

# liberal

DEBATTEN ZUR FREIHEIT



## MEDIADATEN

Preisliste Nr. 17 (gültig ab 01.01.2017)

Alle Preise in EURO zzgl. gesetzl. MwSt.

# Inhalt

Titelprofil .....	3
Verlagsangaben .....	5
Termine, Preise .....	6
Beilegen, Beihefter, Beikleber .....	7
Technische Angaben.....	8
AGBs .....	9

# Ansprechpartner

## Gesamtleitung Media Marketing



Tatjana Moos  
Telefon: 0211/54 227-671  
Telefax: 0211/54 227-871  
E-Mail: [t.moos@planetc.co](mailto:t.moos@planetc.co)

## Media Marketing



Georgios Giavanoglou  
Telefon: 0211/54 227 - 663  
Telefax: 0211/54 227 - 863  
E-Mail: [g.giavanoglou@planetc.co](mailto:g.giavanoglou@planetc.co)

## Media Service



Beate Dohmen  
Telefon: 0211/54 227-680  
Fax: 0211/54 227-880  
E-Mail: [b.dohmen@planetc.co](mailto:b.dohmen@planetc.co)

---

# Titelprofil

**liberal** ist das politische Magazin der Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit und versteht sich als Debattenmagazin, das die Themen der Zeit aufgreift und kontrovers diskutiert. Es ist das einzige Magazin Deutschlands mit einer inhaltlich klar liberalen Ausrichtung. Dazu tragen renommierte Autoren aus dem In- und Ausland sowie Experten aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Kulturbetrieb bei.

Die exklusive Leserschaft zählt zur bürgerlichen Bildungselite, verfügt über ein hohes Einkommen und ist an den gesellschaftlichen und politischen Prozessen höchst interessiert. Das Magazin erreicht mit den Mitgliedern der FDP und den aktiven Kunden der Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit den Kern der liberalen Bürgerschaft und über diese Zielgruppe auch eine große Zahl mittelständischer Unternehmer, Freiberufler und Entscheider. liberal-Leser konsumieren politische Inhalte nicht nur, sie gestalten Politik und sind damit erstklassige Multiplikatoren.

Dank der thematischen Relevanz und intellektuellen Schärfe positioniert sich liberal als bedeutsame Stimme im politischen Diskurs Deutschlands und wird immer wieder von der überregionalen Tagespresse zitiert.

GESELLSCHAFT KULTURHAUPTSTADT

# Zwerge an der Oder

Wie sich Wrocław/Breslau, die gegenwärtige Europäische Kulturhauptstadt, erfolgreich den Trends von Armutseis und nationalem Chauvinismus entgegenstellt. # 1047 | **RAJMO HARTE**

WENN DIE die Welt nicht kleinteilig ist, sondern ein riesiges, unheimlich weiches, flüssiges Meer, dann ist die Kulturhauptstadt der Welt ein riesiges, unheimlich weiches, flüssiges Meer, das sich nicht nur über die Oder, sondern über die gesamte Welt ausbreitet. Die Kulturhauptstadt der Welt ist ein riesiges, unheimlich weiches, flüssiges Meer, das sich nicht nur über die Oder, sondern über die gesamte Welt ausbreitet.



WIRTSCHAFT GRUNDEN IN DEUTSCHLAND

## Was Hänchen nicht lernt ...

...lernt Hans nimmermehr, lautet ein alter Spruch bei Schule macht jungen Menschen kaum Lust auf unternehmerisches Denken und die Gründung einer eigenen Firma. Das ist schade, denn ein Start-up-zoom könnte der entscheidenden deutschen Wirtschaft gut zu Gesicht. **von U. GOSWAMI**



Lieber den IT-Unter-richt ganz abschaffen, anstatt ihn so wie jetzt anzubieten.

Die meisten Eltern sind sich einig: Die Kinder sollten in der Schule lernen, wie man ein Unternehmen gründet. Das ist ein wichtiger Teil der Ausbildung. Aber die meisten Eltern wissen nicht, dass die meisten Kinder in der Schule nicht lernen, wie man ein Unternehmen gründet. Das ist ein wichtiger Teil der Ausbildung. Aber die meisten Eltern wissen nicht, dass die meisten Kinder in der Schule nicht lernen, wie man ein Unternehmen gründet.

Die meisten Eltern sind sich einig: Die Kinder sollten in der Schule lernen, wie man ein Unternehmen gründet. Das ist ein wichtiger Teil der Ausbildung. Aber die meisten Eltern wissen nicht, dass die meisten Kinder in der Schule nicht lernen, wie man ein Unternehmen gründet. Das ist ein wichtiger Teil der Ausbildung. Aber die meisten Eltern wissen nicht, dass die meisten Kinder in der Schule nicht lernen, wie man ein Unternehmen gründet.



# Verlagsangaben

**Herausgegeben von** Dr. Wolfgang Gerhardt,  
Prof. Dr. Karl-Heinz Paqué, Manfred Richter, Sabine  
Leutheusser-Schnarrenberger, Dr. Wolf-Dieter Zumpfort

## **Beirat**

Dr. Bernd Klaus Buchholz, Karl-Ulrich Kuhlo, Helmut Markwort

## **Chefredaktion**

Kirstin Härtig

## **Redaktion Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit**

Boris Eichler, Thomas Volkmann, Annett Witte

## **Gesamtherstellung**

planet c GmbH,  
ein Unternehmen der Verlagsgruppe Handelsblatt  
Kasernenstraße 69, 40213 Düsseldorf  
Telefon: 0211/54 227-671 • Fax: 0211/54 227-871

## **Geschäftsführung**

Andrea Wasmuth (Vorsitzende), Holger Löwe, Thorsten Giersch

## **Gesamtleitung Media Marketing**

Tatjana Moos • Tel. 0211/54 227-671 • Fax 0211/54 227-871  
E-Mail: t.moos@planetc.co

## **Media Marketing**

Georgios Giavanoglou • Tel. 0211/54 227-663 • Fax 0211/54 227-863  
E-Mail: g.giavanoglou@planetc.co

## **Media Service**

Beate Dohmen • Tel. 0211/54 227-680 • Fax 0211/54 227-880  
E-Mail: b.dohmen@planetc.co

## **Druckauflage**

100.000 Exemplare

## **Heftformat**

210 x 260 mm (Breite x Höhe)

## **Umfang**

56 Seiten

## **Vertrieb**

Personalisierter Einzelversand, Abonnement sowie Einzelverkauf

## **Agenturvergütung**

15%

## **Zahlungsbedingungen**

8 Tage 2% Skonto oder 14 Tage nach Rechnungsdatum netto.

## **Geschäftsbedingungen**

Es gelten die allgemeinen und zusätzlichen Geschäftsbedingungen

# Termine, Preise

Ausgabe	Erscheinungstermin <sup>1</sup>	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss	Beilagenanlieferung
2/2017	15.03.2017	08.02.2017	15.02.2017	22.02.2017
3/2017	03.05.2017	29.03.2017	06.04.2017	12.04.2017
4/2017	05.07.2017	01.06.2017	08.06.2017	16.06.2017
5/2017	13.09.2017	09.08.2017	16.08.2017	24.08.2017
6/2017	15.11.2017	12.10.2017	19.10.2017	26.10.2017

Anzeigröße	Satzspiegelformat (Breite x Höhe)	Anschnittformat <sup>3</sup> (Breite x Höhe)	Anzeigenpreis 4c	Advertorials	Advertorialpreis 4c <sup>2</sup>
1/1 Seite	186 x 216 mm	210 x 260 mm	6.000,00 €	1/1 Seite	6.000,00 €
1/2 Seite hoch	93 x 216 mm	105 x 260 mm	3.600,00 €	1/2 Seite hoch	3.600,00 €
1/2 Seite quer	186 x 108 mm	210 x 128 mm	3.600,00 €	1/2 Seite quer	3.600,00 €

Umschlagseite	Anschnittformat <sup>3</sup> (Breite x Höhe)	Anzeigenpreis 4c	Wiederholungsrabatt	Mengenrabatt
2. und 4. Umschlagseite	210 x 260 mm	6.500,00 €	2 Anzeigen 5%	2 Seiten 5%
3. Umschlagseite	210 x 260 mm	6.200,00 €	4 Anzeigen 10%	3 Seiten 15%
				4 Seiten 20%

1) Änderungen vorbehalten

2) Preise gelten nur für fertig angelieferte Advertorials

3) Anschnittformate: plus 5 mm Beschnitt je Außenkante

# Beilagen, Beihefter, Beikleber

## Beilagen

Belegungsmöglichkeit		Gesamtausgabe
	bis 25g	95,00 €
	je weitere angefangene 5g	6,00 €
Formate	Maximal	200 x 250 mm
	Minimal	auf Anfrage

## Beihefter

Belegungsmöglichkeit	Gesamtausgabe	
Preise	2 Seiten	138,00 €
	4 Seiten	155,00 €
	umfangreichere Beihefter	auf Anfrage
Formate	Maximal (nach Beschnitt)	210 x 260 mm
	Minimal	auf Anfrage

## Beikleber

Belegungsmöglichkeit	Gesamtauflage	
Voraussetzungen	zusätzliche Trägeranzeige	mindestens 1/1 Seite (Preise siehe Preisliste)
Preise	aufgeklebte Postkarte	68,00 €
	Beikleber bis 25g	88,00 €
	je weitere angefangene 5g	6,00 €
Formate	Maximal	200 x 250 mm
	Minimal	auf Anfrage

Alle angegebenen Preise pro angefangene 1.000 Exemplare zzgl. Postgebühren (z.B. bis 25g: 9,50 € je 1.000 Exemplare)

Sonstige technische Vorgaben auf Anfrage.

# Technische Angaben

**Druckverfahren:** Rollenoffset  
**Druck:** 4/4-farbig  
**Farben:** nach DIN 16539 aus der EURO-Skala  
**Verarbeitung:** Rückendrahtheftung

## Beschnitt

**Anschnittformat:** plus 5 mm Beschnitt je Außenkante. Bei Schrift und Bildelementen sind mindestens 5 mm Abstand zur Beschnittkante empfehlenswert.

**Druckunterlagen:** Digital auf CD-ROM + Proof in den gängigen Dateiformaten für MAC.  
Vierfarbvorlagen müssen farbverbindlich sein.

Tonwertzunahmen bei Farbanzeigen nach den „Technischen Richtlinien“ des BVD-FOGRA-Standards, isocoated v2 (300).

## Anzeigenschluss, Druckunterlagen- und Rücktrittstermine:

**Nach dem jeweils gültigen Terminkalender. Die Rücktrittstermine sind jeweils identisch mit den Anzeigenschlussterminen. Durch äußerst knapp kalkulierte Anzeigen- und Druckunterlagenschlusstermine kann verspätete Druckunterlagen-Anlieferung das Druckergebnis beeinträchtigen. Eventuelle Reklamationen sind in solchen Fällen ausgeschlossen.**

## Druckunterlagen-Versandanschrift:

planet c GmbH  
Beate Dohmen  
Kasernenstraße 69, 40213 Düsseldorf

per E-Mail: druckunterlagen@planetc.co  
per ftp: Details erfragen Sie bitte unter Tel.: 0211/54 227-680

**Dateien:** PDF/X3- oder X4-druckoptimiert  
InDesign (bitte Schriften mitliefern)  
Illustrator (bitte Schriften mitliefern)  
Spezielle Programme auf Anfrage

Ein Original-Andruck des Motives muss parallel an die Druckerei gehen, da sonst keine Farbgarantie übernommen werden kann. Außerdem wird das Motiv der Anzeige per Fax oder per PDF-Datei an den Verlag erbeten:

**Druckerei:** Evers Druck GmbH  
Herrn Michael Peters  
Ernst-Günter-Albers Str. 116, 25704 Meldorf  
Telefon: 04832/608 - 0  
E-Mail: meldorf@eversfrank.co

## Farbanzeigen, zusammengefasste Formate:

Werden bei Formaten mit Bunddurchdruck die Zusatzfarben nicht auf beiden Heftseiten genutzt, so erfolgt die Berechnung für jede Heftseite getrennt zu den für die Teilformate geltenden Tarifpreisen.

Sonderfarben oder Farbtöne, die durch den Zusammendruck von Farben der verwendeten Skala nicht erreicht werden können, bedürfen besonderer Vereinbarung. Einzelheiten auf Anfrage.

Die Zusammenfassung verschiedener Anzeigenformate zu größeren rechteckigen Formaten ist nach besonderer Vereinbarung möglich.

Anschnitt, Satzspiegelüberschreitung oder der Druck über Bund werden nicht berechnet.



## Allgemeine Geschäftsbedingungen der planet c GmbH

**1.** Ein „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.

**2.** Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Auftragsaufträge 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 Vertragsabschluss abgerufen und veröffentlicht wird.

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

**4.** Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen in Spezialbeilagen oder Kollektiven Sonderpreise festzusetzen.

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

**6.** Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens einer Seite an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen.

**7.** Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag 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.

**8.** Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

**9.** Der Verlag behält sich ohne Anerkennung einer Prüfungspflicht vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen, insbesondere wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, deren Veröffentlichung für den Verlag u.a. wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder diese Anzeigen Werbung Dritter oder für Dritte enthalten.

Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Modells und dessen Billigung bindend. Soweit der Verlag von seinem Ablehnungsrecht bezüglich von Werbemitteln, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), keinen Gebrauch macht, bedürfen diese in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages. Die Ablehnung einer Anzeige wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

**10.** Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen für Anzeigen oder andere Werbemittel ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen oder andere Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn zu liefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Für erkennbar ungeeignete oder nicht einwandfreie Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die übliche Druckqualität der Anzeigen oder anderer Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Formatvorgaben und technischen Vorgaben des Verlages bei der Anlieferung der Druckunterlagen erfüllt hat.

**11.** Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Veröffentlichung der Anzeige.

**12.** Kosten für die Erstellung von Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

**13.** Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige 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 Gläubigers steht oder diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung eines anderen Werbemittels ist eine Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen. Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des vertragstypischen, vorhersehbaren Schadens. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde und nur in Höhe des vertragstypischen, vorhersehbaren Schadens. Dies gilt nicht für das Rücktrittsrecht eines Verbrauchers bei einer Pflichtverletzung, die nicht in einem Mangel der Leistung besteht und vom Verlag zu vertreten ist. Die Haftung bei einer Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit bleibt unberührt. Ebenso die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

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

**15.** Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, so-

fern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

**16.** Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 8 % über dem Basiszinssatz im kaufmännischen Verkehr bzw. 5 % über dem Basiszinssatz im nichtkaufmännischen Verkehr sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag 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 Verlag berechtigt, vor Beginn einer neuen Geschäftsverbindung und auch während der Laufzeit eines Abschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

**17.** Sind keine besonderen Größenvorschriften angegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

**18.** Bei Anzeigen aus dem Ausland erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung unter der Voraussetzung, dass die Steuerbefreiung besteht und anerkannt wird. Der Verlag behält sich die Nachberechnung der Mehrwertsteuer in der gesetzlich geschuldeten Höhe für den Fall vor, dass die Finanzverwaltung die Steuerpflicht der Anzeige bejaht.

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

**20.** Aus einer Auflagenminderung kann nach Maßgabe der Ziffer 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisreduzierung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die zugesicherte Auflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisreduzierung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie bei einer zugesicherten Auflage bis zu 50.000 Exemplaren mindestens 20 v. H., bei einer zugesicherten Auflage bis zu 100.000 Exemplaren mindestens 15 v. H., bei einer zugesicherten Auflage bis zu 500.000 Exemplaren mindestens 10 v. H. beträgt. Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziffer 27 dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen bleibt unberücksichtigt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisreduzierungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig in Kenntnis gesetzt hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

**21.** Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, zum 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 Verlages vereinbart.

**22.** Auftragsaufträge durch eine Agentur werden in deren Namen und auf deren Rechnung angenommen. Die Werbungsmitler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen

mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlervergütung in Höhe von 15 % bezogen auf das jeweils vermittelte Kunden-netto (Bruttotarifpreis abzüglich kundenorientierter Rabatte) darf an den Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

**23.** Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge, wenn nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen wurde.

**24.** Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis einer Kapitalbeteiligung von mehr als 50 % erforderlich. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen schriftlichen Bestätigung durch den Verlag.

**25.** 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 zugelieferten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Auftrages von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen oder aufgrund presserechtlicher Vorschriften entstehen können. Bei Veröffentlichung von Gegendarstellungen bestimmen sich die zu ersetzenden Kosten nach Maßgabe des Anzeigentarifs. Ferner trägt der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

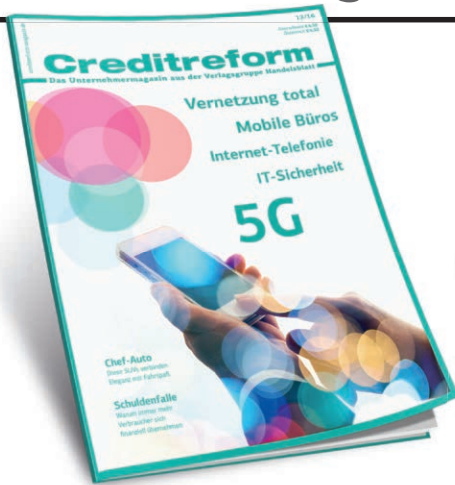
**26.** Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art (einschließlich Internet) erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur

Viervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlichen Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.

**27.** Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Druckschrift mit 80 % der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbeitrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht. Auflagenminderungen aus Gründen des vorstehenden Satzes bleiben im Rahmen von Ziffer 20 dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen unberücksichtigt.

**28.** Advertorials sind fremdproduzierte Teile, die sich in Form und Aufmachung deutlich von den redaktionellen Teilen der Druckschrift (in Typo, grafischen Elementen, Farbigkeit, Spaltigkeit) unterscheiden müssen. Sie enthalten Text und Werbung Dritter. Sie sind grundsätzlich mit einem eigenen Impressum zu versehen. Das Advertorial kann durch den Verlag mit dem Wort „Anzeige“ ohne Rücksprache gekennzeichnet werden. Der Verlag behält sich die Veröffentlichung nach Vorlage eines verbindlichen Musters vor sowie das Recht, bei besonderen Publikationen Sonderpreise festzusetzen. Dem Verlag ist das Advertorial mindestens zehn Werkstage vor Druckunterlagenschluss zur Prüfung und Billigung vorzulegen.

# Weitere Leistungen



planet c ist der Full-Service-Dienstleister für journalistische Unternehmenskommunikation. Wir bieten genau das, wofür unser Name steht: Content und Competence. Wenn Sie also keine Agentur suchen, die Ihnen das Blaue vom Himmel verspricht, sondern einen Verlag, der Sie ins rechte Licht rückt, sind Sie bei uns genau richtig. Denn wir sind Redakteure, Grafiker und Kaufleute, die Unternehmensmedien produzieren und vermarkten, die auch gelesen werden – sei es gedruckt, online oder mobil. Darin sind wir gut.

## Die Leistungen von planet c:

- Konzeption klassischer und neuer Medien
- Redaktion von Text und Bild
- Art Direktion und Grafik
- Projektplanung und -steuerung
- Medienproduktion
- Vertrieb und Abo-Service
- Vermarktung

Wir können über alles reden, über alles schreiben und alles in Szene setzen – und dafür wurden wir ausgezeichnet.



planet c GmbH  
Kasernenstraße 69 • 40213 Düsseldorf  
Postfach 10 11 02 • 40002 Düsseldorf

---

# Verlag

**planet c GmbH**

Postfach 10 11 02  
40 002 Düsseldorf

Kasernenstraße 69  
40 213 Düsseldorf

Telefon: 0211/54 227 – 671

Telefax: 0211/54 227 – 871

E-Mail: [media@planetc.co](mailto:media@planetc.co)

[www.planetc.co](http://www.planetc.co)