

MEDIA DATEN 2019



Urologie

ARZT & WIRTSCHAFT Urologie 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
- Recht
- Praxis
- 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 Urologen

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



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 - Urologie	57,7	1.570	2.420,00	1.541,40
Aktuelle Urologie	70,9	1.920	3.500,00	1.822,92
Wirtschaftsmagazin für den Urologen	65,2	1.770	3.260,00	1.841,81
Der Urologe	78,3	2.120	4.520,00	2.132,08
Uro-News	65,3	1.770	3.810,00	2.152,54
UroForum	57,5	1.560	3.695,00	2.368,59
Urologische Nachrichten	52,2	1.420	4.537,00	3.195,07
Deutsches Ärzteblatt – Praxis + Klinik	55,4	1.500	kein Anzeigenpreis ausgewiesen	

Grundgesamtheit der niedergelassenen Urologen: 2.713; Fälle erhoben: 187; Fälle gewichtet: 189; Feldzeit: 09/17 - 06/18
Basis Preise aus medien manager gesundheit Q3/2018

Anzeigenpreise:

4c Anzeige:

1/1 Seite	2.420,00 Euro
1/2 Seite	1.290,00 Euro
1/3 Seite	910,00 Euro

Vorzugsplätze (1/1 Seite 4c Anzeige):

2. Umschlagseite	3.040,00 Euro
4. Umschlagseite	3.040,00 Euro
gegenüber Inhalt	3.040,00 Euro
1. rechte Seite im Heft	3.040,00 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	1.010,00 Euro
je weitere 25 g Gewicht	505,00 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

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

Titel: ARZT & WIRTSCHAFT Urologie
Zielgruppe: niedergelassene Urologen
Erscheinungsweise: sechsmal jährlich
Heftformat: 207 x 280 mm
Satzspiegel: 178 x 257 mm
Druckverfahren: Bogen-Offset
Bindeverfahren: Rückendrahtheftung
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: 2.950
Tatsächlich verbreitete Auflage (TvA): 2.846

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-Bredibusch
Assistenz
08191 125-164
sigrid.see-bredibusch@
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 etwaiger AGB des Auftraggebers ist, wenn diese nicht ausdrücklich ausgeschlossen sind, ausgeschlossen.
2. Die AGB gelten sinngemäß für Beilagenaufträge. 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 Werbungtreibenden oder sonstigen gewerblichen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Aufträge für Werbemaßnahmen 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 Gesamtabschlusses, nach pflichtgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen das Gesetz oder behördliche Bestimmungen verstößt oder vom deutschen Presse- oder Werberecht ein Beschwerdeführer 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.
2. Alle für die Werbemittel erforderlichen Inhalte, Informationen, Daten, Dateien und sonstigen Materialien („Vorlagen“) stellt der Auftraggeber dem Verlag vollständig, fehlerfrei und verbindlich 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 Core Draw, QuarkPress, Freehand gespeicherte Dateien) übermittelt werden. Zusammengehörende Dateien sind vom Auftraggeber in einem gemeinsamen Verzeichnis („Ordner“) zu senden bzw. zu speichern. Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen hat der Auftraggeber gleichzeitig die entsprechenden Druck- und Messprotokolle mit zu liefern. 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 fordert der Verlag unverzüglich 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. Probezüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit des zurückgesandten Abzugs. Wird der Abzug nicht freigestellt 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. Textzeilenanzeigen müssen sich durch ihre Rundumschrift vom redaktionellen Text unterscheiden. Der Verlag ist berechtigt, Werbemittel, die nicht als solche zu erkennen sind, seitens der 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 Einschreibebestellungen handelt). Eine Gewähr für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Offerten übernimmt der Verlag jedoch nicht.
8. Die in der Preisliste ausgewiesenen Anzeigenschluss- und Erscheinungstermine sind für den Verlag verbindlich. Dem Verlag steht es frei, diese kurzfristig dem Produktionsablauf entsprechend anzupassen.
9. Aufträge können nur rechtzeitig, spätestens nach Anzeigenschlussmitte, 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 Veröffentlichung des Werbemittels frei, einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverteidigung. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Werbemittel eines Dritten gegen geltendes Recht verstoßen könnte. Der Verlag ist nicht verpflichtet, eine Gegendarstellung oder Berichtigung aufgrund des geschalteten Werbemittels vorpflichtet, hat der Auftraggeber diese Veröffentlichung nach der gültigen Preisliste zu bezahlen.
11. Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kundennetto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelschlass. Die Vermittlungsprovision fällt nur bei Vermittlung von Aufträgen Dritter an. Sie wird nur an vom Verlag anerkannte Werbeagenturen vergütet unter der Voraussetzung, dass auf Auftrag unmittelbar von der Werbeagentur erteilt wird, ihr die Beschaffung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt und eine Gewerbebeantragung als Werbeagentur vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbeagenturen abzulehnen, wenn Zwittern auf der berufsmäßigen Ausübung der Agentur Tätigkeit 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 Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung des Werbungtreibenden vereinbart werden. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

§ 4 Preise, Zahlungsverbindungen, Preisreduzierung

1. Der Preis für die Veröffentlichung eines Werbemittels richtet sich nach dem 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 Unternehmern wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen 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 ausgeübt werden.
2. Die in der Preisliste bezeichneten Nachlässe werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahres geschalteten Werbemittel gewährt („Anzeigenjahr“). Wiederholungsabatte gelten nur innerhalb eines Anzeigenjahres. 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 nicht spätestens einen Monat nach Ablauf des Anzeigenjahres geltend gemacht wird. Erreicht ein Auftrag nicht das vorhergesehene Auftragsvolumen, so wird er zu viel gewährte Preisnachlass nachträglich in Rechnung gestellt.
4. Auftragsrechnungen sind innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung laufendfrist bis zu bezahlen, sofern nichts anderes vereinbart ist. Die sog. Pre-Notifikationfrist nach der SEPA-Basis-Lastschrift ist auf vier Tage verlegt. Mahn- und Inkassokosten, 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 des Gesamtabschlusses das Scheitern weiterer Werbemittel abwendend von einem vereinbarten Zahlungsverzug von einer Vorauszahlung und vom Ausgleich einer Rechnungsbetrag abhängig zu machen. Fehlerhafte Rechnungen können vom Verlag innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung korrigiert werden.
5. Sämtliche Preise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer in gesetzlicher Höhe am Tag der Rechnungsstellung.
6. Bei Aufträgen aus dem Ausland, die nicht mehrwertsteuerpflichtig sind, erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung. Der Verlag ist nach dem Auslieferungstermin der Aufträge für die Steuerabwicklung des Auftraggebers verantwortlich.
7. Aus einer Auftragsminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Werbemittel ein Anspruch auf Preisreduzierung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Schaltung beginnenden Anzeigenjahres 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 verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auftragsminderung ist nur dann ein Preisreduzierungsberechtigter Mangel, wenn eine Auflage um mindestens 20 % V. H. unterschritten wird.
Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisreduzierungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Er scheinen 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. Beachtet der Auftraggeber die Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Vorlagen nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen der Veröffentlichung zu. Dies gilt auch, wenn er sonstige Regelungen dieses Verlags über die Aufnahme 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 Druckschrift reklamieren. Bei fehlerhafter Wiedergabe des Werbemittels – trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Vorlagen und rechtzeitiger Reklamation – kann der Auftraggeber eine einwandfreie Ersatzschaltung (Nacherfüllung) verlangen, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Auftraggeber die Nacherfüllung nicht beantragt hat. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert er die Nacherfüllung, ist die Nacherfüllung dem Auftraggeber nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsverzins in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei unwesentlichen Mängeln ist die Rücktrittsansprüche ausgeschlossen. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten verjähren 12 Monate nach dem Tag der Auftragserteilung.
4. Sind Mängel bei den Vorlagen nicht sofort, sondern erst bei der Verarbeitung erkennbar, 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 der nachfolgenden Werbemaßschaltung auf den Fehler hinzuvert.
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. Haftung der Verlag dem Grunde nach, ist der Schadensersatzanspruch auf den vorhersehbaren Schaden begrenzt. Diese Haftungsbegrenzung gilt nicht, wenn der Schaden durch vorsätzliches oder grob fahrlässiges Handeln des Verlages, 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 Verlages 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 Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen.
2. Der Verlag ist nicht, räumlich und inhaltlich in dem Umfang, in dem er durch die Durchführung eines Auftrags notwendige Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt eingeräumt und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie in allen bekannten Formen von Werbeträgern.

§ 7 Rechteinräumung

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-, Leistungszug- und sonstigen Rechte ein, insbesondere die jeweils erforderlichen Rechte zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Bearbeitung, zu öffentlichem Zugänglichmachen, Einstellung einer Datenbank, Entnahme aus einer Datenbank und Beithalten zum Abruf und zwar zeitlich, räumlich und inhaltlich in dem Umfang, in dem dies für die Durchführung des Auftrags notwendig ist. Infring. 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 Datenschutz

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 über die Datenverarbeitung und zum Datenschutz sind in der Datenschutzerklärung der verlag moderne industrie GmbH, die unter <http://www.mi-verlag.de/datenchutz> eingesehen werden können, enthalten.

§ 9 Außergerichtliche Online-Streitbeilegung

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

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