise aus Gründen, die der Herausgeber nicht zu vertreten hat, nicht erfüllt, so entbindet dies den Auftraggeber nicht von der Zahlungsverpflichtung.

(6) Wechsel werden vom Herausgeber nicht und Scheeks nur erfüllungshalber angenommen. Eine Pflicht zur Annahme von Wechseln kann aus einer früheren Entgegennahme nicht abgeleitet werden. Etwaige Spesen trägt der Auftraggeber.

(7) Eine Aufrechnung ist nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen zulässig. Ein Zurückbehaltungsrecht kann der Auftraggeber nur geltend machen, wenn es auf demselben Vertragsverhältnis beruht, und ist der Summe nach auf einen Betrag in Höhe von 20% der Forderung des Herausgebers beschränkt.

§ 12 Datenschutz

Der Herausgeber ist berechtigt, die ihm übermittelten Daten zur ordnungsgemäßen Betreuung des Auftraggebers im Rahmen der Zweckbestimmung des zwischen den Parteien bestehenden Vertrages zu speichern und zu verarbeiten.

§ 13 Abschließende Bestimmungen

(1) Erfüllungsort für Verträge zwischen dem Auftraggeber und dem Herausgeber ist der Sitzort des Herausgebers.

(2) Die Parteien vereinbaren das für den Sitzort des Herausgebers jeweils sachlich zuständige Gericht als Gerichtsstand für den Fall, dass der Auftraggeber Vorkaufmann, eine juristische Person des öffentlichen Rechts oder ein öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist, einer der Vertragspartner keinen allgemeinen Gerichtsstand im Inland hat oder der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz aus dem Geltungsbereich der Zivilprozessordnung verlegt hat oder sein Wohnort oder ständiger Aufenthalt zum Zeitpunkt der Klageerhebung nicht bekannt ist.

(3) Verträge zwischen dem Auftraggeber und dem Herausgeber unterliegen ausschließlich den für die Rechtsbeziehungen von Staatsangehörigen der Bundesrepublik Deutschland maßgeblichen Rechtsnormen.

(4) Sollte sich eine der Bestimmungen dieser Geschäftsbedingungen als unwirksam erweisen, so berührt dies die Gültigkeit dieser Allgemeinen Bedingungen im übrigen nicht. Die Parteien werden in einem solchen Falle einvernehmlich eine Regelung vereinbaren, die der unwirksamen im Hinblick auf das mit ihr angestrebte Regelungsziel möglichst nahe kommt.

Ergänzende Geschäftsbedingungen für Online-Werbung

Art. 1 Anwendungsbereich

(1) Die nachfolgenden Bestimmungen sind wesentlicher Bestandteil sämtlicher Verträge des Auftraggebers mit der Data Becker GmbH & Co. KG (Herausgeber), die eine Veröffentlichung von Anzeigen, sonstiger Werbung oder von Produkten jeglicher Art des Auftraggebers (Angebote) in Online-Diensten oder Online-Foren des Herausgebers im Internet oder in anderen Online-Diensten, gegebenenfalls auch über andere Dienstanbieter zum Gegenstand haben.

(2) Eine Berufung auf abweichende allgemeine Geschäftsbedingungen durch den Auftraggeber berührt die Wirksamkeit dieser Ergänzenden Geschäftsbedingungen nicht. Von diesen abweichende allgemeine Geschäftsbedingungen finden demnach keine Anwendung. Die Änderung einzelner oder die Abänderung sämtlicher Bestimmungen dieser Ergänzenden Geschäftsbedingungen für einen Einzelvertrag bedarf zu ihrer Rechtswirksamkeit der Schriftform und der Unterzeichnung durch beide Parteien; dies gilt gegebenenfalls auch für eine Abänderung des Schriftformerfordernisses.

Art. 2 Redaktioneller Vorbehalt

(1) Bestimmt und/oder pflegt der Auftraggeber seine Angebote über einen Zugang zum Dienst oder Forum des Herausgebers selbst, so wird er den Herausgeber über jede Änderung seines Angebots umgehend eingehend informieren.

(2) Im Übrigen finden die Bestimmungen des § 4 der Allgemeinen Bedingungen für Anzeigenaufträge vollumfänglich entsprechende Anwendung; insbesondere ist es dem Herausgeber in Fällen der Absätze 2 und 3 gestattet, anstelle eines Absehens von der Veröffentlichung die Angebote des Auftraggebers entsprechend zu modifizieren oder zu löschen.

Art. 3 Gewährleistung

(1) Der Herausgeber gewährleistet nach Maßgabe der jeweiligen Auftragsvereinbarung mit dem Auftraggeber die Präsenz der Angebote in dem Rahmen, in dem auch der Herausgeber mit seinen Diensten oder Foren präsent ist.

(2) Der Herausgeber gewährleistet nicht die Funktionsfähigkeit von Hyperlinks. Derartige Funktionsbeeinträchtigungen berühren nicht den Vergütungsanspruch des Herausgebers.

(3) Im Übrigen gelten die Bestimmungen des § 7 der Allgemeinen Bedingungen für Anzeigenaufträge entsprechend.

Art. 4 Haftung

(1) Der Herausgeber haftet nicht für Störungen und/oder Ausfälle der Leitungen der jeweiligen Leitungsbetreiber oder der Rechner der jeweiligen Service-Provider des Herausgebers oder des Herausgebers selbst sowie für Störungsfälle. Der Herausgeber wird um eine zügige Behebung solcher Störungen und/oder Ausfälle bemüht sein. Ist eine bestimmte Präsenzdauer für Angebote vereinbart, so wird der Herausgeber die Präsenz der betroffenen Angebote des Auftraggebers um die Zeitspanne des Ausfalls verlängern, wenn diese innerhalb der vereinbarten Präsenz insgesamt mehr als 24 Stunden betragen hat, im Übrigen berühren Störungen und/oder Ausfälle nicht den Vergütungsanspruch des Herausgebers.

(2) Der Auftraggeber trägt in vollem Umfang die alleinige rechtliche Verantwortung für seine Angebote und die in diesen enthaltenen Hyperlinks; er wird den Herausgeber für eine ordnungsgemäße Abwehr solcher Ansprüche Dritter freistellen, die gegen diese infolge der Angebote des Auftraggebers geltend gemacht werden und alle dem Herausgeber für eine ordnungsgemäße Abwehr solcher Ansprüche entstehenden Kosten erstatten. Der Auftraggeber stellt den Herausgeber fern von allen Ansprüchen Dritter frei, die diese aufgrund einer Übertragung von so genannten Computer-Viren infolge eines Auf- und/oder Abrufes von Angeboten des Auftraggebers gegen den Herausgeber erheben.

Art. 5 Abschließende Bestimmungen

(1) Soweit diese Ergänzenden Geschäftsbedingungen keine abweichenden Regelungen treffen, gelten im Übrigen die Bestimmungen der Allgemeinen Bedingungen für Anzeigenaufträge in ihrer jeweils aktuellen Fassung entsprechend.

(2) Sollte eine Bestimmung dieser Ergänzenden Geschäftsbedingungen unwirksam oder unvollstreckbar sein, so berührt dies die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht; die Parteien werden in einem solchen Falle die unwirksame oder unvollstreckbare Bestimmung durch eine neue, wirtschaftlich gleichwertige Bestimmung einvernehmlich ersetzen; dies gilt auch für die Abänderung des Schriftformerfordernisses.

(3) Verträge und außervertragliche Ansprüche zwischen Herausgeber und Auftraggeber im Rahmen dieser Ergänzenden Geschäftsbedingungen unterliegen ausschließlich den für die Rechtsbeziehungen von Staatsangehörigen der Bundesrepublik Deutschland maßgeblichen Rechtsnormen.

Ergänzende Geschäftsbedingungen für die digitale Übermittlung von Druckerunterlagen für Anzeigen

§ 1: Datenübertragung

Der Auftraggeber hat dafür Sorge zu tragen, dass die digital übermittelten Druckerunterlagen den Empfehlungen des Herausgebers entsprechen und keine Dateifehler aufweisen oder auf fehlerhaften Datenträgern übermittelt werden. Un erwünschte Druckresultate, die sich aus Abweichungen von den Empfehlungen des Verlags oder aus fehlerhaften Dateien ergeben, führen zu keinem Preiserminderungsanspruch.

Digital übermittelte Dateien müssen frei von Computerviren sein. Werden auf einer übermittelten Datei Computerviren entdeckt, ist der Verlag berechtigt, diese Dateien zu löschen. Daraus resultierende Verzögerungen bei der Anzeigenabwicklung und ein eventuelles Nicht-Erscheinen der Anzeige führen zu keinen Ansprüchen gegenüber dem Verlag.

§ 2: Überprüfung der Druckerunterlagen

Digitale Druckerunterlagen für Farbanzeigen können nur mit einem auf Papier gelieferten Farb-Proof zuverlässig verarbeitet werden. Der Kunde kann aus unerwünschten Druckresultaten bei Farb-Anzeigen, die sich auf das Fehlen eines Farb-Proofs zurückführen lassen, keine Ansprüche geltend machen.

MACPRAXIS

DATA BECKER GmbH & Co. KG
Anzeigenabteilung
Merowingerstraße 30
40223 Düsseldorf

Anzeigen-Hotline: 0211-9334730
Anzeigen-Fax: 0211-9334799
E-Mail: anzeigenverkauf@databecker.de
Internet: www.pcpraxis.de/media

DATA BECKER GmbH & Co. KG
(HRA 12113 AG Düsseldorf)

Komplementär: DATA BECKER
Verwaltungsgesellschaft mbH
(HRB 30646 AG Düsseldorf)

Geschäftsführende Gesellschafter:
Dr. Achim Becker und Harald Becker