

DiALOG - Das Magazin für Enterprise Information Management

Das erste Magazin für Enterprise Information Management
auf dem deutschen Markt setzt Maßstäbe.

Seien Sie in der nächsten Ausgabe auch mit dabei!



Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	Seite 2
Philosophie.....	Seite 3
Wissenswertes.....	Seite 4
Anzeigenformate & Preise.....	Seite 5
Technische Daten.....	Seite 6
Herausgeberangaben.....	Seite 7
DiALOG-Konzept.....	Seite 8
Allgemeine Geschäftsbedingungen.....	Seite 10

Philosophie

Enterprise Information Management (EIM) beschreibt „die Zusammenführung von strukturierten Daten, unstrukturierten Dokumenten und den dazugehörigen betriebswirtschaftlichen Anwendungen.“

EIM steht für die ganzheitliche Verwaltung aller Informationen im Unternehmen, unabhängig von Ort, Nutzer, Autor, erzeugendem System, Anwendung, Format, Device, Zeit und ursprünglichem Nutzungsmodell. EIM vereint hierzu funktionale Ansätze von Enterprise Content Management, Business Process Management, Enterprise Search, Business Intelligence, Governance-Risk-Compliance Management Infrastructure, Data Warehousing und Information Lifecycle Management.

EIM ist ein Ansatz zur Transparenz der Prozesse und Verträge, Beschleunigung der Standards unternehmensweit, Minimierung von Risiken und Einhaltung von Compliance. EIM ist ein Leitfaden, eine Zielorientierung mit Ansätzen in der Bewertung, Optimierung und Verbesserung der Prozesse.

Es fängt in einer bewussten, nachhaltig gestalteten Kommunikation an und hat als Ziel abteilungsübergreifende und strukturierte Informationsprozesse. Unter dem Anspruch der sich dynamisch und flexibel ändernden Organisationsstrukturen in den Unternehmen ist es eine klare und zeitgemäße Kommunikation notwendig. Die Grundlagen unternehmerischen Handelns wie Verträge, Kommunikation, Prozesse und Compliance-Excellence können mit dem Begriff EIM und seiner Umsetzung in den Unternehmensalltag geordnet und verbessert werden.

EIM ist Kommunikation! Und DiALOG ist das Magazin für Enterprise Information Management. Das unabhängige Fachmagazin rund um das Thema Enterprise Information Management.

Unter dem Anspruch der sich dynamisch und flexibel ändernden Organisationsstrukturen in den Unternehmen ist EIM klare und zeitgemäße Kommunikation, um Aufgaben in Unternehmensprozesse einzubringen, zu gestalten und einzufordern.

EIM ist Kommunikation! Und DiALOG ist das Magazin für Enterprise Information Management. Das unabhängige Fachmagazin rund um das Thema Enterprise Information Management.

EIM beschreibt nicht mehr IT-Lösungen oder Techniken, sondern durch Werte durch IT-Lösungen. Mit den Menschen, nicht ohne die Menschen. Es geht um eine bewusst und nachhaltig gestaltete Kommunikation. Diesen Leitgedanken greift DiALOG - das Magazin für Enterprise Information Management auf und stellt ihn in all seinen Aspekten und Möglichkeiten immer wieder aufs Neue dar. Die richtigen Informationen, zur richtigen Zeit, am richtigen Ort - Informationsprozesse, die alle Mitarbeiter gestalten. EIM beschreibt klar worauf es ankommt: „das Ziel, nicht das Werkzeug steht im Fokus unseres Handelns.“ Diesem Leitgedanken folgend sieht sich das DiALOG Magazin als Berater und Experte im Sinne des Wandels der Erhaltung von Werten und nachhaltigen Handeln. Menschen stehen im Mittelpunkt von EIM, sind Treiber oder Bremsen der Messbarkeit, sind Innovator und Entscheider aus Überzeugung! Und darüber berichtet das DiALOG-Magazin mit aller Leidenschaft und Hingabe.

Wissenswertes

www.dialog-magazin.de

Gründung: 2012

Erscheinungsweise: einmal jährlich

Auflage Druck: 8.000 Stück

Digitale Veröffentlichung auf www.issuu.com. Apps für Android, iOS und Windows erhältlich.

Die Zielgruppe sind Entscheider im C-Level und in den Fachabteilungen IT, Einkauf, Legal, Forschung, Compliance und Finance.

Die Verbreitung erfolgt durch Versand sowie durch Auslage bei Messen und Kongressen.

ISSN Nummer 2198-6819

Schutzgebühr 8,90 €

Redaktionsschluss Beiträge: 30. November 2017

Redaktionsschluss Anzeigen: 15. Dezember 2017

Erscheinungstermin: März 2018

Alle Anzeigen, die im DiALOG - Das Magazin gebucht werden, können auch in der digitalen Version veröffentlicht werden. Sollten Sie eine Veröffentlichung Ihrer Anzeige NICHT wünschen, teilen Sie uns dies bitte vor Erscheinen schriftlich mit.

Anzeigenformate & Preise

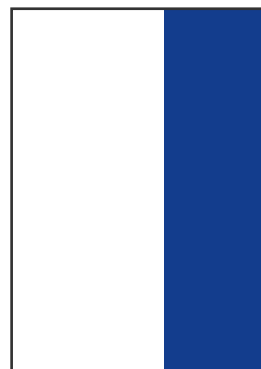
Anzeigenformate (Heftformat: 210 mm breit, 297 mm hoch)	Anschnittformat in mm (b x h)	Preis in Euro
1/1 Seite	210 x 297	1.000 €
1/3 Seite hoch	70 x 297	500 €
1/3 Seite quer	210 x 99	500 €

3 mm Beschnittzugabe für alle Anschnittseiten. 5 mm Mindestabstand zur Beschnittkante bei anschnittsgefährdeten, motivrelevanten Text- und Bildelementen..

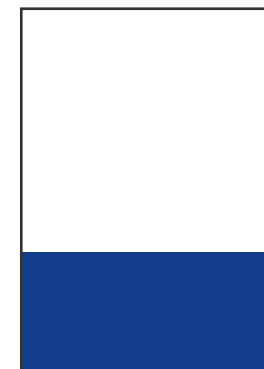
Bei Buchung einer Anzeige werden zusätzlich noch 5 bzw. 10 Exemplare kostenfrei geliefert. Zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer.



1/1 Seite Anschnitt
210 x 297 mm



1/3 Seite hoch
70 x 297 mm



1/3 Seite quer
210 x 99 mm

Technische Daten

Diese Daten können sich kurzfristig ändern. Bitte überprüfen Sie regelmäßig unsere technischen Informationen im Internet.

Format:
210 mm breit x 297 mm hoch.

Bindung:
PUR-Klebebindung.

Druckverfahren:
Offsetdruck 4/4-farbig CMYK gem. ISO 12648-2.

Geringe Tonwertabweichungen sind im Toleranzbereich des Offsetdrucks begründet.

Dateiformate:
Anlieferung ausschließlich im PDF/X-3-Standard. Bitte 3 mm Beschnitt beachten. Keine Sonderfarben verwenden.

Bilddaten:
Farbbilder - Farb-Modus CMYK, Auflösung 300dpi, Größenmaßstab 100%.
S/W-Bilder - Graustufen-Modus, Auflösung 300 dpi, Größenmaßstab 100%
Strich: Bitmap-Modus, mindestens 1.200dpi

Innerhalb eines EPS dürfen keine Bilddaten im DCS-Format eingebunden sein.

Bei Lieferung fehlerhafter PDF-Daten besteht kein Reklamationsanspruch.

Druckübermittlung per eMail an
info@dialog-magazin.de

Zur Abstimmung erhalten Sie dann noch einmal die fertige Anzeige als PDF.

Herausgeberangaben

Herausgeber
The Quality Group GmbH
Konrad-Zuse-Platz 1
71034 Böblingen
Email: dialog@tqg.de
Telefon: 07031-306974-100
Fax 07031-306971-199
Internet: [www.: dialog-magazin.de](http://www.dialog-magazin.de)

Verantwortlicher Redakteur:
Steffen Schaar
Telefon: 07031-306974-201
steffen.schaar@tqg.de

Anzeigendisposition:
Cornelia Geiselhart
Telefon 07031-306974-204
cornelia.geiselhart@tqg.de

Erscheinungsweise: einmal jährlich
Anzeigenpreise: Preisliste, gültig ab 1. Januar 2017
Heftpreis: 8,90 €

Druck:
Print & Paper Druckproduktionen
Heckenrosenweg 24
71083 Herrenberg
Telefon: +49 (0) 70 32/201 88 30
Telefax: +49 (0) 70 32/201 88 31

Bankverbindung:
Vereinigte Volksbank AG
IBAN DE91 6039 0000 0349 0320 09
BIC: GENODES1BBV

Zahlungsbedingungen 8 Tage nach Rechnungseingang.
Die Rechnung wird nach Erscheinen des DiALOG-Magazins gestellt.

Gerichtsstand und Erfüllungsort ist Böblingen.

DiALOG Konzept

Fachforum, Award, Magazin

„EIM ist Kommunikation“ – diesen Leitspruch mit Transparenz für Verbindlichkeit und Kommunikation für Nachhaltigkeit zu verbinden, ist die Kernbotschaft der Marke DiALOG.

Mit dem Konzept DiALOG können Sie ihr Netzwerk weiter stärken und ihr Engagement marktweit positionieren.

Ihre Wertigkeit erlangt die DiALOG-Konzeptreihe durch die Mischung aus Event, Medien und ein Engagement für „Exzellente Partner“. Trendsetter und erfolgreiche Konzepte. Seien auch Sie Teil dieses erfolgreichen Netzwerkes in drei Kategorien der:

Gold - „Exzellent“,
Silber – „Galadinner“
Bronze - „Impuls“

Partnerschaft.

Mit Ihrem Engagement, diese Aktivitäten zu nutzen, stärken Sie dauerhaft Ihre Marktkompetenz, Netzwerk und damit Ihr Potential. Sie motivieren Ihre Mitarbeiter, lernen exzellente Organisationen und Menschen kennen und gehören zu den Besten.

Was ist der DiALOG-Award?

Der DiALOG-Award fördert und fordert den Umkehrprozess vom IT-Lösungsdenken zu strukturierten, nachvollziehbaren, messbaren Prozessen mit intelligenten und verständlichen Lösungsansätzen in den Unternehmensorganisationen.

Ist ein Preis für Nachhaltigkeit. Kreiert von Menschen mit Weitblick, Kompetenz und Zielorientierung. Kreiert für Menschen mit dem Fokus auf Transparenz, Verbindlichkeit und Motivation in der Gestaltung intelligenter Arbeits-, Dokumentations- und Organisationsprozesse.

Es geht nicht mehr nur darum, Menschen und Wissen miteinander zu vernetzen, sondern das Wissen aus der Organisation als Triebfeder nachhaltiger Entscheidungen zu nutzen.

Der DiALOG-Award greift die Symbolik von Dialog und Prozessen auf. Im Sinne versteht sich der Preis als Wegweiser kluger IT-Entscheidungen.

Modalitäten der Verleihung
Aus Überzeugung von der Idee und dem langfristigen Wirken von Enterprise Information Management hat sich ein Initiatoren-Pool gebildet.

Gemeinsam mit den Gründungsinitiatoren von The Quality Group und dem VOI - Verband Organisations- und Informationssysteme e. V. bewertet eine unabhängige Jury aus Wissenschaft, Praxis, Medien und Verband den Leitgedanken von EIM die eingereichten Bewerbungen gemäß strukturierter Bewertungskriterien (siehe Homepage)

Der Award wird jährlich vergeben.

Zielgruppen

Abteilungen aus den administrativen Unternehmensteilen wie Legal, Einkauf, Finance/Controlling, IT, F&E, Compliance, Vertrieb, Marketing, Kundenkommunikation, u.a. aus den Anwenderunternehmen aller Branchen.

Gesucht werden strukturierte übergreifende Ansätze, Methoden oder Arbeiten für den langfristig messbaren Erfolg von Organisationsabläufen im Umfeld sich agil verändernder Unternehmensprozesse, die mit intelligenten Lösungen oder auch gelebten Konzepten in der Praxis entstanden sind und zu einer nachhaltigen Verbesserung der administrativen Unternehmensprozesse beitragen. Idealerweise ist der EIM – Methodenansatz „informieren-motivieren-dokumentieren-verbessern“ mittels eines Konzeptes, Risikobewertung und Organisationsprozessbeschreibung dokumentiert.

Warum Sponsoring des DiALOG-Award „Excellence with EIM“

Diese nachhaltigen Vorteile bietet das Sponsoring im DiALOG – Konzept:

1. Kennenlernen von exzellenten Prozessen, Ansätzen und Konzepten aus branchen-übergreifenden Unternehmensorganisationen.
2. Aufbau von Geschäftsbeziehungen im Netzwerk des DiALOG-Konzeptes mittels Veranstaltungen, Medien und Wissenschaftskontakten.
3. Profitieren Sie vom Image und der Bedeutung des DiALOG-Award „Excellence with EIM“ und seinen Spitzenunternehmen als Preisträger.
4. Steigerung der Bekanntheit und Aufmerksamkeit im Blickfeld ihrer Branche, einem übergreifenden Kompetenznetzwerk
5. Erhöhung der Medienpräsenz durch die PR -Aktivitäten des DiALOG-Konzeptes aus Fachforum, Magazin, Medienpartner und Verbandsaktivitäten.
6. Als kompetentes Jury- und Initiatoren-Mitglied dokumentieren Sie branchenweit Ihre Leistungsstärke und Fachkompetenz.

Unterstützen Sie das DiALOG-Konzept und fördern Sie Ihren Erfolg:

Sponsor-Gold-Paket: „Exzellent“ – Patronat EIM

Als „Exzellent“ - Sponsor des DiALOG-Konzeptes schaffen Sie sich eine Spitzenposition in einem leistungsstarken Umfeld.

Mit dem Prädikat „Exzellent“-Sponsor des DiALOG-Konzeptes profitieren Sie in höchstem Maße mit Aktivitäten, Fachbeiträgen, Präsenz in einem medienweit bewährten Marketingkonzept und grenzen sich deutlich von den anderen Sponsoren ab.

Sie schaffen sich eine attraktive Plattform und Alleinstellung in einem zukunftsorientierten Branchenthema.

Sponsor-Silber-Paket: „Galadinner“ – Ihr Unternehmen als Partner der Preisverleihung

Unter Ihrem Patronat findet die internationale EIM-Gala des Jahres mit der feierlichen Preisverleihung der Gewinner und Finalisten des DiALOG-Award statt.

Ihr Engagement wird in allen Einladungen, Ankündigungen und modernen Medien weltweite, internationale Präsenz erreichen.

Ein unvergesslicher Abend im Zeichen Ihrer Präsentation und Kompetenz.

Sponsor-Bronze-Paket: „Impuls“ – Initiator und Jury-Mitglied

Ihre persönliche Kompetenz oder ihr unternehmerisches Engagement ist als „Impuls“ - Sponsor erstklassisch positioniert.

Sie drücken mit Ihrem Beitrag der Wertigkeit von EIM und den nachhaltigen Unternehmensprozessen der Bewerber das Prädikat „Qualität-Gütesiegel“ mit auf.

Ihre Persönlichkeit für eine gute Sache!

Weitere Informationen www.dialog-award.de

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Ziffer 1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Herausgeber und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Zeitung oder Zeitschrift zum Zweck der Verbreitung.

Ziffer 2. Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbung - treibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftrag - gebers erfolgen. 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.

Ziffer 3. Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Umständen nicht erfüllt, die der Herausgeber 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 Herausgeber zu erstatten. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.

Ziffer 4. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

Ziffer 5. Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Herausgeber 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.

Ziffer 6. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Herausgeber mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

Ziffer 7. Der Herausgeber behält sich vor, Anzeigen auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses abzulehnen, wenn

- deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
- deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
- deren Veröffentlichung für den Herausgeber wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder
- der technischen Form unzumutbar ist
- Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten.

Aufträge für andere Werbemittel sind für den Herausgeber erst nach Vorlage des Musters und dessen Billigung bindend.

Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Herausgebers. Diese berechtigt den Herausgeber zur Erhebung eines Verbundaufschlages.

Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

Ziffer 8. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Herausgebers entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern.

Kosten des Herausgebers für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen.

Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Herausgebers zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.

Ziffer 9. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Verbreitung der Anzeige.

Ziffer 10. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Herausgeber hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn - diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder diese für den Herausgeber nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre. Lässt der Herausgeber eine ihm für die Ersatzanzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden.

Der Herausgeber haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte des Herausgebers verursacht wurde.

Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Herausgeber nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt.

Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Herausgeber nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen außer bei nicht offensichtlichen Mängeln innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Alle gegen den Herausgeber gerichteten Ansprüche aus vertrag-

licher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

Ziffer 11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Herausgeber berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

Ziffer 12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

Ziffer 13. Die Rechnung ist innerhalb der aus 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.

Ziffer 14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Herausgeber kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Herausgeber berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

Ziffer 15. Der Herausgeber liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Auftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Herausgebers über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

Ziffer 16. Erfüllungsort ist der Sitz des Herausgebers. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Herausgebers. Soweit Ansprüche des Herausgebers nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei NichtKaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei NichtKaufleuten, 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 Herausgebers vereinbart. Es gilt deutsches materielles Recht unter Ausschluss der Verweisungsregeln.

Ziffer 17. Die Werbemittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Herausgebers zu halten.

Ziffer 18. Preisänderungen für erteilte Auftragsaufträge sind gegen über Unternehmern wirksam, wenn sie vom Herausgeber mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

Ziffer 19. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text und Bildunterlagen sowie der zugelierten Werbemittel. Er stellt den Herausgeber im Rahmen des Auftrages von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen oder der Rechte Dritter entstehen können. Ferner wird der Herausgeber von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Herausgeber nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Herausgebersämtliche für die Nutzung der Werbung in Print und OnlineMedien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlichen Zugänglichma-

chung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar im Rahmen der Vertragserfüllung auf Dritte übertragbar sowie zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen. Die übertragenen Nutzungsrechte beinhalten auch das übertragbare Recht, zeitlich, inhaltlich und örtlich die Anzeigen des Auftraggebers innerhalb digitalisierter Ausgaben des Printmediums (z.B. „epaperAusgabe“) online öffentlich zugänglich zu machen, insbesondere auf den Websites des Herausgebers und seiner Titel sowie den Websites von öffentlichen Bibliotheken, Museen oder Archiven.

Ziffer 20. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Herausgebers als auch in fremden Betrieben, derer sich der Herausgeber zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Herausgeber Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Magazin mit 80% verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Herausgeber ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Herausgebersauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht. Auflagenminderungen aus Gründen von Satz 1 bleiben im Rahmen von Ziffer 16a der allgemeinen Geschäftsbedingungen unberücksichtigt. Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Herausgebers:

- a) Der Herausgeber behält sich vor, aus aktuellem Anlass Erscheinungstermine zu verschieben. Dem Auftraggeber erwachsen daraus keinerlei Ansprüche.
 - c) Aufträge über Beilagen, Beihefter u. a. unterliegen den allgemeinen Geschäftsbedingungen für den Postzeitungsdienst (AGB PZD). Dem Auftraggeber obliegt es, die einschlägigen AGB PZD in allen Punkten einzuhalten. Zusätzliche Entgelte im Postzeitungsdienst, die auf eine Nichtbeachtung der AGB PZD zurückzuführen sind, gehen voll zu Lasten des Auftraggebers. Auf Wunsch werden die anzuwendenden AGB PZD zur Einsicht übersandt.
 - d) Änderungen oder Ergänzungen dieser AGB bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Das gilt auch für eine Aufhebung des Schriftformerfordernisses.
 - e) Sollte eine Regelung dieser AGB unwirksam sein oder werden, so soll dies die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen unberührt lassen. An die Stelle der unwirksamen Bestimmung soll eine solche wirksame Regelung treten, die dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen Bestimmung möglichst nahe kommt.
- Stand: 01.01.2015

www.dialog-magazin.de