

Arbeit und Arbeitsrecht

Die Zeitschrift für das
Personal-Management

- ARBEITSRECHT Das neue Mediationsgesetz
- PERSONALPRAXIS Den demografischen Wandel bewältigen
- VERGÜTUNG Potenzial qualifizierter Frauen nutzen
- RECHTSPRECHUNG Verweigerte Abfindung wegen Altersrente
- IM BLICKPUNKT **Altersversorgung im demografischen Wandel**



huss HUSS-MEDIEN GmbH · 10400 Berlin

www.arbeit-und-arbeitsrecht.de

huss

HUSS-MEDIEN GmbH

10400 Berlin

Tel. 030 42151-238

Fax 030 42151-300

www.arbeit-und-arbeitsrecht.de



Preisliste Nr. 20
gültig ab 01.01.2012

Media-Informationen 2012

Fachzeitschrift:

1	Titel-Porträt	Seite 3
T	Termin- und Themenplan	Seite 4–5
P	Preisliste	Seite 6–7
2	Auflagen- und Verbreitungs-Analyse	Seite 8–9
F	Formate und technische Angaben	Seite 10–14

Website:

1	Porträt	Seite 15
P	Preise/Werbeformen	Seite 16
F	Formate und technische Angaben	Seite 17–18

Newsletter:

1	Porträt	Seite 19
P	Preise/Werbeformen	Seite 20
F	Formate und technische Angaben	Seite 21

Die Medienmarke:

Zielgruppe:

Personalleiter und -referenten, Geschäftsführer, Personalsachbearbeiter, Richter und Rechtsanwälte, Arbeitgeberverbände und Gewerkschaften, Mitglieder von Betriebs- und Personalräten

Themenspektrum:

Arbeitsrecht, Personalpraxis, Vergütung, Rechtsprechung, Service

Crossmediales Angebot:

Fachzeitschriften, Website, Newsletter



- 1 Titel:** Arbeit und Arbeitsrecht
2 Kurzcharakteristik: Fachzeitschrift für das Personal-Management
3 Zielgruppe: Besonders lukrativ für Anbieter von Produkten und Leistungen für den Personalbereich ist der umsatzstarke gehobene Mittelstand: Unternehmen mit mehr als 10 Millionen € Jahresumsatz und zwischen 100 und 1000 Mitarbeitern stellen breitgefächerte Anforderungen
4 Erscheinungsweise: monatlich, 12 Ausgaben + 1 Sonderheft
5 Heftformat: DIN A4
6 Jahrgang: 67. Jahrgang 2012
7 Bezugspreis: **Jahresabonnement Inland**
 177 € zzgl. 15 € Porto- und Versandkosten
Ausland
 210 € inkl. Versand
Einzelverkaufspreis
 17,50 € zzgl. 1,80 € Porto- und Versandkosten
8 Organ: –
9 Mitgliedschaft/ Teilnahme: IVW
10 Verlag: HUSS-MEDIEN GmbH
 Am Friedrichshain 22
 10400 Berlin
 Telefon: 030 42151-0
 www.arbeit-und-arbeitsrecht.de
 Wolfgang Huss
11 Herausgeber: Udo Magister (verantwortlich) (☎ –403)
 E-Mail: udo.magister@hussberlin.de
12 Anzeigen: Volker Hassel (verantwortlich) (☎ –434)
 E-Mail: volker.hassel@hussberlin.de
13 Redaktion:

14 Umfangsanalyse 2010 = 12 Ausgaben

Gesamtumfang:	784 Seiten	= 100,0 %
Redaktionsteil	705 Seiten	= 89,9 %
Anzeigenteil	100 Seiten	= 14,2 %
davon:		
Stellen- und Gelegenheitsanzeigen	0 Seiten	= 0,0 %
Verlagsseigene Anzeigen	41 Seiten	= 41,0 %
Einhefter	26 Seiten	= 20,0 %
Beilagen	13 Stück	

15 Inhalts-Analyse des Redaktionsteils








705 Seiten = 100,0 %

Aktuell	80 Seiten	= 11,3 %
Blickpunkt	88 Seiten	= 12,5 %
Arbeitsrecht	116 Seiten	= 16,5 %
Personalpraxis	120 Seiten	= 17,0 %
Lohn und Gehalt	93 Seiten	= 13,1 %
Rechtsprechung	129 Seiten	= 18,2 %
Service	61 Seiten	= 8,3 %
Sonstiges	22 Seiten	= 3,1 %

Ausgabe	Termine	Specials/Hauptthemen	Präsentationsmöglichkeit für	Messen/Veranstaltungen
1 Januar	ET: 09.01.2012 AS: 09.12.2011 DU: 15.12.2011	<ul style="list-style-type: none"> • Neues im Arbeits-, Steuer- und Sozialversicherungsrecht 2012 • Personalbeschaffung • Workforce-Management 	<ul style="list-style-type: none"> • Softwareanbieter • Personalberater • Seminaranbieter 	
2 Februar	ET: 08.02.2012 AS: 16.01.2012 DU: 20.01.2012	<ul style="list-style-type: none"> • Zeitarbeit • Vergütung 	<ul style="list-style-type: none"> • Zeitarbeitsfirmen • Personaldienstleister • Softwareanbieter 	Kongress „Arbeitsrecht 2012“ 28.–29. Februar 2012 in Berlin Veranstalter: AuA und GDA (vielfältige Möglichkeiten für Werbung und Sponsoring auf Anfrage) www.kongress-arbeitsrecht-2012.de didacta Hannover 14.–18. Februar 2012
3 März	ET: 01.03.2012 AS: 07.02.2012 DU: 13.02.2012	<ul style="list-style-type: none"> • Weiterbildung • Personalentwicklung • Talentmanagement 	<ul style="list-style-type: none"> • Seminaranbieter • Akademien • Personalberater • Bildungseinrichtungen • Hochschulen 	
4 April	ET: 10.04.2012 AS: 15.03.2012 DU: 21.03.2012	Special: PERSONAL 2012 <ul style="list-style-type: none"> • digitale Personalakte • Personaleinsatzplanung • Zeitwirtschaft 	<ul style="list-style-type: none"> • Aussteller auf der PERSONAL • Personaldienstleister • Softwareanbieter 	PERSONAL Stuttgart 24.–25. April 2012
5 Mai	ET: 04.05.2012 AS: 10.04.2012 DU: 16.04.2012	<ul style="list-style-type: none"> • betriebliche Altersversorgung • Zeitwertkonten • betriebliches Gesundheitsmanagement 	<ul style="list-style-type: none"> • Pensionskassen • Krankenkassen • Unternehmensberater • Personaldienstleister • Softwareanbieter 	DGFP-Kongress Frankfurt/M 07.–08. Mai 2012 PERSONAL Hamburg 09.–10. Mai 2012
6 Juni	ET: 06.06.2012 AS: 09.05.2012 DU: 15.05.2012	<ul style="list-style-type: none"> • Internationale Personalarbeit • Entsendung • Relocation • Beruf und Familie 	<ul style="list-style-type: none"> • Personalberater • Personaldienstleister 	BPM-Kongress Berlin 14.–15. Juni 2012
7 Juli	ET: 16.07.2012 AS: 22.06.2012 DU: 28.06.2012	<ul style="list-style-type: none"> • Outsourcing • Umstrukturierung • Betriebsübergang • Change Management 	<ul style="list-style-type: none"> • Personaldienstleister • Unternehmensberater 	

Sonderheft 2012	ET: 16.07.2012 AS: 05.06.2012 DU: 13.06.2012	Sonderheft 2012 RECRUITING		
		<ul style="list-style-type: none"> • Recruiting Fach- und Führungskräfte • Personalbeschaffung • Personalvermittlung • E-Recruiting • Social Media • Bewerbermanagement • Jobbörsen 	<ul style="list-style-type: none"> • Unternehmensberater • Personaldienstleister • Online-Jobbörsen • Softwareanbieter 	
8 August	ET: 08.08.2012 AS: 16.07.2012 DU: 20.07.2012	Employer Branding <ul style="list-style-type: none"> • Kommunikation / PR • Social Media • Datenschutz 	<ul style="list-style-type: none"> • Softwareanbieter • Personalberater • Netzwerke, Plattformen 	
9 September	ET: 10.09.2012 AS: 17.08.2012 DU: 23.08.2012	Special: ZUKUNFT PERSONAL 2012		ZUKUNFT PERSONAL Köln 25.–27. September 2012
		<ul style="list-style-type: none"> • Trends in der Personalarbeit • Mobile Computing • Aus- und Weiterbildung • Personaldienstleistungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Softwareanbieter • Personaldienstleister • Akademien, Seminaranbieter • Unternehmensberater 	
10 Oktober	ET: 08.10.2012 AS: 13.09.2012 DU: 19.09.2012	Führungskräfte <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung, Coaching • Organisation • Vergütung • Interimsmanagement 	<ul style="list-style-type: none"> • Trainer, Coaches • Bildungseinrichtungen, Seminaranbieter • Personalberater 	
11 November	ET: 07.11.2012 AS: 15.10.2012 DU: 19.10.2012	Personalcontrolling <ul style="list-style-type: none"> • Performance Management • Benchmarking • Kostenplanung • Low Performer 	<ul style="list-style-type: none"> • Unternehmensberater • Personaldienstleister • Softwareanbieter 	
12 Dezember	ET: 07.12.2012 AS: 17.11.2012 DU: 21.11.2012	Konfliktmanagement <ul style="list-style-type: none"> • Mediation / Schlichtung • Kommunikation • Mobbing 	<ul style="list-style-type: none"> • Unternehmensberater • Mediatoren 	
1 Januar	ET: 07.01.2013 AS: 05.12.2012 DU: 11.12.2012	<ul style="list-style-type: none"> • Neues im Arbeits-, Steuer- und Sozialversicherungsrecht 2013 • Personalplanung • Workforce-Management 	<ul style="list-style-type: none"> • Softwareanbieter • Personalberater • Zeitarbeitsfirmen • Seminaranbieter 	

1 Anzeigenpreise

Format	Breite × Höhe in mm	sw in €	2-farbig in €	4-farbig in €	Format	Breite × Höhe in mm	sw in €	2-farbig in €	4-farbig in €
	185 × 260	2.450	2.860	3.680		185 × 63 (quer)	680	960	1.520
1/1 Seite						42 × 260 hoch			
						90 × 130 (Standard)			
	130 × 185	1.450	1.860	2.680		185 × 45 (quer)	490	770	1.330
Juniorpage						58 × 130 (hoch)			
						90 × 95 (Standard)			
	185 × 130 (quer)	1.265	1.675	2.495		185 × 30 (quer)	390	670	1.230
	90 × 260 (hoch)					42 × 130 (hoch)			
1/2 Seite						90 × 63 (Standard)			
	185 × 85 (quer)	880	1.160	1.720					
	58 × 260 (hoch)								
1/3 Seite									

Millimeterpreis je Spalte: € 3,40 (4-spaltig)
€ 4,50 (3-spaltig)

2 Zuschläge:

Platzierung	4. Umschlagseite	3.880 €
	2. Umschlagseite	3.780 €
	Titelklappe	auf Anfrage

Farbe

(nicht rabattierbar)	
Je Normalfarbe (Eurosкала)	410 €
Zuschlag 4farbig	1.230 €
1/3 Seite und kleiner	280 €
Je Sonderfarbe HKS	750 €
Sonderfarbe Pantone	auf Anfrage

Format

Inselanzeigen	70 % vom 1/1 Grundpreis
angeschnittene Anzeigen	10 % vom 1/1 Grundpreis
bindende Platzierungsvorschriften	10 % vom Grundpreis

3 Rabatte:

Abnahme innerhalb 12 Monaten (Insertionsjahr):

Malstaffel	Mengenstaffel
bei 3 Anzeigen 5 %	2 Seiten 5 %
bei 6 Anzeigen 8 %	4 Seiten 10 %
bei 9 Anzeigen 10 %	6 Seiten 15 %
bei 12 Anzeigen 15 %	8 Seiten 20 %

Auf Farb-/Anschnittzuschläge, Ad Specials und Beilagen sowie Stellenanzeigen kein Nachlass. Kombi-Rabatte bei Crossmedia-Kampagnen auf Anfrage.

4 Rubriken:

Stellengesuche (pro mm und Spalte)	2,75 €
Chiffregbühr	6,00 €

5 Sonderwerbeformen:

Beihefter

2seitig (unbeschnitten: 216 x 307 mm)	2.450 €
4seitig (unbeschnitten: 432 x 307 mm)	4.700 €
(andere Beihefterumfänge auf Anfrage)	

Beilagen (lose eingelegt, nicht rabattierbar)

bis 25 g	$\frac{\%}{100}$ 200 €
bis 50 g	$\frac{\%}{100}$ 240 €
	zzgl. Mehrporto

Aufgeklebte Postkarten, Warenmuster u.a.

(nicht rabattierbar)

Preis (masch. Klebung)	$\frac{\%}{100}$ 62 €
	zzgl. Mehrporto
Preis (manuelle Klebung)	$\frac{\%}{100}$ 130 €
	zzgl. Mehrporto

6 Kontakt:

Udo Magister, Anzeigenleiter
Tel. 030/42151-403
E-Mail: udo.magister@hussberlin.de

7 Zahlungsbedingungen/Bankverbindung:

Commerzbank
Kto-Nr.: 976005901, BLZ 120 400 00
UST-Ident-Nr.: DE 137189299
14 Tage nach der Rechnung netto.

(alle Preise zzgl. MwSt.)

1 Auflagenkontrolle:

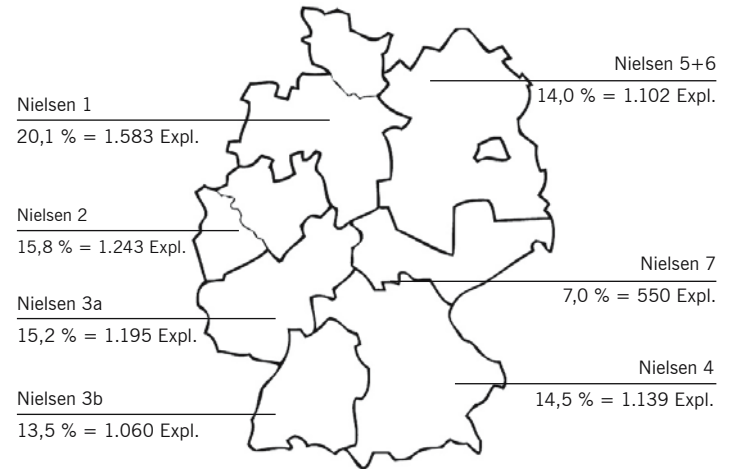
2 Auflagen-Analyse: Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt (1. Juli 2010 bis 30. Juni 2011)

Druckauflage	8.000		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	7.872	davon Ausland	43
Verkaufte Auflage	3.919	davon Ausland	41
Abonnierte Exemplare	3.862	davon Mitgliederstücke	-
Einzelverkauf	-		
Sonstiger Verkauf	57		
Freistücke	3.952		
Rest-, Beleg- und Archivexemplare	129		

3 Geografische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	99,5	7.829
Ausland	5,5	43
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	7.872

3.1 Verbreitung nach Nielsen-gebieten:



Kurzfassung der Erhebungsmethode auf Seite 9.

Beschreibung der Erhebungsmethode zur Verbreitungs-Analyse (AMF-Schema 2, Ziffer 3)

1 Untersuchungsmethode:

Verbreitungs-Analyse durch Dateiauswertung – Total Erhebung

2 Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung

2.1 Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst.

2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei: 49.300

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 45.300
(Wechsel nach jeder Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

• Verkaufte Auflage	3.919
davon: abonnierte Exemplare	3.862
Einzelverkauf	0
sonstiger Verkauf	57
• Freistücke	3.952
davon: ständige Freistücke	81
wechselnde Freistücke	3.775
Werbeexemplare	96
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	7.872
davon: Inland	7.829
davon: Ausland	43

3 Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	7.872	= 100,0 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	96	= 1,3 %
• Einzelverkauf	0	
• sonstiger Verkauf	57	
• Werbeexemplare	96	
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	7.776	= 98,8 %

3.2 Tag der Datei-Auswertung: 30.6.2011

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitungsgebiete wurden auf die tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt gemäß AMF-Ziffer 2 projiziert.

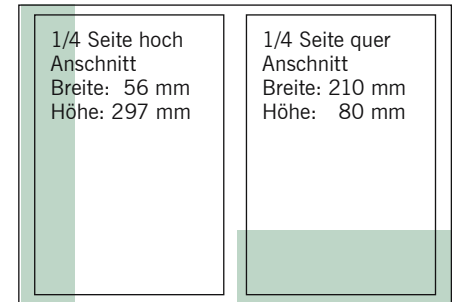
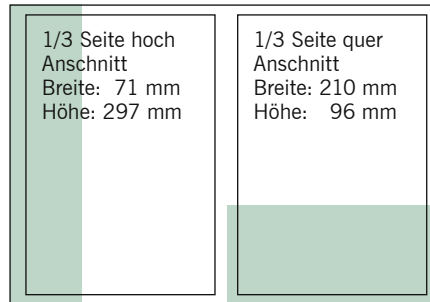
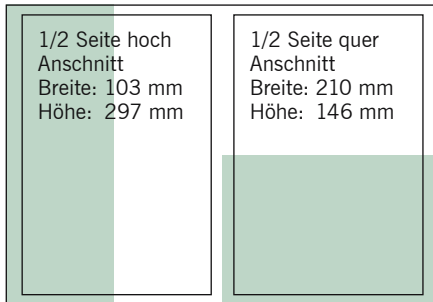
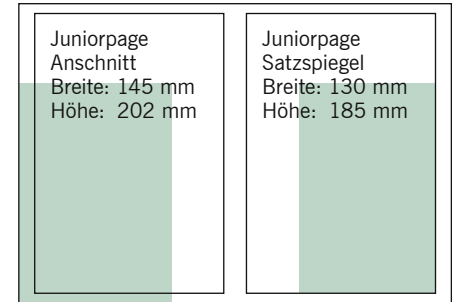
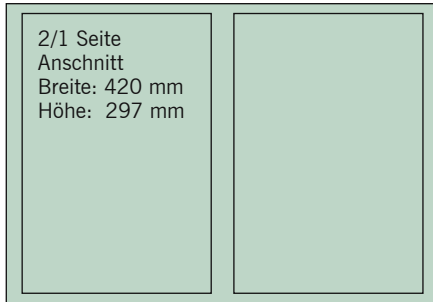
3.4 Zielperson der Untersuchung: –

3.5 Definition des Lesers: –

3.6 Zeitraum der Untersuchung: vom 1.7.2011 – 30.6.2011

3.7 Durchführung der Untersuchung: Verlag

- 1 Zeitschriftenformat:** 210 mm breit × 297 mm hoch, DIN A4
unbeschnitten: 216 mm breit × 303 mm hoch
- Satzspiegel:** 185 mm breit × 260 mm hoch
3 Spalten à 58 mm Breite
- 2 Druck- und Bindeverfahren:** Offsetdruck, Klebebindung
Bevorzugt werden digitale Druckunterlagen verwendet. Die Anfertigung sämtlicher Druckvorlagen, auch digitale Daten, wird berechnet.
- 3 Datenübermittlung:** **FTP:** Ihre FTP-Zugangsdaten erhalten Sie per E-Mail von Ihrem Ansprechpartner in unserem Haus.
E-Mail: Per E-Mail übermittelte Daten dürfen die Größe von 15 MB nicht überschreiten und sollten gepackt sein (zip/sit-Format).
Datenträger: CD-ROM, Daten-DVD
Angaben zum Datenversand: Zusammen mit den Daten werden alle Informationen über Zeitschrift/ Titel, Absender/Firma, Betriebssystem, verwendete Programmversionen, Dateinamen und Farben benötigt.
Auf dem Postweg versendete Daten schicken Sie bitte ebenso an die Anzeigenabteilung.
- 4 Datenformate:** Für den Offsetdruck geeignete, hochaufgelöste Dateien im PDF-Format (pdf 1.3) mit eingebetteten Schriften (PDFX-3- oder PDFX-1a-Standard)
Die Annahme offener Daten ist möglich.
Für offene Daten gilt: Alle verwendeten Schriften und Schriftschnitte, auch in EPS-Files enthaltene, müssen dem Auftrag beigelegt sein.
Bilder und Grafiken müssen im CMYK-Modus zur Verfügung gestellt werden.
- 5 Farben:** Der Druck erfolgt nach der Euroskala im Prozessstandard Offsetdruck (PSO) mit den Grundfarben Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz.
- 6 Proof:** Von jeder Seite wird ein farbverbindliches Proof nach „Medienstandard Druck“ (bvdm) oder je Farbe ein s/w-Ausdruck benötigt mit jeweiliger Angabe der Farbe (EURO-Skala, HKS, Pantone). Farbdrucke vom Farbkopierer sind nicht farbverbindlich für den Druck.
- 7 Datenarchivierung:** Daten werden archiviert, unveränderte Wiederholungen sind deshalb in der Regel möglich. Eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.
- 8 Gewährleistung:** Nur was auf dem Datenträger vorhanden ist, kann verarbeitet werden. Für Abweichungen in Texten, Abbildungen und insbesondere Farben übernimmt der Verlag keine Haftung.
- 9 Kontakt:** Technische Information zum digitalen Datenversand:
Anzeigenabteilung Arbeit und Arbeitsrecht,
Am Friedrichshain 22, 10407 Berlin
Telefon: 030 42151-238, Fax: 030 42151-300
E-Mail: aua.anzeigen@hussberlin.de
- Programme:** QuarkXpress, InDesign, Illustrator, Photoshop.
Daten aus anderen Programmen nur auf Anfrage.



Alle Anschnittformate zuzüglich 3 mm Beschnittzugabe je Schnittkante.



Titelklappe:

beidseitig bedruckt

Format: 105 mm × 297mm

4.200 €



Banderole:

einseitig bedruckt

Format: 100 mm × 470 mm

3.200 €

Format: 150 mm × 470 mm

4.000 €



Klappe an Titel- und/oder Rückseite:

Format Titel:
206 mm × 297 mm

Format Klappe:
201 mm × 297 mm

Preise auf Anfrage

Alle Formate zuzüglich 3 mm Beschnittzugabe je Schnittkante.

Weitere Sonderformate sowie Werbemöglichkeiten auf Anfrage.

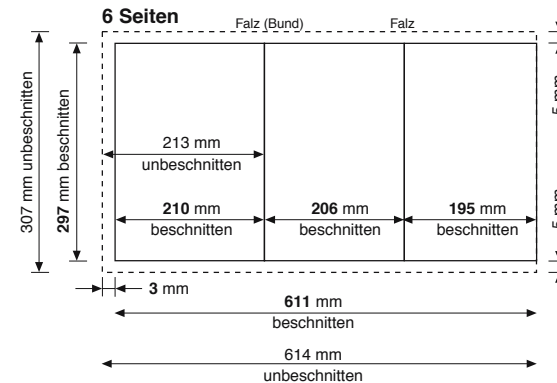
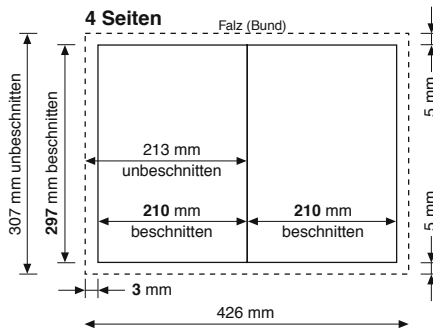
13 Beihefter:

Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters, mit Größen und Gewichtsangaben erforderlich. Beihefter dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungtreibenden werden. Sie müssen den Postbestimmungen entsprechend so gestaltet sein, dass sie nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können. Die Platzierung ist abhängig von den technischen Möglichkeiten.

Formate:

- 1 Blatt (= 2 Seiten) unbeschnitten 213 mm breit × 307 mm hoch
- 2 Blatt (= 4 Seiten) unbeschnitten 426 mm breit × 307 mm hoch
- 3 Blatt (= 6 Seiten) unbeschnitten 614 mm breit × 307 mm hoch
- 4 Blatt (= 8 Seiten) = 2 × 2 Blatt

Beschnittschema:



Die Zeitschrift Arbeit und Arbeitsrecht ist geheftet.

Technische Angaben:

Beihefter sind unbeschnitten anzuliefern, mehrblättrige Beihefter müssen gefalzt angeliefert werden. Die Vorderseite des Beihefters ist zu kennzeichnen. Beihefter müssen in der Art und Ausführung so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Aufbereitung und Bearbeitung entfällt. Erschwernisse und zusätzliche Falz- und Klebearbeiten werden gesondert berechnet.

Benötigte Liefermenge:

8.100 Exemplare incl. Zuschuss

Anlieferungstermin:

Bis spätestens 10 Arbeitstage vor Erscheinen des betreffenden Heftes



- Beilagen:** Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters mit Größen- und Gewichtsangabe bis spätestens Anzeigenschluss der jeweiligen Ausgabe erforderlich. Beilagen dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungtreibenden werben. Sie müssen den Postbestimmungen entsprechend so gestaltet sein, dass sie nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können. Die Platzierung von Beilagen erfolgt den technischen Möglichkeiten entsprechend.
- Beilagenhinweis:** Ein Beilagenhinweis wird kostenlos im Anzeigenteil aufgenommen.
- Benötigte Auflage:** 8.100 Exemplare einschl. Zuschuss
- Anliefertermin:** Bitte 10 Arbeitstage vor Erscheinen des betreffenden Heftes.
- Format:** Maximal 205 mm breit × 290 mm hoch
- Technische Angaben:** Beilagen müssen so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Bearbeitung entfällt. Erschwernisse und zusätzliche Arbeiten (z.B. Falzen) werden gesondert in Rechnung gestellt. Beilagen, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters und vorheriger Zustimmung des Verlages und der Post angenommen werden.
- Aufgeklebte Postkarten:** Aufgeklebte Postkarten (Mindestpapiergewicht 150 g/m²) und Warenmuster auf Einheftern oder ganzseitigen Anzeigen müssen zusätzlich als Beilagen berechnet werden.

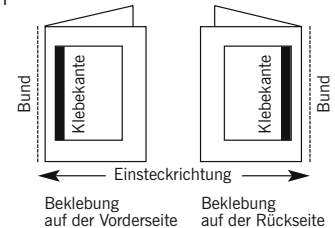
Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage des Anzeigenmotivs mit aufgeklebter Postkarte (Standmuster), notfalls eines Blindmusters, erforderlich. Warenmuster können nur nach vorher vom Verlag einzuholender Zustimmung der Post (gegen Vorlage eines verbindlichen Musters) angenommen werden.

Formate: Für aufgeklebte Postkarten gelten die Postvorschriften. Maximalgröße für aufgeklebte Warenmuster: 25 cm², Maximallänge einer Kante: 6 cm

Benötigte Liefermenge: 8.100 Exemplare einschl. Zuschuss

Anlieferungstermin: Bis spätestens 10 Arbeitstage vor Erscheinen des betreffenden Heftes.

Technische Angaben: Bei aufgeklebten Postkarten sollten die Klebekanten in Bundrichtung liegen



Versandanschrift: Bavaria-Druck GmbH
Joseph-Dollinger-Bogen 5
80807 München

Liefervermerk: Für Arbeit und Arbeitsrecht Nr. X/2012,
Name des Kunden, Bezeichnung der Drucksache,
Auflagenhöhe, Lieferanzahl der Paletten/Pakete

- 1 **Web-Adresse:** www.arbeit-und-arbeitsrecht.de
 - 2 **Kurzcharakteristik:** Monatsschrift für das Personal-Management
 - 3 **Zielgruppe:** Personalleiter und -referenten, Geschäftsführer, Personalsachbearbeiter, Richter und Rechtsanwälte, Arbeitgeberverbände und Gewerkschaften, Mitglieder von Betriebs- und Personalräten
 - 4 **Verlag:** HUSS-MEDIEN GmbH
10400 Berlin · Deutschland
Hausanschrift:
Am Friedrichshain 22
10407 Berlin
- Ansprechpartner** Volker Hassel, Chefredakteur
Redaktion: E-Mail: volker.hassel@hussberlin.de
Tel.: 030 42151-434
- Ansprechpartner** Udo Magister, Anzeigenleiter
Online Werbung: E-Mail: udo.magister@hussberlin.de
Tel.: 030 42151-403

The screenshot shows the homepage of the website 'Arbeit und Arbeitsrecht'. At the top, there is a banner with the text 'Vorsprung durch Wissen - Erläutern Sie mehr' and a photo of a group of people. Below the banner, the website's logo and tagline 'Die Zeitschrift für das Personal-Management' are visible. The main content area is divided into several sections:

- Aktuell:** A sidebar menu with links for Schlagzeilen, Urteilslinker, Newsletter, Das Heft, Seminare, AUA-Club, Praxis-Bibliothek, Mediaservice, and Service.
- Meldungen:** A list of news items. The top item is dated 9. September 2011 and titled 'Wiederverheiratung des Chefarztes einer katholischen Klinik'. The text below it discusses a priest's return to work after a suspension. Other items include 'Zwangsgeld: Zeugnisse müssen auch nach Betriebsaufgabe ausgestellt werden' (dated 1. September 2011) and 'Kursnet ist beste Weiterbildungsdatenbank' (dated 12. September 2011).
- Suchen:** A search bar with a magnifying glass icon.
- Benutzeranmeldung:** A login section with fields for 'Benutzername' and 'Passwort', and a 'Anmelden' button.
- Cartoon-Kalender Human Resources:** A section for a calendar of HR-related cartoons.
- Stellenmarkt Jobware:** A job advertisement section with a 'Personenfinden' dropdown menu and a 'Milewort' field.
- Besuchen Sie auch den:** A section with a 'shop huss' logo.

1 Preise und Werbeformen:

Werbeform	Platzierung	Format/Größe in Pixel	Datenvolumen bis	Preis pro 1.000 Pl's in €
Fullsize-Banner	Horizontal, i. d. R. über dem Kopfbereich der Website	468 × 60	40 KB	45,00 €
Halfsize-Banner		234 × 60	40 KB	35,00 €
Superbanner		728 × 90	40 KB	100,00 €
Skyscraper	Vertikal, i. d. R. am rechten Rand der Website	120 × 600	40 KB	70,00 €
Halfskyscraper		120 × 300	40 KB	50,00 €
Wideskyscraper		160 × 600	40 KB	70,00 €
Wallpaper	Kombination aus Skyscraper und Fullsize-Banner	468 × 60 + 120 × 600	40 KB	105,00 €
Rectangle	Seitenintegriert, i. d. R. in der linken Randspalte	180 × 150	40 KB	50,00 €
Textanzeige	Anzeige in Textform in Website implementiert	max. 350 Zeichen	40 KB	auf Anfrage

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

- 2 Rubriken:**
- Gesamte Homepage im Rotationsverfahren mit 3 weiteren oder exklusiv
 - ausgewählte Unterseiten

3 Zahlungsbedingungen/Bankverbindung:

Commerzbank
 Kto-Nr.: 976005901, BLZ 120 400 00
 UST-Ident-Nr.: DE 137189299
 14 Tage nach der Rechnung netto.

(alle Preise zzgl. Mwst.)

- 1 Dateiformate:** GIF, JPG, PNG max. 40 KB
HTML; FLASH max. 40 KB
3rd Party Stream max. 40 KB
Javascript max. 40 KB
- Dauer der Animation max. 15 s
- 2 Lieferadresse:** Bitte senden Sie die Werbemittel für Ihre Kampagne an folgende E-Mail-Adresse
simone.ritter@hussberlin.de
- 3 Lieferfrist:** 3 Tage vor Kampagnenbeginn
- Mit diesen Vorlaufzeiten haben wir gemeinsam ausreichend Zeit, die Formate zu testen und eine sichere Auslieferung der Kampagne zu gewährleisten. Verzögerungen durch verspätete Anlieferungen gehen ansonsten nicht zu unseren Lasten.
- Bei Anlieferung benötigen wir die erforderlichen Meta-Informationen:
- Kundename
 - Kampagnenname
 - Buchungszeitraum
 - Belegte Seite
 - Platzierung auf der Site
 - Werbeformat
 - Ansprechpartner für Rückfragen
 - Motivname (optional)
 - Klick-URL
 - Alt-Text (optional)

Bei Flash-Versionen:

- Angabe der Flashversion
- Information über Actionscripte
- integriertes ClickTag
- GIF oder JPG als Fallback im Format der gebuchten Werbeform für User, die kein Flash installiert haben
- Sniffer Code (falls vorhanden)

Drittanbieter:

- Javascript/Iframe-Redirect
- Angabe der Flashversion
- Kompatibilitätsinformation (Browser, Betriebssystem)
- Informationen zu Aufrufparametern/-variablen für:
 - Vermeidung von Caching (Timestamp)
 - 3rd-Party-Klicktracking

Reporting:

Sie erhalten auf Wunsch eine Auswertung der Ad-Impressions und Ad-Clicks.

Ansprechpartner:

Udo Magister, Anzeigenleiter
E-Mail: udo.magister@hussberlin.de
Tel.: 03042151-403

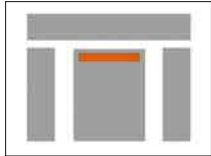
Bannerformate:



Fullsize-Banner und Halfsize-Banner (horizontal):

Platzierung: über dem Header, gesamte Website mit höchstens 3 weiteren Bannern

Format/Größe: 468 × 60 Pixel
Datenvolumen bis: 40 KB



Platzierung: über dem Content, gesamte Website

Format/Größe: 468 × 60 Pixel
Datenvolumen bis: 40 KB



Platzierung: über dem Header, gesamte Website mit höchstens 3 weiteren Bannern

Format/Größe: 234 × 60 Pixel
Datenvolumen bis: 40 KB



Superbanner (horizontal):

Platzierung: über dem Header, gesamte Website mit höchstens 3 weiteren Bannern

Format/Größe: 728 × 90 Pixel
Datenvolumen bis: 40 KB



Skyscraper, Wide-Skyscraper und Halfsize-Skyscraper (vertikal):

Platzierung: rechts von der Website, gesamte Website mit höchstens 3 weiteren Bannern

Format/Größe: 120 × 600
Datenvolumen bis: 40 KB



Platzierung: rechts von der Website, gesamte Website mit höchstens 3 weiteren Bannern

Format/Größe: 160 × 600
Datenvolumen bis: 40 KB



Platzierung: rechts von der Website, gesamte Website mit höchstens 3 weiteren Bannern

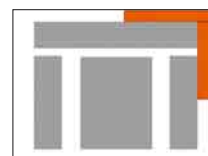
Format/Größe: 120 × 300
Datenvolumen bis: 40 KB



Rectangle:

Platzierung: gesamte Website, vereinzelte Unterseiten (Rubrikseite)

Format/Größe: 180 × 150 Pixel
Datenvolumen bis: 40 KB



Wallpaper, Big-Wallpaper:

Platzierung: gesamte Website, im Rotationsverfahren mit höchstens 3 weiteren Bannern
Format/Größe: 728 × 90 Pixel + 160 × 600 Pixel
468 × 60 Pixel + 120 × 600 Pixel
Datenvolumen bis: 40 KB

- 1 **Name:** Arbeit und Arbeitsrecht Newsletter
- Fullsize-Banner** im News-Teil 468 × 60 Pixel
Text-Banner im News-Teil 300 Zeichen
Rectangle Banner im Service-Teil 180 × 150 Pixel
- 2 **Kurzcharakteristik:** Der innovative Newsletter erscheint monatlich zu aktuellen Themen, beleuchtet Trends und ruft zu Diskussionen über Fakten auf, sowie zu speziellen Informationen, Messen und Events runden das Angebot ab.
- 3 **Zielgruppe:** Der Newsletter erreicht Abonnenten, die an News und Produkten aus dem Fachgebiet interessiert sind. Die Abonnenten kommen aus dem Personalwesen. Alle Empfänger des Newsletter haben über das so genannte „double opt-in“ Verfahren Ihr Einverständnis zum Erhalt von Mailings gegeben.
- 4 **Erscheinungsweise:** monatlich
- 5 **Verlag:** HUSS-MEDIEN GmbH
- Ansprechpartner** Volker Hassel, Chefredakteur
Redaktion: E-Mail: volker.hassel@hussberlin.de
 Tel.: 030 42151-434
- Stefanie Kirschner, Redakteurin
 E-Mail: stefanie.kirschner@hussberlin.de
 Tel.: 030 42151-410
- Anzeigen:** Udo Magister, Anzeigenleiter
 E-Mail: udo.magister@hussberlin.de
 Tel.: 030 42151-403

Arbeit und Arbeitsrecht
 Die Zeitschrift für das Personal-Management

NEWSLETTER

AUSGABE 9/11
 ARTIKELLES HEFT

Liebe Leserrinnen, liebe Leser,

die Sommerferien sind – in den meisten Bundesländern – seit einigen Tagen vorbei. Und da sich der Sommer sowieso kaum blicken lässt, kann man sich wieder voll und ganz auf die Arbeit konzentrieren – was mithilfe der modernen Technik immer effektiver wird. Nach den Erfolgen von iPad und iPad2 vervierfacht sich die Zahl der weltweit verkauften Tablets nach Einschätzung von Experten bis 2012 auf 70,8 Millionen. Die Geräte finden bislang noch ganz überwiegend private Verwendung, was kein Wunder ist, da der „Hype“ durch Apples iPhone und seine Anwendungen („Apps“) ausgelöst wurde. Mittlerweile gibt es eine ganze Reihe weiterer Smartphones und auch bei den kleinen Tragbarem ist Apple nicht mehr allein am Markt. Wie wird sich dieses Segment weiterentwickeln?

Hier kommt unsere aktuelle Umfrage ins Spiel: Wir möchten von Ihnen gerne wissen, ob Sie Apps auch geschäftlich verwenden (wollen). Als Dank für die Teilnahme an unserer kleinen Befragung verlieren wir unter allen Teilnehmern jaw 50 Bücher aus unserer Praxis-Bibliothek: „Arbeits-Handbuch Personal“, „Entgeltfindung - Entgeltgestaltung“ und „Latein im Recht“. Den Fragebogen können Sie [hier](#) herunterladen.

Gernie können Sie den Bogen auch direkt bei uns abgeben. Treffen Sie die AuA-Redaktion auf der „Zukunft Personal“ vom 20. bis 22.9.2011 in Köln: Halle 2.1, Stand C.03. Und wenn Sie schon einmal da sind, besuchen Sie auch unsere Podiumsdiskussion zur Zukunft der Zeitarbeit am 21.9. um 10.15 Uhr am Forum 4 (Halle 2.1). Oder wir sehen uns auf einer unserer Tagungen in Berlin und München (s. u.).

Besten Dank fürs Mitmachen, viel Glück bei der Verlosung und bis bald!
 Ihr

Volker Hassel

Volker Hassel
 Chefredakteur

Aktuelle AuA-Tagungen:

15. September 2011 – Tagesseminar in Berlin:
 Herausforderung Alter
 Praktische Lösungen im Spannungsfeld zwischen Demografie und Diskriminierung
 Weitere Informationen...

Inhaltsverzeichnis
 Probierheft- und Abo-Bestellung
HR-MÄCHSTEN IM FT
 HR-Software
 Personal findet und binden heißt die Devise in den HR-Abteilungen. Moderne Software bietet dazu Unterstützung bei Recruiting, Mobile Computing, Self Services, etc.
Aufhebungsverträge
 Wer gibt es, sündliche Absprachen klar zu formulieren, um spätere Streitigkeiten zu vermeiden. Die Autoren geben viele Fallformulierungen und Praxisbeispiele.
Sparsamkeit
 Sie ist ein typisches Modellthema in Unternehmen. Hier kann HR über die üblichen Themen hinaus Verantwortung übernehmen und sich für weitere Aufgaben empfehlen.
 Lesen Sie mehr ...

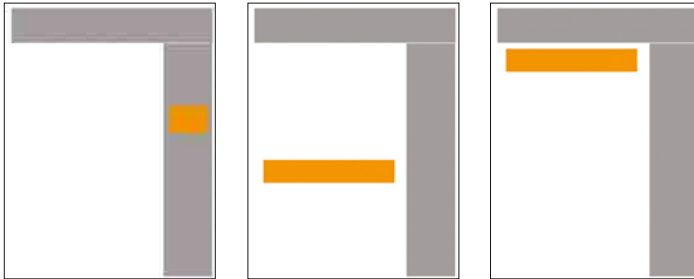
TERMINE UND SEMINARE

Zukunft Personal vom 20.9. bis 22.9.2011 in Köln
 Seminare für Praktiker in Berlin:
 Die einseitige Änderung von Arbeitsbedingungen
 Schwerbehinderte Menschen im Arbeitsleben

1 Preise und Werbeformen:

Werbeform	Platzierung	Format/Größe in Pixel	Datenvolumen bis	Preis je Newsletter in €
Fullsize-Banner	Horizontal, über dem Eingangstext	468 × 60	40 KB	200,00 €
Rectangle	Seitenintegriert, in der rechten Spalte	180 × 150	40 KB	120,00 €
Textanzeige	Anzeige in Textform in Newsletter implementiert	max. 500 Zeichen	40 KB	300,00 €

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt. Agentur-Provision: 15% vom Kunden-Netto.



- 2 Rabatte:** Abnahme innerhalb 12 Monaten (Insertionsjahr):
 Malstaffel
 bei 3 Schaltungen 5 %
 bei 6 Schaltungen 8 %
 bei 9 Schaltungen 10 %
 bei 12 Schaltungen 12 %

- 3 Zahlungsbedingungen/Bankverbindung:**
 Commerzbank
 Kto-Nr.: 976005901, BLZ 120 400 00
 UST-Ident-Nr.: DE 137189299
 14 Tage nach der Rechnung netto.

(alle Preise zzgl. Mwst.)

- 1 Dateiformate:** GIF, JPG, PNG 468 × 60 40 KB
180 × 150 40 KB
HTML (Text und JPG) max. 500 Zeichen
- 2 Newsletterformat:** HTML und Text
- 3 Lieferadresse:** Bitte senden Sie die Werbemittel für Ihre Kampagne an folgende E-Mail-Adresse:
simone.ritter@hussberlin.de
- 3 Lieferfrist:** 3 Tage vor Kampagnenbeginn
- Mit diesen Vorlaufzeiten haben wir gemeinsam ausreichend Zeit, die Formate zu testen und eine sichere Auslieferung der Kampagne zu gewährleisten. Verzögerungen durch verspätete Anlieferungen gehen ansonsten nicht zu unseren Lasten.
- Bei Anlieferung benötigen wir die erforderlichen Meta-Informationen:
- Kundenname
 - Kampagnenname
 - Buchungszeitraum
 - Belegte Seite
 - Platzierung auf der Site
 - Werbeformat
 - Ansprechpartner für Rückfragen
 - Motivname (optional)
 - Klick-URL
 - Alt-Text (optional)
- Hinweis zu Werbemitteln im gif-Format:
Outlook 2007 und 2010 zeigen nur den ersten Frame ohne Animation an. Daher ist eine identische Gestaltung des ersten und letzten Frames empfehlenswert.
- 4 Ansprechpartner:** Simone Ritter, Anzeigendisposition
E-Mail: simone.ritter@hussberlin.de
Tel.: 030 42151-238

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen, Fremdbeilagen und Online-Werbung

1. Anzeigenauftrag im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung von Anzeigen und Fremdbeilagen in einer Druckausgabe sowie über Online-Werbung zum Zweck der Werbung. Ein Abschluss erfolgt unter Beachtung der gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte.
2. Anzeigen und Fremdbeilagen sind im Zweifelsfall zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Im Fall eines Abschlusses des Anzeiges zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen in den vertraglich vereinbarten Konditionen bzw. nach Preisliste abzurufen.
4. Online-Werbung (z.B. Homepage, Newsletter etc.) bestimmt sich nach dem gebuchten Zeitraum. Der Auftraggeber hat während der gesamten Laufzeit des Vertrages die Webseiten bzw. Dokumente, auf die von der Online-Werbung verlinkt werden soll, aufrecht zu erhalten. Vorbehaltlich entgegenstehender Individualvereinbarungen sind die vom Bannerstempel und Verlags genannten Werte bei den Visits und Page Impressions maßgeblich.
5. Wird ein Auftrag, insbesondere ein Serienauftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeachtet etwaiger weiterer Rechtsfragen, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höhere Gewalt im Risikobereich des Verlags besteht. Das Vorliegen von bereits gebuchten Anzeigen- und Belagenaufträgen ist bis 20 Tage vor dem jeweiligen Anzeigenschluss in schriftlicher Form möglich. Danach fallen Stornogebühren in Höhe von 50 % des Anzeigenbruttopreises an. Kündigungen und Rücktritte, die nach dem Anzeigenschluss eingehen, werden frühestens für die übernächste Ausgabe wirksam.
6. Bei der Errechnung der Abschlagsraten werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
7. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckausgabe und im Internet platziert 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. Ansonsten wird der für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern, Ausgaben oder Plätzen keine Gewähr übernommen. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
8. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ oder „Promotion“ kenntlich gemacht. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen – auch einzelne Abende im Rahmen eines Abschlusses – und Belagien sowie Online-Werbung gegenüber Inhalts-, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlags abzuwehren, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist (z.B. wenn Anzeigen Werbung Dritter oder für Dritte enthalten – sog. „Verbundwerbung“). Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Belagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Muster- und Beleg- und Billigung bildend, und nur auf Grundlage der Form und Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandes bildend. Ein Bestandes- und Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird der Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Azeptiert der Verlag ausdrücklich eine Verbundwerbung, ist er zur Erhebung eines Verbundaufschlages berechtigt.
10. Für die rechtzeitige und einwandfreie Lieferung des Anzeigentextes in Druckunterlagen, Belagien sowie in der der Online-Werbung ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungelegene oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet eine übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckverfahren gegebenen Möglichkeiten.
11. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckunterlagen rechtzeitiger Reklamation Anspruch auf Zulassungsminderung oder eine Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Hinsichtlich der Lage des Verlags eine hierauf gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zulassungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige ist die Rückgängigmachung ausgeschlossen.
- 12.a) Zur Haftung, gleich aus welchem Rechtsgrund einschließlich unerlaubter Handlungen, ist der Verlag nur verpflichtet, soweit Schäden (1) durch schuldhaftes Verletzung eines vertragsgewässentlichen Pflicht (Kardinalpflicht) durch den Verlag in eine das Erreichen des Vertragszwecks gefährdende Weise verursacht werden oder (2) auf grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz von dem Verlag zurückzuführen sind.
- b) Haftung der Verlag gem. Ziffer a) (1) für die Verletzung einer vertragsgewässentlichen Pflicht, ohne dass ihm grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz zur Last fallen, ist die Haftung von dem Verlag ausgeschlossen.
- c) Haftung der Verlag gem. Ziffer a) (1) oder (2) für grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz von Mitarbeitern, die nicht Organe oder leitende Angestellte des Verlags sind, ist die Haftung des Verlags ebenfalls auf die vereinbarten Anzeigenpreise begrenzt.
- d) Für mittelbare Schäden, Vermögensgeschäden oder entgangenen Gewinn haftet der Verlag nicht, sofern diese nicht auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit von Organen oder leitenden Angestellten zurückzuführen sind.
- e) Jede Haftung von dem Verlag ist auf solche typischen Schäden beschränkt, mit denen Eintritt der Verlag nach den ihm bei Vertragsabschluss bekannten Umständen vernünftigerweise rechnen konnte.
13. Der Ausschluss oder die Begrenzung von Ansprüchen gem. den vorstehenden Ziffern a) bis e) schließt Ansprüche gegen Mitarbeiter und Beauftragte des Verlags ein.
f) Fälle höherer Gewaltmaßnahmen, Beschlagnahmen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung oder Betriebsstörungen entbinden den Verlag von der Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz.
g) Die Gewährleistung für Online-Werbung ist auf solche Fehler in der Wiedergabe beschränkt, die im Risikobereich und der Einflussphäre des Verlags begründet sind. Sie ist ausgeschlossen für unwesentliche Fehler, z.B. wenn der Fehler den Zweck der Online-Werbung nicht wesentlich beeinträchtigt. Dem Auftraggeber ist bekannt, dass es nach der Natur des Online-Werbes nicht möglich ist, jeder unwesentlichen Fehler des Verlags mehr als 10 % der gebuchten Zeit und länger als 24 Stunden innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der Schaltung aus, hat der Auftraggeber Anspruch auf Nachlieferung der ausgefallenen Medielaufzeit. Weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen.
h) Der Verlag gewährleistet die drucktechnische Wiedergabe der Anzeige. Reklamationen offensichtlicher Mängel muss der Auftraggeber innerhalb von 4 Wochen nach Veröffentlichung schriftlich erheben. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn schriftlich geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf Vorsatz beruhen.
14. Der Verlag haftet für Fehler bei der Reproduktion oder beim Druck. Der Werbungsleiter hat dann bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Die eventuell entstehenden Mehrkosten z.B. zur Nachbesserung der Druckunterlagen oder für Massenschnittstand müssen weiterberechnet werden.
15. Probebezüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probebezüge. Der Verlag berücksichtigt die Fallunterschiede, die ihm erkennbar bei der Übermittlung der Probebezüge gesetzt sind mitgeteilt werden. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probebezug nicht innerhalb der gesetzten Frist zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
16. Sind keine besonderen Größenwünsche gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Brechung zugrunde gelegt.
17. Die Rechnung ist innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungslegung zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.
18. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden die gesetzlichen Zinsen, im kaufmännischen Geschäftsverkehr in Höhe von 8 % über dem Basiszinssatz der Europäischen Zentralbank ab Fälligkeit des Rechnungsbetrages, sowie Mahnkosten in Höhe von EUR 7,50 pro Mahnung 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, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlensystem von der Vorauszahlung des Betrags und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsabträge abhängig zu machen.
19. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Können ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und die Anzahl der Anzeigen.
 20. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstücke, Filme, Lithos, Maten, Zeichnungen etc. sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
21. Aus einer Auftragsänderung resultiert ein Abschluss über mehrere Ausgaben oder Aufträge auf Preisbindung hergestellt werden, wenn die in der Preisliste garantierte verkaufte Auflage im Gesamtdurchschnitt des vergangenen Insetionsjahres i. IVW-Meldungen um 30 % unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisänderungen- und Schadenersatzansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte. Änderungen des Heftumfangs behält sich der Verlag vor, ohne dass hieraus der Auftraggeber Ansprüche herleiten kann.
 22. Bei Differenzangevender der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Er übernimmt darüber hinaus keine Haftung, Einschreibebriefe und Elektrise auf Ziffernangaben nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernangaben werden vier Wochen aufbewahrt. Zusätzlich, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen werden dem Auftraggeber zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die Ausschaltung von Missbrauch zu Ausschaltung von Missbrauch des Ziffernetzes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.
 23. Druckunterlagen nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen für den Zeitraum des Auftrages. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Sitz des Verlags, soweit hierüber eine Vereinbarung gesetzlich zulässig ist. Auf den Verlag findet deutsches Recht Anwendung.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlags

- a) Die allgemeinen und unsere zusätzlichen Geschäftsbedingungen, die Auftragsbestätigung und die jeweils gültige Preisliste sind für jeden Auftrag maßgebend. Der erteilte Auftragsauftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich. Abweichende Geschäftsbedingungen werden erst gültig durch schriftliche Bestätigung des Verlags.
b) Bei Änderungen der Anzeigenpreissetzen die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge – sofern keine anderslautende schriftliche Vereinbarung getroffen wurde – mit dem neuen Tarif in Kraft. Der Verlag behält sich das Recht vor, Änderungen in Vertragsbelagien, Sonderveröffentlichungen und Kollektiven sowie die Online-Werbung Sonderpreise festzusetzen. Anzeigenschlussstermine sind für den Verlag unverbindlich. Eine Anpassung an den Produktionsverlauf ist möglich.
c) Die Werbungsstellen und Werbegüterangaben sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungsstreibern an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Mitteilungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz teilweise weitergegeben werden.
d) Bei Auftragsberwerbungen, die zum ersten Mal mit dem Verlag in Geschäftsverbindung treten, kann Vorauskasse bis zum Anzeigenschlussstermin verlangt werden.
e) Bei Druckvorgängen, die zusätzliche Satz-, Film-, Lithokosten etc. verursachen, werden diese in Rechnung gestellt. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen und Belichtungsdateien nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Gewährleistungsansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist. Bei Überschreitung der im Terminplan festgelegten Daten für die Übersendung der Druckunterlagen kann keine Gewähr für eine einwandfreie Druckwiedergabe übernommen werden.
f) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des Anzeigentextes/Bildmotivs und der Online-Werbung. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter frei, die in diesem Zusammenhang etwa geltend gemacht werden (inklusive der Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung), auch wenn der Auftrag stimmt sein sollte. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Insetent, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegenpartei, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeigen bezieht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigen tariffs. Erscheinen nicht rechtzeitig silierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keine Ansprüche gegen den Verlag zu.
g) Der Auftraggeber ist verpflichtet die Nutzung der Online-Werbung über den Online-Medien All Art (inkl. Internet) erforderlicher unberechtigten Nutzungs- und sonstigen Rechte, insbesondere zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich, inhaltlich und örtlich unbeschränkt in dem für die Durchführung der Anzeige notwendigen Umfang.
h) Anzeigenaufträge können nach Anzeigenschluss grundsätzlich nur aus wichtigem Grund gekündigt werden. Die Kündigung muss schriftlich erfolgen. Textauf und E-Mail geringen. Der Auftraggeber hat mindestens die entstandenen Satzkosten zu bezahlen.
i) Sind etwaige Mängel an gelieferten Drucksachen, wie Befehler, Beileger etc. nicht sofort, sondern erst bei der Verarbeitung erkennbar, so hat der Werbungsstreibe dadurch entstehende Mehrkosten oder Verluste bei der Herstellung zu tragen.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen für die digitale Übermittlung von Druckunterlagen für Anzeigen

- a) Digitale Druckunterlagen sind solche, welche per Datenträger (z.B. Disketten, Cartridges, CD/DVDs), direkt oder indirekt per Fernübertragung (z.B. ISDN, E-Mail, FTP) an den Verlag papierlos übermittelt werden.
- b) Unwesentliche Druckfehler, wie z.B. unvollständige Schriften, geringe Bildqualität etc.), die sich auf eine Abweichung des Auftraggebers von den Empfehlungen des Verlags zur Erstellung von Druckunterlagen zurückführen lassen, führen zu keinem Anspruch auf Preisbindung oder Schadenersatz.
- c) Bei digitaler Übermittlung von mehreren zusammengehörenden Dateien hat der Auftraggeber dafür Sorge zu tragen, dass diese Dateien innerhalb eines gemeinsamen Verzeichnisses (Ordner) gesendet bzw. gespeichert werden. Für die Übertragung von digital übermittelten Druckunterlagen dürfen nur geschlossene Dateien verwendet werden, also solche Dateien, an denen der Verlag inhaltlich keine Möglichkeit der Veränderung hat. Offene Dateien (z.B. Dateien, die unter InDesign, QuarkXPress, Corel Draw, Freshpad usw. gespeichert wurden) kann der Verlag ablehnen. Der Verlag kann bei offenen Dateien für die inhaltliche Richtigkeit nicht in Anspruch genommen werden. Online-Werbung darf nur in geeigneten Dateiformaten mitgeteilt werden. Die Vorgaben des Verlags sind zu beachten.
- d) Digital übermittelte Druckunterlagen für Farbanzeigen können nur auf einem auf Papier gelieferten Farb-Proof zuverlässig verarbeitet werden. Digital erstellte Druckdrucke müssen zur Kontrolle der Farberblichkeit den FOSTA/LGRA-Medienkoll in der aktuellen Version enthalten. Andrucke müssen einen offiziellen Druckkontrollstempel aufweisen. Ohne Farb-Proof sind Farbbeziehungen unvermeidbar, die keinen Anspruch auf Preisbindung oder Schadenersatz auslösen können. In jedem Fall ist ein Ausdruck per Fax an den Verlag zu senden, um die sachliche Richtigkeit überprüfen zu können. Ein Korrekturfux muss vom Auftraggeber schriftlich angefordert werden. Nur bei richtiger Farbanpassung ist eine farblich richtige Umsetzung in üblichen Toleranzen gewährleistet.
- e) Werden digital übermittelte Druckunterlagen per Datenträger an den Verlag übermittelt, werden diese nur auf besonderen Wunsch an den Auftraggeber gegen eine pauschale Versandgebühr von EUR 2,50 zurückgeschickt.
- f) Der Auftraggeber hat vor einer digitalen Übermittlung von Druckunterlagen dafür Sorge zu tragen, dass die übermittelten Dateien frei von evtl. Computerviren, Malware und sonstigen Schadprogrammen sind. Die übermittelten Daten Computerdateien, die über das Internet übertragen werden, überträgt der Auftraggeber hieraus Ansprüche geltend machen kann. Der Verlag behält sich zudem vor, den Auftraggeber auf Schadenersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Auftraggeber mitlieferten Computerdaten dem Verlag Schaden entstanden sind.
- g) Der Verlag ist nicht verpflichtet, die Druckunterlagen auf Vollständigkeit und Richtigkeit zu überprüfen. Der Verlag haftet nicht für Übertragungsefehler.

huss

HUSS-MEDIEN GmbH

10400 Berlin

Tel. 030 42151-403

Fax 030 42151-300

www.arbeit-und-arbeitsrecht.de



Weitere Fach- und Sonderpublikationen