

# MEDIA DATEN 2019



## Pädiatrie

ARZT & WIRTSCHAFT Pädiatrie ist der wirtschaftliche Spezial-Titel für erfolgreiche Praxisführung. Unsere Leser erwarten und erhalten Unterstützung bei betriebswirtschaftlichen, rechtlichen und praxisorganisatorischen Aufgaben.

Praxisnähe und Nutzwert bestimmen die redaktionelle Themenauswahl in den Rubriken

- Abrechnung
- Praxis
- Recht
- Therapie

**ORANGE wirkt. Garantiert!**

**mi** verlag  
moderne industrie  
erfolgsmedien für experten



verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon 08191 125-666, Telefax 08191 125-868

## Tsd.-Leser-Preise niedergelassene Pädiater

(Basis: LA-MED - Facharztstudie Pädiater  
Rangreihe nach Tsd.-Leserpreis bei niedergelassenen Pädiatern)



Zeitschrift	Reichweite LpA 2018		2018 Anzeigenpreis 1/1 Seite, 4-farbig*	2018 Tsd.-Leser-Preis 1/1 Seite, 4-farbig
	in %	Projektion	in €	in €
ARZT & WIRTSCHAFT – Pädiatrie	65,7	3.830	2.870,00	749,35
Kinder- und Jugendmedizin	78,3	4.560	4.255,00	933,11
Päd Praktische Pädiatrie	61,6	3.580	3.400,00	949,72
Kinderärztliche Praxis	77,7	4.520	4.300,00	951,33
Wirtschaftsmagazin für den Kinderarzt	58,6	3.410	3.260,00	956,01
Pädiatrie*	62,9	3.660	3.980,00	1.087,43
Kinder- und Jugendarzt	78,6	4.580	5.248,00	1.145,85
Monatsschrift Kinderheilkunde	61,9	3.600	4.580,00	1.272,22
Deutsches Ärzteblatt – Praxis + Klinik	58,9	3.430	kein Anzeigenpreis ausgewiesen	

Grundgesamtheit der niedergelassenen Pädiater: 5.821; Fälle erhoben: 250; Fälle gewichtet: 283; Feldzeit: 09/17 - 06/18

\* Im Erhebungszeitraum wurde eine zusätzliche Sonderausgabe herausgegeben. Dies kann einen Einfluss auf die Reichweitenermittlung gehabt haben.

Basis Preise aus medien manager gesundheit Q3/2018

verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon 08191 125-666, Telefax 08191 125-868

## Anzeigenpreise:

### 4c Anzeige:

1/1 Seite	2.870,00 Euro
1/2 Seite	1.550,00 Euro
1/3 Seite	1.090,00 Euro

### Vorzugsplätze (1/1 Seite 4c Anzeige):

2. Umschlagseite	3.600,00 Euro
4. Umschlagseite	3.600,00 Euro
gegenüber Inhalt	3.600,00 Euro
1. rechte Seite im Heft	3.600,00 Euro

### Rabatte:

drei Seiten	3 %
sechs Seiten	5 %
neun Seiten	7 %
zwölf Seiten	10 %

### Platzierungszuschlag:

bei verbindlichen Zusagen (nicht rabattfähig) 20 %

### Beilagen (nicht rabattfähig und nur für Gesamtauflage):

bis zu 25 g Gewicht	2.480,00 Euro
je weitere 25 g Gewicht	1.240,00 Euro

### Zahlungsbedingungen:

netto innerhalb 14 Tage nach Rechnungsdatum  
bei Vorauszahlung 2 % Skonto, bei Bankeinzug 3 % Skonto


### Bankverbindung:

HVB, BLZ 70020270, Kto. 15764474  
IBAN: DE76 7002 0270 0015 7644 74  
SWIFT (BIC): HYVEDEMMXXX

(Alle Preise verstehen sich zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.)

verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon 08191 125-666, Telefax 08191 125-868

**Titel:** ARZT & WIRTSCHAFT Pädiatrie  
**Zielgruppe:** niedergelassene Pädiater  
**Erscheinungsweise:** sechsmal jährlich  
**Heftformat:** 207 x 280 mm  
**Satzspiegel:** 178 x 257 mm  
**Druckverfahren:** Bogen-Offset  
**Bindeverfahren:** Rückendrahtheftung  
**Mitgliedschaft:** Arbeitsgemeinschaft LA-MED  
**Verlag:** verlag moderne industrie GmbH  
**Postanschrift:** 86895 Landsberg  
**Hausanschrift:** Justus-von-Liebig-Str. 1,  
86899 Landsberg  
**Telefon:** siehe Ansprechpartner  
**Telefax:** 08191 125-868  
**Internet:** www.arzt-wirtschaft.de  
**E-Mail:** siehe Ansprechpartner  
**Herausgeber:** verlag moderne industrie GmbH

**Auflagenkontrolle:**   
**Auflagen-Analyse:** 2. Quartal 2018  
**Druckauflage:** 6.050  
**Tatsächlich verbreitete Auflage (TvA):** 5.934

## Erscheinungsplan 2019

Erscheinungstermin	Anzeigenschluss
30. Januar 2019	3. Januar 2019
27. März 2019	26. Februar 2019
29. Mai 2019	29. April 2019
31. Juli 2019	2. Juli 2019
25. September 2019	27. August 2019
27. November 2019	28. Oktober 2019

Weitere technische Daten:  
siehe ARZT & WIRTSCHAFT API-Mediadaten 2019

verlag moderne industrie GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg, Telefon 08191 125-666, Telefax 08191 125-868

### Ihre Ansprechpartner:



Maximilian Schriewersmann  
Objekt- und  
Anzeigenleitung  
08191 125-666  
maximilian.schriewersmann@  
mi-verlag.de



Lutz Gey  
Mediaberatung  
Facharztmedien  
08191 125-260  
lutz.hey@  
mi-verlag.de



Melanie Hurst  
Ressortleitung  
Wirtschaft  
08191 125-143  
melanie.hurst@  
mi-verlag.de



Dr. med. Ulrich Karbach  
Ressortleitung Abrechnung,  
Medizin, Sonderproduktionen  
08191 125-203  
ulrich.karbach@  
mi-verlag.de



Nina Grellmann  
Medizin-Redaktion  
08191 125-671  
nina.grellmann@  
mi-verlag.de



Ina Reinsch  
Wirtschafts-Redaktion  
08191 125-672  
ina.reinsch@  
mi-verlag.de



Ines Schulz-Hanke  
Medizin-Redaktion  
08191 125-671  
ines.schulz-hanke@  
mi-verlag.de



Dr. Melanie Söchtig  
Medizin-Redaktion  
(verantwort.)  
08191 125-183  
melanie.soechtig@  
mi-verlag.de



Daniela Conzelmann  
Volontariat  
08191 125-148  
daniela.conzelmann@  
mi-verlag.de



Michaela Richter  
Anzeigendisposition  
08191 125-324  
michaela.richter@  
mi-verlag.de



Nicole Brandt  
Assistenz  
08191 125-166  
nicole.brandt@  
mi-verlag.de



Petra Kühner  
Assistenz  
08191 125-665  
petra.kuehner@  
mi-verlag.de



Maike Schulz  
Assistenz  
08191 125-432  
maike.schulz@  
mi-verlag.de



Sigrid v. See-Bredebusch  
Assistenz  
08191 125-164  
sigrid.see-bredebusch@  
mi-verlag.de



Sylvia Sirch  
Assistenz  
08191 125-139  
sylvia.sirch@  
mi-verlag.de

## ORANGE wirkt. Garantiert!

## Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen, Beilagen, Digital- und Online-Werbemittel

### § 1 Geltung, Ausschließlichkeit

1. Für die Annahme und die Veröffentlichung aller Werbeaufträge sowie Folgeaufträge gelten ausschließlich die vorliegenden AGB sowie die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses aktuelle Preisliste des Verlages, deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Die Gültigkeit dieser AGB des Auftraggebers ist, soweit sie nicht überstimmen, ausgeschlossen.
2. Diese AGB gelten sinngemäß für Belagenaufträge. Diese werden vom Verlag grundsätzlich erst nach Vorlage und Prüfung eines Modells angenommen.

### § 2 Angebot, Vertragsschluss

1. Abschluss im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist ein Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen, Fremdbeilagen oder sonstiger Werbemittel eines Werbungstreibenden oder sonstigen gewerblichen Inserenten in einer Druckschrift zu Zweck der Werbung.
2. Aufträge für Werbemittel können persönlich, telefonisch, schriftlich, per Telefax, per E-Mail oder per Internet aufgegeben werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsfehler.
3. Ein Vertrag kommt erst durch die schriftliche Auftragsbestätigung des Verlages zustande. Es gilt jeweils die im Zeitpunkt der Auftragserteilung gültige Preisliste.
4. Der Verlag ist berechtigt, Aufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtabchlusses, nach pflichtgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn der Auftrag inhaltlich gegenstandslos, gegen behördliche Bestimmungen verstößt oder vom deutschen Presse- oder Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für den Verlag wegen der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines redaktionellen Beitrags erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Der Verlag wird die Ablehnung unverzüglich nach Kenntniserlangung der betreffenden Inhalte mitteilen.

### § 3 Vertragsabwicklung

1. Aufträge sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln, beginnend mit der ersten Schaltung (Veröffentlichung) des Werbemittels. Die für die Werbemittel erforderlichen Inhalte, Informationen, Daten, Dateien und sonstigen Materialien (Vorlagen) teilt der Auftraggeber dem Verlag vollständig, fehler- und vierfrei ein und den vertraglichen Vereinbarungen entsprechend rechtzeitig zur Verfügung. Werden Vorlagen digital (z. B. per CD-ROM oder E-Mail) an den Verlag übermittelt, sind sie nur mit geschlossenen Dateien zu übertragen, also mit solchen Dateien, die der Verlag inhaltlich nicht ändern kann. Der Verlag haftet nicht bei fehlerhafter Veröffentlichung von Werbemitteln, die mit offenen Dateien (z. B. unter Corel Draw, QuarkPress, Freehand gespeicherte Dateien) übermittelt werden. Zusammengehörende Dateien sind vom Auftraggeber in einer gemeinsamen Datei zu laden bzw. zu speichern. Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen hat der Auftraggeber gleichzeitig ein Farb-Proof und ein Proof-Back mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Auftraggebers wegen etwaiger Farbabweichungen. Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Dateien mit Computerviren kann der Verlag löschen, ohne dass der Auftraggeber hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag behält sich zudem Ersatzansprüche vor, wenn die Computerviren beim Verlag weiteren Schaden verursachen. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Vorlagen führt der Verlag vorübergehlichen Ersatz an. Vorlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückgesandt, andernfalls gehen sie in das Eigentum des Verlages über. Die Pflicht zur Aufbewahrung aller zugesandten Unterlagen endet drei Monate nach Veröffentlichung des jeweiligen Auftrags.
3. Kosten für die Anfertigung bestellter Vorlagen, Filme oder Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber.
4. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit des zurückgesandten Abzugs. Wird der Abzug nicht fristgemäß an den Verlag zurückgeschickt, so gilt die Genehmigung des Werbemittels als erteilt.
5. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Werbemittelbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, tritt an seine Stelle eine Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung des Werbemittels.
6. Die Aufmachung und Kennzeichnung redaktionell gestalteter Werbemittel ist rechtzeitig vor Erreichen mit dem Verlag abzustimmen. Textzeilenanzüge müssen sich schon durch die Rundschrift vom redaktionellen Teil unterscheiden. Der Verlag ist berechtigt, Werbemittel, die nicht als solche zu erkennen sind, deutlicher Werbung zu kennzeichnen.
7. Zuschriften auf Chiffreanzeigen werden bis vier Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige aufbewahrt und dem Auftraggeber auf normalem Postwege zugesandt (auch wenn es sich um Express- oder Einschreibsendungen handelt). Eine Gewähr für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Offerten übernimmt der Verlag jedoch nicht.
8. Die in der Preisliste ausgenommenen Anzeigenschlüsse und Erscheinungstermine sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, diese vollständig dem Produktionsprozess anzupassen.
9. Aufträge können nur rechtzeitig, spätestens zum Anzeigenschlusstermin, und schriftlich, per Telefax oder E-Mail gekündigt werden. Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, hat der Auftraggeber die Anzeige zu bezahlen. Ansonsten kann der Verlag die Erstattung der bis zur Kündigung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen.
10. Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des Werbemittels verantwortlich. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter wegen der Werbemittel frei, einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverteidigung. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Werbemittel die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird der Verlag durch gerichtliche Entscheidung (z. B. zum Abdruck einer Gegendarstellung oder Berichtigung aufgrund des geschalteten Werbemittels verpflichtet, hat der Auftraggeber diese Veröffentlichung nach der gültigen Preisliste zu bezahlen.
11. Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kundenkonto, also nach Abzug von Rabatt, Born und Wängelabschluss. Die Vermittlungsprovision fällt nur bei Vermittlung von Aufträgen Dritter an. Sie wird nur an vom Verlag anerkannte Werbeagenturen vergütet unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von der Werbeagentur erteilt wird, ihr die Beschaffung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt und eine Gewerbeanmeldung als Werbeagentur vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbeagenturen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agenturfähigkeit oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Aufträge durch Werbeagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Verlag daher im Zweifel mit der Werbeagentur zustande. Soll ein Werbungstreibender Auftraggeber werden, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung des Werbungstreibenden vereinbart werden. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

### § 4 Preise, Zahlungsverbindungen, Preisänderung

1. Der Preis für die Veröffentlichung eines Werbemittels richtet sich nach der im Zeitpunkt der Auftragserteilung gültigen Preisliste. Für redaktionell gestaltete Werbemittel, Beilagen, Sonderveröffentlichungen und Kollektive, sowie Werbemittel, die nach Anzeigenschluss in Auftrag gegeben werden, kann der Verlag von der Preisliste abweichende Preise festlegen. Preisänderungen für erteilte Aufträge sind gegenüber Unternehmen wirksam, wenn sie vor dem ersten Anzeigenschluss im Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preisänderung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preisänderung ausübt werden.
2. Die in der Preisliste bezeichneten Nachlässe werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahres geschalteten Werbemittel gewährt („Anzeigjahr“). Wiederholungsabatte gelten nur innerhalb eines Anzeigjahres. Die Frist beginnt mit der Schaltung des ersten Werbemittels, wenn nicht anders vereinbart.

3. Bei Erweiterung des Auftrages entsteht ein Anspruch auf rückwirkenden Rabatt, sofern der Grundauftrag rabattfähig war. Der Anspruch erlischt, wenn er spätestens einen Monat nach Ablauf des Anzeigjahres geltend gemacht wird. Erreicht ein Auftrag nicht das vorhergesehene Auftragsvolumen, so wird der zu viel gewährte Preisnachlass nachträglich in Rechnung gestellt.
4. Auftragsrechnungen sind innerhalb der aus der Preisliste erresultierenden, vom Empfang der Rechnung laufenden Frist zu bezahlen, sofern nichts anderes vereinbart ist. Die sog. Pre-Notifikationsfrist nach der SEPA-Basis-Lastschrift ist auf vier Tage verkürzt. Mahn- und Inzassokonten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Gesamtabchlusses das Erscheinen weiterer Werbemittel abweichend von einem vereinbarten Zahlungsverzug von einer Vorauszahlung und vom Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Fehlerhafte Rechnungen können vom Verlag innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung korrigiert werden.
5. Sämtliche Preise verstehen sich zusätzlich Mehrwertsteuer in gesetzlicher Höhe am Tag der Rechnungsstellung.
6. Die vom Auftraggeber zu leistende Anzahlung ist dem Verlag als Anzahlung auf die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung. Der Verlag ist zur Nachberechnung der Mehrwertsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Steuerpflicht des Anzeigenauftrags bejaht.
7. Aus einer Auftragsminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Werbemittel ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Schaltung beginnenden Anzeigensjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – falls eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittliche verkaufte (falls keine verkaufte vorhanden, die durchschnittlich tatsächlich verteilte) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auftragsminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigter Mangel, wenn eine Auflage um mindestens 20 v. H. unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen des Werbemittels vom Vertrag zurücktreten konnte. Derartige Minderungsansprüche von Kaufleuten als Auftraggeber verjähren 12 Monate nach Veröffentlichung des Werbemittels.

### § 5 Mängelgewährleistung

1. Für die Aufnahme von Werbemitteln in bestimmte Nummern oder Ausgaben oder an bestimmten Plätzen wird keine Gewähr geleistet.
2. Die Haftung für Veröffentlichung der Werbemittel, die Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Vorlagen nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Veröffentlichung zu. Dies gilt auch, wenn er sonstige Regelungen dieser AGB oder der Preisliste nicht beachtet.
3. Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel muss der Auftraggeber spätestens sechs Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Druckrückmeldung reklamieren. Bei fehlerhafter Wiedergabe des Werbemittels – trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Vorlagen und rechtzeitiger Rückmeldung vertreteter Aufträge – kann der Auftraggeber eine einwandfreie Ersatzschaltung (Nacherauslieferung) verlangen, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Druck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Anspruch auf Nacherauslieferung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert er die Nacherauslieferung, ist die Nacherauslieferung dem Auftraggeber nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten und Zahlungsverbindungen in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei unwesentlichen Mängeln ist der Rücktritt ausgeschlossen. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten verjähren 12 Monate nach.
4. Für die Haftung des Auftraggebers für Schäden, die dem Verlag durch die Veröffentlichung des Werbemittels entstehen, so hat der Auftraggeber dadurch entstehende Mehrkosten oder Verluste bei der Herstellung zu tragen. Sind Mängel bei den Vorlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht rechtzeitig vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.
5. Für vom Auftraggeber bereitgestelltes Material (Einhefter, Beilagen etc.) übernimmt der Verlag keine Gewähr für die Richtigkeit der als geliefert bezeichneten Mengen oder Qualitäten.

### § 6 Haftung, höhere Gewalt

1. Schadensersatzansprüche des Auftraggebers gegen den Verlag, gleich aus welchem Rechtsgrund, sind ausgeschlossen, insbesondere Ansprüche wegen Verzugs, der Verletzung vertraglicher Pflichten oder gewerblicher Schutzrechte Dritter sowie aus unerlaubter Handlung. Dies gilt nicht, wenn der Verlag, seine Vertreter oder seine Erfüllungsgehilfen vorsätzlich oder grob fahrlässig handeln oder leicht fahrlässig eine Vertragspflicht verletzen, die für die Erreichung des Vertragszwecks wesentlich ist, oder sich die Schadensersatzansprüche aus einer Beschaffenheitsgarantie ergeben. Hat der Auftraggeber den Grund nach, ist der Schadensersatzanspruch auf Überforderung von Vorlagen beschränkt. Diese Haftungsbeschränkung gilt nicht, wenn der Schaden durch vorsätzliches oder grob fahrlässiges Handeln des Verlags, seiner Vertreter oder Erfüllungsgehilfen verursacht wurde oder nach dem Produkthaftungsgesetz begründet ist oder sich aus der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit ergibt. Soweit die Haftung des Verlags ausgeschlossen ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Mitarbeiter, Vertreter, Organe und Erfüllungsgehilfen. Alle Schadensersatzansprüche gegen den Verlag verjähren in zwölf Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von den Ansprüchen begründeten Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen.
2. Der Verlag wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Verlag unverschuldeten Arbeitskampfmassnahmen von der Verpflichtung zur Auftragserteilung frei. Schadensersatzansprüche bestehen deswegen nicht.

### § 7 Rechteinräumung

1. Der Auftraggeber garantiert, dass er alle zur Schaltung, Veröffentlichung und Verbreitung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Er räumt dem Verlag die für die zweckgemäße Nutzung des Werbemittels in den jeweiligen Werbeträgern erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungs- und sonstigen Rechte ein, insbesondere die jeweils erforderlichen Rechte zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Bearbeitung, zu öffentlicher Zugänglichmachung und zur Einblendung in Datenbanken. Entnahme aus einer Datenbank und Behalten zum Abruf und zwar zeitlich, räumlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt eingeräumt und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie in allen bekannten Formen von Werbeträgern.

### § 8 Datenchutz

1. Die Datenverarbeitung erfolgt nach Maßgabe der geltenden Regelungen des Bundesdatenschutzgesetzes und der Europäischen Datenschutz-Grundverordnung. Die verlag moderne industrie GmbH erhebt, verarbeitet und nutzt personenbezogene Daten des Kunden. Weitere Informationen zur Datenverarbeitung und zum Datenschutz sind in der Datenschutzerklärung der verlag moderne industrie GmbH, die unter <https://www.mi-verlag.de/datenchutz> eingesehen werden können, enthalten.

### § 9 Außergerichtliche Online-Streitbeilegung

1. Die Europäische Kommission hat eine Plattform zur Online-Streitbeilegung eingerichtet. Diese erreichen Sie unter: <http://ec.europa.eu/consumers/> oder: Verbraucher können die Plattform für die Beilegung ihrer Streitigkeiten nutzen. Wir sind zur Teilnahme an einem Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle weder bereit noch verpflichtet, außer es besteht eine gesetzliche Pflicht zur Teilnahme.

### § 10 Erfüllungsort, Gerichtsstand

1. Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts und unter Ausschluss von Kollisionsrecht. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlags. Gerichtsstand für Klagen gegen Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliche Sondervermögen ist der Sitz des Verlags.

Stand: Juli 2018