

wasserwirtschaft wassertechnik

wwt

huss
HUSS-MEDIEN GmbH
10400 Berlin
A11195
www-wwt-online.de

Das Praxismagazin für das Trink- und Abwassermanagement



**Abwasser
& Energie:**

Online-
Messtechnik
optimiert
Kläranlagen

Seite 8

Masterplan Spree

Zwischen Hoch-
und Niedrigwasser

Seite 6

Umfrage

Zustand der
Kanalisation 2009

Seite 37

Hausanschlüsse

Wer soll das
bezahlen?

Seite 44

 **WASSER BERLIN
INTERNATIONAL 2011**
www.wbi-berlin.de Halle 2.2 Stand 202 b

**MIT 25 SEITEN
SPECIAL
MESSTECHNIK**

huss
HUSS-MEDIEN GmbH
10400 Berlin
Tel. 030 42151-380
Fax 030 42151-214
www.wwt-online.de



Preisliste Nr. 20
gültig ab 01.01.2012

Media-Informationen 2012

Fachzeitschrift:

- 1 Titel-Porträt
- T Termin- und Themenplan
- P Preisliste
- 2 Auflagen- und Verbreitungs-Analyse
- F Formate und technische Angaben
- Adressen für Fachleute

Website:

- 1 Porträt
- P Preise/Werbeformen
- F Formate und technische Angaben

Newsletter:

- 1 Porträt
- P Preise/Werbeformen
- F Formate und technische Angaben

- Seite 3
- Seite 4–5
- Seite 6–8
- Seite 9–10
- Seite 11–14
- Seite 15

- Seite 16
- Seite 17
- Seite 18–19

- Seite 20
- Seite 21
- Seite 22

Die Medienmarke

Zielgruppe:

Behörden, Ingenieurbüros, Wasserwirtschaftliche Einrichtungen, Unternehmen, Hochschulen

Themenspektrum:

Trinkwasser, Abwasser, Umwelt, Klärtechnik Kanalbau, Membrantechnologie, Pumpenanlagen

Crossmediales Angebot:

Fachzeitschrift, Website, Newsletter










- 1 Titel:** wwt wasserwirtschaft wassertechnik
2 Kurzcharakteristik: Praxismagazin für Entscheidungen im Trink- und Abwassermanagement
3 Zielgruppe: Behörden, Ingenieurbüros, Wasserwirtschaftliche Einrichtungen, Unternehmen, Hochschulen
4 Erscheinungsweise: 9 Ausgabe im Jahr; Sonderausgabe Die Wasserfibel
5 Heftformat: DIN A4
6 Jahrgang: 62. Jahrgang 2012
7 Bezugspreis: **Jahresabonnement Inland:** € 145,80 (inkl. MwSt., zzgl. € 9,00 Porto- und Versandanteil)
Jahresabonnement Ausland: € 162,00 (inkl. Versandkosten)
Einzelverkaufspreis: € 20,00 (inkl. MwSt., zzgl. € 1,80 Porto- und Versandanteil)
ISSN-Nr.: 1438-5716
- 8 Organ:** –
9 Mitgliedschaft/Teilnahme: 
10 Verlag: HUSS-MEDIEN GmbH
 Am Friedrichshain 22
 10400 Berlin
 Telefon: 030 42151-0
 www.wwt-online.de
- 11 Herausgeber:** Wolfgang Huss
12 Anzeigen: Udo Magister (verantwortlich) (☎ –403)
 E-Mail: udo.magister@hussberlin.de
 Petra Neumann (verantwortlich) (☎ –291)
 E-Mail: petra.neumann@hussberlin.de
- 13 Redaktion:**

14 Umfangsanalyse 2010 = 9 Ausgaben		
Gesamtumfang:	500 Seiten	= 100,0 %
Redaktionsteil	396,5 Seiten	= 79,3 %
Anzeigenteil	103,5 Seiten	= 20,7 %
davon:		
Stellen- und Gelegenheitsanzeigen	2,3 Seiten	= 0,02 %
Verlagseigene Anzeigen	24,5 Seiten	= 23,67 %
Einhefter	14,0 Seiten	= 13,53 %
Beilagen	7 Stück	
15 Inhalts-Analyse des Redaktionsteils:		
	396,5 Seiten	= 100,0 %
Abwasser/Klärtechnik	134,0 Seiten	= 33,8 %
Trinkwasser/Grundwasser	55,5 Seiten	= 14,0 %
Rohrleitungs- u. Kanalbau	44,5 Seiten	= 11,2 %
Ökologie/Umwelt	13,0 Seiten	= 3,3 %
Gesetze/Verordnungen	10,0 Seiten	= 2,5 %
Membrantechnik	20,5 Seiten	= 5,2 %
Markt & Trends Baupraxis	15,5 Seiten	= 3,9 %
Markt & Trends Produkte	20,0 Seiten	= 5,0 %
Messtechnik	18,5 Seiten	= 4,7 %
Kommentare/Interviews	19,0 Seiten	= 4,8 %
Tagungen	5,0 Seiten	= 1,2 %
Aktuell/Umschau/Termine	18,5 Seiten	= 4,7 %
Sonstiges	22,5 Seiten	= 5,7 %

Ausgabe	AS	DU	Specials/Hauptthemen	Weitere Themen	Messen/Veranstaltungen
1-2 ET 13.02.	23.01.	26.01.	IFAT-Special Kanalbau/Kanalsanierung <ul style="list-style-type: none"> • grabenloses Bauen • Inspektionstechnik • Sanierungsverfahren • Schachtbau und -sanierung • Hausanschlussanierung • Berichte aus der Praxis 	Trinkwasser: <ul style="list-style-type: none"> • Bau und Sanierung von TW-Behältern • Desinfektion von Trinkwasser Markttrends und Produkte	26. Oldenburger Rohrleitungsforum 09.+10. Februar Göttinger Abwassertage 28.–29. Februar
3 ET 09.03.	16.02.	21.02.	IFAT-Special Dezentrale Abwasserbehandlung <ul style="list-style-type: none"> • Kleinkläranlagen • kleine Kläranlagen • Pflanzenkläranlagen 	Klärtechnik Schlammbehandlung: <ul style="list-style-type: none"> • Desintegration • Stabilisierung • Entwässerung/Trocknung • Vergärung 	45. ESSENER TAGUNG 14.–16. März in Essen
4 ET 04.04.	13.03.	16.03.	IFAT-Special Mess-/Analysetechnik für: Kläranlagen, Wasserwerke, Wasserleitungen, Kanalnetz, Grundwasser, Oberflächengewässer	Kanalbau Kanalsanierung: <ul style="list-style-type: none"> • grabenloser Kanalbau • Sanierungstechniken • Hausanschlusssanierung • Schachtbau/-sanierung • Inspektionstechnik Markttrends und Produkte	Analytica 17.–20. April in München HANNOVER MESSE 23.–27. April in Hannover
5 ET 02.05.	10.04.	13.04.	IFAT – HAUPTAUSGABE (erhöhte Auflage 10.000 Exemplare) <ul style="list-style-type: none"> • Markt und Trends • Firmen und Produkte • Interviews • Hallenpläne 	Abwasser und Energie <ul style="list-style-type: none"> • Wärmergewinnung in Gebäuden, im Abwasserkanal, in der Kläranlage • Wärmepumpen • Wärmetauscher 	IFAT 2012 07.–11. Mai in München
6 ET 29.06.	07.06.	12.06.	Special: Membrantechnologie <ul style="list-style-type: none"> • in der TW-Aufbereitung • in der AW-Reinigung • in der Prozesswasseraufbereitung • in der Meerwasserentsalzung IFAT – Nachberichte	Leitungsbau, Kanalbau/-sanierung: <ul style="list-style-type: none"> • Bau und Sanierung von Trinkwasser-Leitungen • Bau und Sanierung von AW-Leitungen • Anpassung an Infrastrukturmaßnahmen Markttrends und Produkte	Geofora 21.–22. Juni in Hof





7-8 ET 27.08.	06.08.	09.08.	Das große Pumpenspecial: Pumpen/Dosierer/Hebeanlagen <ul style="list-style-type: none"> • in der Abwasserbehandlung • in der Trinkwasseraufbereitung • beim TW- und AW-Transport 	Modernisierung von Wasserwerken und Kläranlagen <ul style="list-style-type: none"> • Mess- und Analysetechnik • Steuer- und Regeltechnik • Fernwirk-/Leittechnik • maschinentechnische Ausrüstung Markttrends und Produkte	
9 ET 26.09.	04.09.	07.09.	Special 2012: Industrie + Wasser <ul style="list-style-type: none"> • Industrieabwasser – Reinigung • Prozesswasser – Behandlung • Rein-/Reinstwasserherstellung • dezentrale Anlagen • Wiederverwendung – Kreislaufsysteme 	Trinkwasser: <ul style="list-style-type: none"> • Bau und Sanierung von TW-Behältern Abwasser: <ul style="list-style-type: none"> • Bau und Sanierung von abwassertechnischen Anlagen Markttrends und Produkte	
10 ET 25.10.	02.10.	08.10.	Special: Klärschlamm <ul style="list-style-type: none"> • Behandlung • Verwertung • Entsorgung 	TW – Aufbereitung: Verfahren zur Aufbereitung von: <ul style="list-style-type: none"> • Grund- und Quellwasser • Meer- und Brackwasser • Oberflächenwasser • Enteisung, • Entmanganung • Flockung, Fällung • Mikro- und Ultrafiltration • Entsalzung, Aufhärtung • Desinfektion 	
ET 15.11.	24.10.	29.10.	Die Wasserfibel 2013 Sonderveröffentlichung der wwt Ausblick auf das Jahr 2013	Sonderwerbeformen + -angebote auf Anfrage geplante Auflage: 20.000 Exemplare	
11 – 12 ET 05.12.	13.11.	16.11.	Special: Regenwasser <ul style="list-style-type: none"> • Ableitung • Versickerung • Nutzung 	TW-Versorgung: <ul style="list-style-type: none"> • Erneuerung und Sanierung von Leitungen • Sanierungsverfahren • Inspektionstechnik Abwasserableitung: <ul style="list-style-type: none"> • Erneuerung und Sanierung von Kanälen • Inspektionstechnik Markttrends und Produkte	

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 €
 1/1 Seite	185 × 265	2.330	2.690	3.410	 1/4 Seite	185 × 63 (quer) 42 × 265 hoch 90 × 130 (Standard)	645	865	1.305
 Juniorpage	130 × 185	1.400	1.760	2.480	 1/6 Seite	185 × 45 (quer) 58 × 130 (hoch) 90 × 96 (Standard)	460	680	1.120
 1/2 Seite	185 × 130 (quer) 90 × 265 (hoch)	1.210	1.570	2.290	 1/8 Seite	185 × 30 (quer) 42 × 130 (hoch) 90 × 63 (Standard)	360	580	1.020
 1/3 Seite	185 × 85 (quer) 58 × 265 (hoch)	830	1.090	1.610					

Millimeterpreis je Spalte: € 3,20 (4-spaltig)
 € 4,30 (3-spaltig)

1a Preise für Stellenangebotsanzeigen

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 × 265	1.580	1.940	2.660		185 × 63 (quer)	460	670	1.090
1/1 Seite						42 × 265 hoch			
						90 × 130 (Standard)			
	130 × 185	830	1.190	1.910		185 × 45 (quer)	380	600	1.040
Juniorpage						58 × 130 (hoch)			
						90 × 96 (Standard)			
	185 × 130 (quer)	830	1.190	1.910		185 × 30 (quer)	300	520	960
	90 × 265 (hoch)								
1/2 Seite						90 × 63 (Standard)			
	185 × 85 (quer)	580	840	1.360					
	58 × 265 (hoch)								
1/3 Seite									

2 Zuschläge:

Platzierung	4. Umschlagseite	s/w 2.550 €
	2. Umschlagseite	s/w 2.500 €

Farbe (nicht rabattierbar)

1/2 Seite und größer, je Farbe	360 €
1/3 Seite, je Farbe	260 €
1/4 Seite und kleiner, je Farbe	220 €
Zuschlag 4farbig	1.080 €
Je Sonderfarbe HKS	820 €
Sonderfarbe Pantone	auf Anfrage

Format

Anzeigen über Bund	10 % vom 1/1 Grundpreis
angeschnittene Anzeigen	10 % vom 1/1 Grundpreis
bindende	
Platzierungsvorschriften	10 % vom 1/1 Grundpreis

3 Rabatte: Abnahme innerhalb 12 Monaten (Insertionsjahr):

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

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

4 Rubriken: siehe S. 7, Chiffregebühren 6,12 €

5 Sonderwerbepormen:

Beihefter

2seitig (unbeschnitten: 216 × 307 mm)	2.330 €
4seitig (unbeschnitten: 432 × 307 mm)	4.400 €

(andere Beihefterumfänge auf Anfrage)

Beilagen (lose eingelegt, nicht rabattierbar)

bis 25 g	200 €
bis 50 g	240 €

zzgl. Mehrporto

Aufgeklebte Postkarten, Warenmuster u.a. (nicht rabattierbar)

Preis (masch. Klebung)	43 €
Preis (manuell)	140 €

zzgl. Mehrporto

6 Kontakt: Carmen Blume, Anzeigendisposition
 Tel. 030/42151-456
 E-Mail: carmen.blume@hussberlin.de

7 Zahlungsbedingungen/Bankverbindung:

Commerzbank
 Konto-Nr.: 976005902, BLZ 120 400 00
 UST-Ident-Nr.: DE 137189299
 14 Tage nach der Rechnung netto.

(alle Preise zzgl. MwSt.)

1 Auflagenkontrolle:



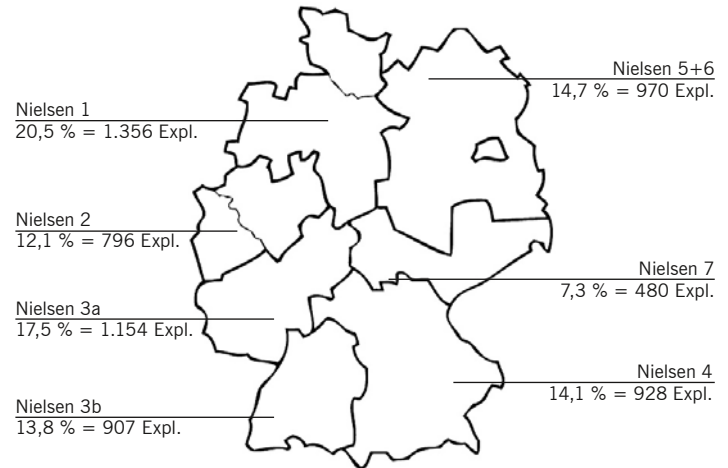
2 Auflagen-Analyse: Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt
 (1. Juli 2010 bis 30. Juni 2011)

Druckauflage	6.833		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	6.718	davon Ausland	127
Verkaufte Auflage	2.178	davon Ausland	97
Abonnierte Exemplare	1.413	davon Mitgliederstücke	0
Einzelverkauf	-		
Sonstiger Verkauf	765		
Freistücke	4.540		
Rest-, Beleg- und Archivexemplare	115		

3 Geografische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	98,1	6.591
Ausland	1,9	127
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	6.718

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:** 41.053

 - 2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger:** 38.763
(Wechsel nach jeder Ausgabe)

 - 2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:**
 - Verkaufte Auflage 2.178
 - davon: abonnierte Exemplare 1.413
 - Einzelverkauf 0
 - sonstiger Verkauf 765
 - Freistücke 4.540
 - davon: ständige Freistücke 112
 - wechselnde Freistücke 4.307
 - Werbeexemplare 121

 - Tatsächlich verbreitet Auflage (tvA) 6.718
 - davon: Inland 6.591
 - davon: Ausland 127

3 Beschreibung der Untersuchung

- 3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):**

Grundgesamtheit (tvA)	6.718 = 100,0 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	121 = 1,8 %
• Einzelverkauf	0
• sonstiger Verkauf	765
• Werbeexemplare	121
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	6.597 = 98,2 %

- 3.2 Tag der Datei-Auswertung:** 30.06.2011

- 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.

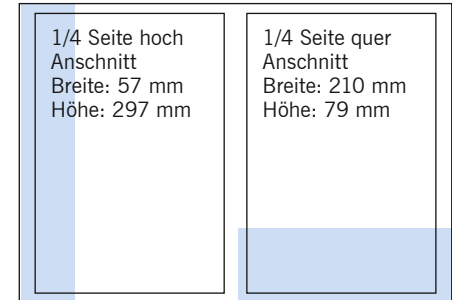
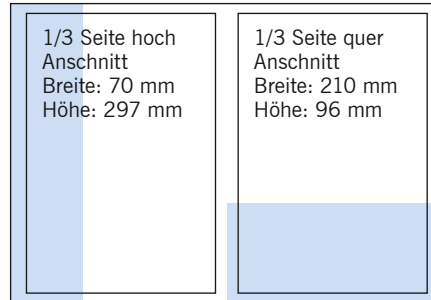
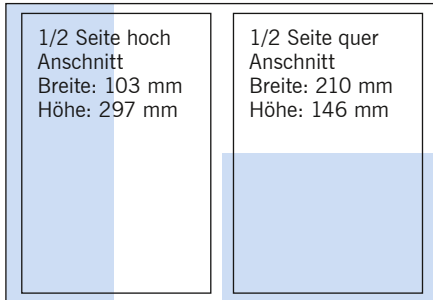
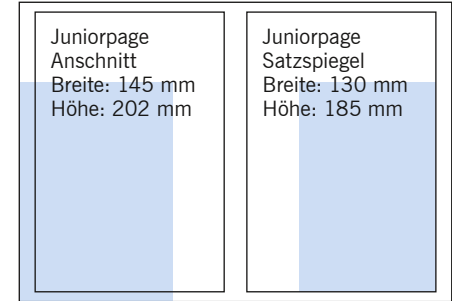
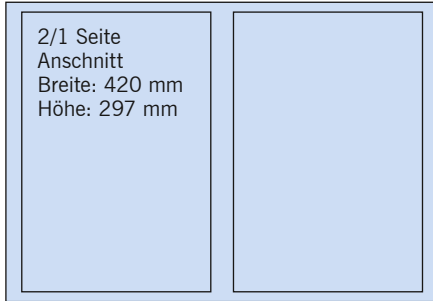
- 3.4 Zielperson der Untersuchung:** –

- 3.5 Definition des Lesers:** –

- 3.6 Zeitraum der Untersuchung vom:** 1.7.2010 – 30.6.2011

- 3.7 Durchführung der Untersuchung:** HUSS-MEDIEN GmbH

- 1 Zeitschriftenformat:** 210 mm breit × 297 mm hoch, DIN A4
 unbeschnitten: 216 mm breit × 303 mm hoch
- Satzspiegel:** 185 mm breit × 265 mm hoch
 3 Spalten à 58 mm Breite
 4 Spalten à 42 mm Breite
- 2 Druck- und Bindeverfahren:** Offsetdruck, Drahrückstichheftung
 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 beigefügt 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 wwt:
 Am Friedrichshain 22, 10407 Berlin
 Telefon: 030 42151-403, Fax: 030 42151-234
 E-Mail: udo.magister@hussberlin.de



Alle Anschnittformate zuzüglich 3 mm Beschnittzugabe je Schnittkante

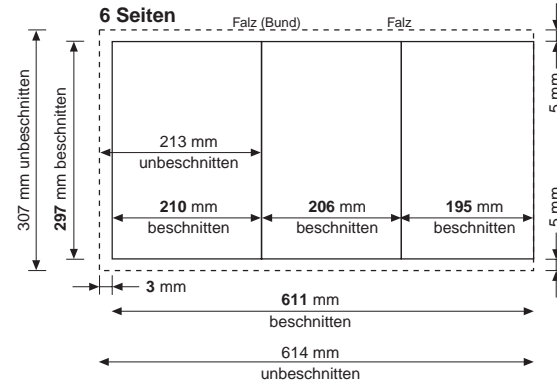
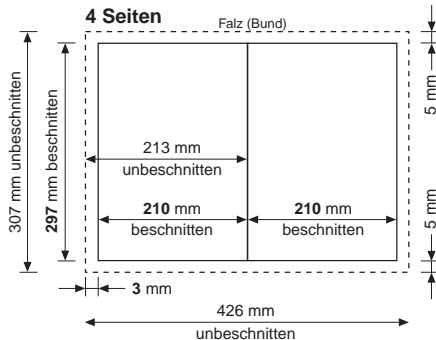
Beihefter:

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 werben. 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
- Weitere Beihefterumfänge auf Anfrage

Beschnittschema:



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 Klebarbeiten werden gesondert berechnet.

Benötigte Liefermenge:

6.100 Exemplare einschl. Zuschuss
 bei Heft 5/2012: 10.200 Exemplare

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:** 6.100 Exemplare einschl. Zuschuss bei Heft 5/2012: 10.200 Exemplare
- 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.

- Formate:** Für aufgeklebte Postkarten gelten die Postschriften. Maximalgröße für aufgeklebte Warenmuster: 25 cm², Maximallänge einer Kante: 6 cm
- Benötigte Liefermenge:** 6.100 Exemplare einschl. Zuschuss bei Heft 5/2012: 10.200 Exemplare
- Anlieferungsstermin:** Bis spätestens 10 Arbeitstage vor Erscheinen des betreffenden Heftes.
- Technische Angaben:** Bei aufgeklebten Postkarten sollten die Klebekanten in Bündrichtung liegen
-
- Versandanschrift:** Bavaria-Druck GmbH, Joseph-Dollinger-Bogen 5
 80807 München
 Liefervermerk
 Für wwt Nr. X/2012,
 Name des Kunden, Bezeichnung der Drucksache,
 Auflagenhöhe, Lieferanzahl der Paletten/Pakete

„Adressen für Fachleute“ ist die Möglichkeit, mit einer Anzeige in jeder Ausgabe der wwt Produkte, Leistungen und sonstige Angebote zu präsentieren.

„Adressen für Fachleute“ ist in Rubriken aufgeteilt, in denen die entsprechenden Angebote platziert werden.

Die Rubriken sind nicht vorgeschrieben. Der Werbungtreibende entscheidet selbst, unter welchem Rubrikenstichwort sein Angebot stehen soll.



AQUALYTIC

Testgeräte und Reagenzien für die moderne Wasseranalytik

- BSB-Messung
- CSB-Messung
- Leitfähigkeitsmessung
- pH/Redox/ORP
- Sauerstoffmessung
- Reagenzien für die Wasseranalyse
- Trübungsmessung
- Wasseranalytik

AQUALYTIC®
 Schielestraße 12
 44287 Dortmund
 Tel.: (0231) 94510-755
 Fax: (0231) 94510-750
 verkauf@aqualytic.de
 www.aqualytic.de

Beispiel für eine Anzeige in „Adressen für Fachleute“ (verkleinert):

Größe der Anzeige:
 B × H: 50 × 80 mm

Die Anzeige enthält das Logo, Angebote, Adresse, Tel./Fax-Nummer, E-Mail-Adresse, Web-Adresse und ggf. den Ansprechpartner

Die jeweilige Anzeige wird für alle Ausgaben eines Jahres gebucht.

Jahrespreis: s/w € 720,00 zzgl. MWSt.
 farbig € 1.350,00 zzgl. MWSt.

mindestens jedoch für ein halbes Jahr:

1. Halbjahr = 5 Ausgaben: s/w € 400,00 zzgl. MWSt.
 farbig € 750,00 zzgl. MWSt.

2. Halbjahr = 4 Ausgaben: s/w € 320,00 zzgl. MWSt.
 farbig € 600,00 zzgl. MWSt.

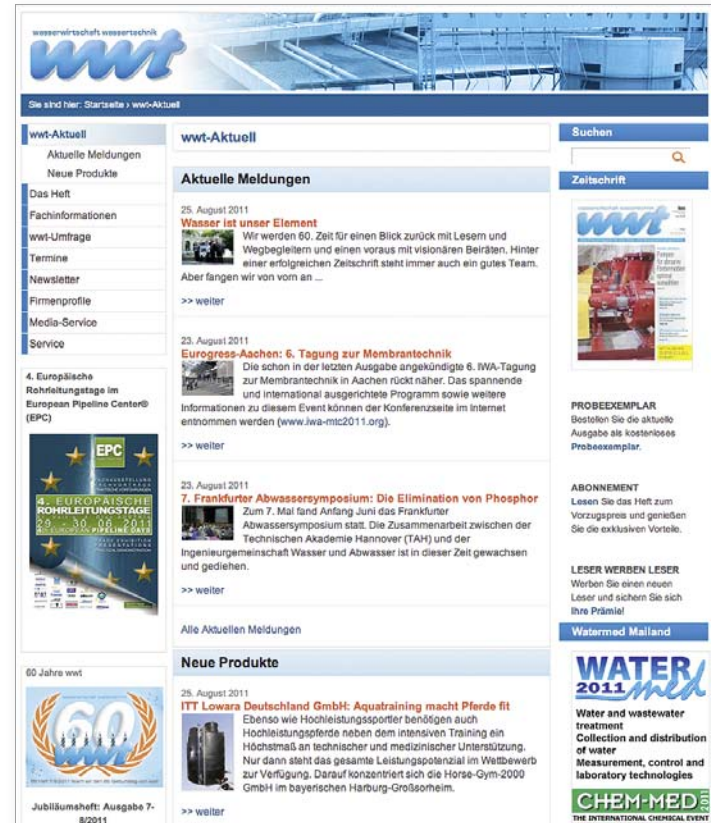
Die vereinbarte Anzahl der Anzeigen wird mit der Veröffentlichung der ersten Anzeige in Rechnung gestellt.

Es ist auch möglich, zu einem beliebigen Zeitpunkt im Jahr mit den Veröffentlichungen zu beginnen. In diesem Fall werden zunächst die restlichen Ausgaben bis zum Jahresende gebucht. Für das darauf folgende Jahr wird dann ein neuer Auftrag vereinbart.

Weitere Detailinformationen erhalten Sie unter:
 030 42151-403

Die „Adressen für Fachleute“ stehen grundsätzlich im hinteren Teil einer jeden Ausgabe, und zwar in dem Teil des Heftes, in dem neue Produkte und Markttrends redaktionell vorgestellt werden.

- 1 **Web-Adresse:** www.wwt-online.com
 - 2 **Kurzcharakteristik:** Praxismagazin für Entscheidungen im Trink- und Abwassermanagement
 - 3 **Zielgruppe:** Wasserwirtschaftliche Einrichtungen, Behörden, Ingenieurbüros, Unternehmen, Hochschulen
 - 4 **Verlag:** HUSS-MEDIEN GmbH
 10400 Berlin · Deutschland
 Hausanschrift:
 Am Friedrichshain 22
 10407 Berlin
- Ansprechpartner** Petra Neumann, Chefredakteurin
Redaktion: E-Mail: petra.neumann@hussberlin.de
 Tel.: 030 42151-291
- Ansprechpartner** Udo Magister, Anzeigenleiter
Online Werbung: E-Mail: udo.magister@hussberlin.de
 Tel.: 030 42151-403



The screenshot shows the homepage of the wwt website. At the top, there is a navigation bar with the wwt logo and a search bar. Below the navigation bar, there are several main sections:

- wwt-Aktuell:** A sidebar menu with options like 'Aktuelle Meldungen', 'Neue Produkte', 'Das Heft', 'Fachinformationen', 'wwt-Umfrage', 'Termine', 'Newsletter', 'Firmenprofile', 'Media-Service', and 'Service'.
- wwt-Aktuell (Main Content):** A list of news articles. The first article is dated 25. August 2011 and titled 'Wasser ist unser Element'. The second article is dated 23. August 2011 and titled 'Eurogress-Aachen: 6. Tagung zur Membrantechnik'. The third article is dated 23. August 2011 and titled '7. Frankfurter Abwassersymposium: Die Elimination von Phosphor'. There is also a section for 'Alle Aktuellen Meldungen'.
- Suchen:** A search bar on the right side of the page.
- Zeitschrift:** A section showing a cover of the wwt magazine.
- PROBEEKEMPLAR:** A section offering a free sample issue.
- ABONNEMENT:** A section offering subscription options.
- LESER WERBEN LESER:** A section offering a prize for readers.
- Watermed Mailand:** A section for a specific event or publication.
- WATER 2011 med:** A section for a water treatment event.
- CHEM-MED:** A section for a chemical event.

At the bottom of the page, there is a section for '60 Jahre wwt' featuring a logo with the number 60 and a date 'Jubiläumsheft: Ausgabe 7-8/2011'.

1 Preise und Werbeformen

Werbeform	Platzierung	Format/Größe in Pixel	Datenvolumen bis	Preis je 1.000 Pls in €
Fullsizebanner	Horizontal, i. d. R. über dem Kopfbereich der Webseite	468 × 60	40 kB	45,00
Halfsizebanner		234 × 60	40 kB	35,00
Superbanner		728 × 90	40 kB	100,00
Skyscraper	Vertikal, i. d. R. am rechten Rand der Webseite	120 × 600	40 kB	70,00
Halfskyscraper		120 × 300	40 kB	60,00
Wideskyscraper		160 × 600	40 kB	100,00
Wallpaper	Kombination aus Skyscraper und Fullsizebanner	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 Webseite implementiert	max. 350 Zeichen	40 kB	100,00

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

2 Rabatte: Bei längeren Laufzeiten auf Anfrage

3 Rubriken:

- Gesamte Homepage im Rotationsverfahren mit 3 weiteren oder exklusiv
- ausgewählte Unterseiten

4 Zahlungsbedingungen/Bankverbindung:

Commerzbank
Konto-Nr.: 976005902, BLZ 120 400 00
UST-Ident-Nr.: DE 137189299
14 Tage nach der Rechnung netto.

- 1 Dateiformate:** GIF, JPG, PNG max. 40KB
HTML; FLASH max. 40KB
3rd Party Stream max. 40KB
Javascript max. 40KB
- Dauer der Animation max. 15 s
- 2 Lieferadresse:** Bitte senden Sie die Werbemittel für Ihre Kampagne an folgende E-Mail-Adresse
udo.magister@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)
- 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: max. 12 fps
- Javascript/Iframe-Redirect
 - Angabe der Flashversion
 - Kompatibilitätswarnung (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.
- 4 Ansprechpartner:** Udo Magister, Anzeigenleiter
E-Mail: udo.magister@hussberlin.de
Tel.: 03042151-403

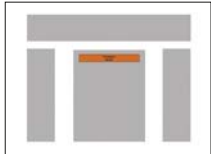
Bannerformate



Fullsize-Banner und Halfsize-Banner (horizontal):

Platzierung: über dem Header, gesamte Webseite mit höchstens 3 weiteren

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



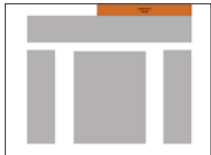
Platzierung: über dem Content, gesamte Webseite

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



Platzierung: über dem Header, gesamte Webseite mit höchstens 3 weiteren

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



Superbanner (horizontal):

Platzierung: über dem Header, gesamte Webseite mit höchstens 3 weiteren

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



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

Platzierung: rechts von der Webseite, gesamte Webseite mit höchstens 3 weiteren

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



Platzierung: rechts von der Webseite, gesamte Webseite mit höchstens 3 weiteren

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



Platzierung: rechts von der Webseite, gesamte Webseite mit höchstens 3 weiteren

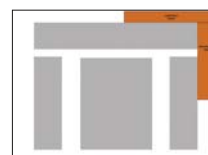
Format/Größe: 120 × 300 Pixel
Datenvolumen bis: 40KB



Rectangle:

Platzierung: gesamte Webseite, vereinzelt Unterseiten (Rubrikseite)

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

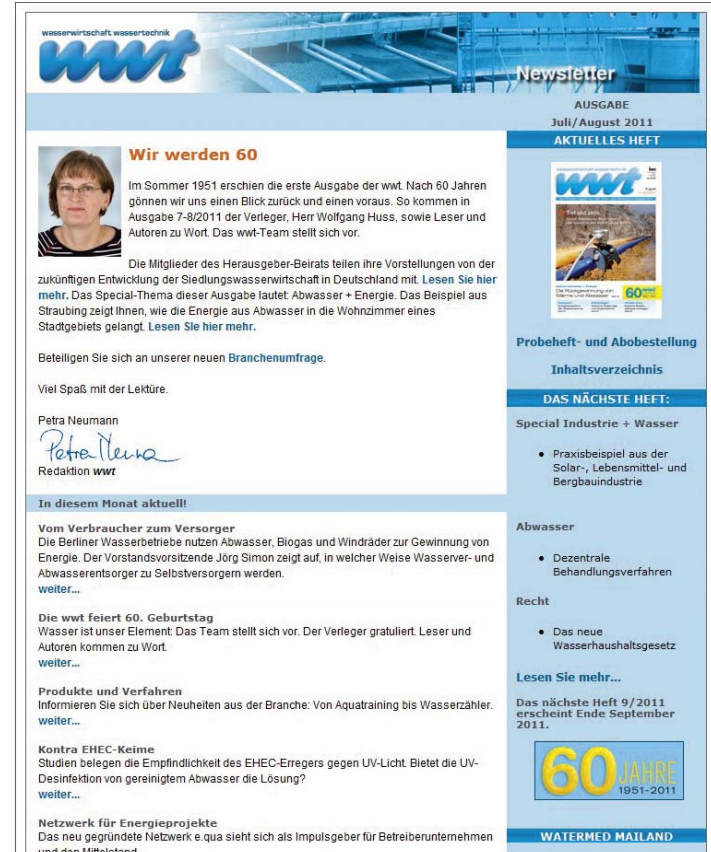


Wallpaper:

Platzierung: gesamte Webseite, im Rotationsverfahren mit höchstens 3 weiteren

Format/Größe: 728 × 90 Pixel + 160 × 600 Pixel
468 × 60 Pixel + 120 × 600 Pixel
Datenvolumen bis: 40KB

- 1 **Name:** wwt 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 allen Bereichen des Gastgewerbes. Alle Empfänger des Newsletter haben über das so genannte „double opt-in“ Verfahren Ihr Einverständnis zum Erhalt von Mailings gegeben.
- 4 **Erscheinungsweise:** 9 × im Jahr
- 5 **Verlag:** HUSS-MEDIEN GmbH
- Redaktion:** Petra Neumann, Chefredakteurin
 E-Mail: petra.neumann@hussberlin.de
 Tel.: 030 42151-291
 Carolyn Sauer, Redaktionsassistentin
 E-Mail: carolyn.sauer@hussberlin.de
 Tel.: 030 42151-437
- Anzeigen:** Udo Magister, Anzeigenleiter
 E-Mail: udo.magister@hussberlin.de
 Tel.: 030 42151-403

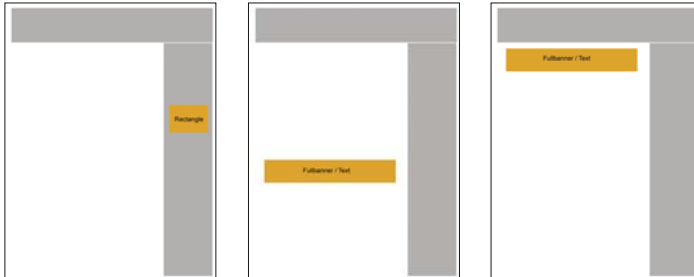


The screenshot shows the newsletter's website layout. At the top is the wwt logo and the word 'Newsletter'. Below this is a navigation bar with 'AUSGABE Juli/August 2011' and 'AKTUELLES HEFT'. The main content area features a profile picture of Petra Neumann and the headline 'Wir werden 60'. The text below discusses the newsletter's 60th anniversary and mentions the 'Branchenumfrage'. To the right, there is a sidebar with 'Special Industrie + Wasser' and 'Abwasser' sections, each containing a list of articles. At the bottom right, there is a '60 JAHRE 1951-2011' anniversary banner and a 'WATERMED MAILAND' footer.

1 Preise und Werbeformen:

Werbeform	Platzierung	Format/Größe in Pixel	Datenvolumen bis	Preis pro Newsletter in €
Fullsizebanner	Horizontal, über dem Eingangstext	468 × 60	40 kB	150
Rectangle	Seitenintegriert, in der rechten Spalte	180 × 150	40 kB	120
Textanzeige	Anzeige in Textform in Newsletter implementiert	max. 500 Zeichen	40 kB	150

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



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

- 3 Zahlungsbedingungen/Bankverbindung:**
 Commerzbank
 Konto-Nr.: 976005902, BLZ 120 400 00
 UST-Ident-Nr.: DE 137189299
 14 Tage nach der Rechnung netto.

- | | | | |
|----------------------------|--|-----------|-------|
| 1 Dateiformate: | GIF, JPG, PNG | 468 × 60 | 40 KB |
| | | 180 × 150 | 40 KB |
| | HTML (Text und JPG) max. 300 Zeichen | | |
| 2 Newsletterformat: | HTML und Text | | |
| 3 Lieferadresse: | Bitte senden Sie die Werbemittel für Ihre Kampagne an folgende E-Mail-Adresse:
udo.magister@hussberlin.de | | |
| 4 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.

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

Geschäftsbedingungen

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen, Fremdbeilagen und Online-Werbung

1. Anzeigenauftrag im Sinne der folgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung von Anzeigen und Fremdbeilagen in einer Druckschrift sowie über Online-Werbung zum Zweck der Verbreitung. Ein Abschluss erfolgt unter Beachtung der gemäß Preisliste zu gewählenden Rabatte.
2. Anzeigen und Fremdbeilagen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss anzusehen. 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 der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wurde.
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 abzugeben.
4. Online-Werbung (d.h. Homepage, Newsletter etc.) bestimmt sich nach dem gebuchten Zeitraum. Der Auftraggeber hat während der gesamten Laufzeit des Vertrages die Webseiten bzw. Dokumente, auf die die Online-Werbung verweist, aufrecht zu erhalten. Vorbehaltlich entgegenstehender Individualvereinbarungen sind die vom Bannersystem des 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 Rechtsfolgen, den Anspruch zwischen dem gewählten und dem tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höhere Gewalt im Risikobereich des Verlags beruht. Das Storno 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 Abnahmemengen 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 Druckschrift 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 für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern, Ausgaben oder Plätzen keine Gewähr übernommen. Rubrierte 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.
9. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Belagen sowie Online-Werbung wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach inhaltlichen, sachlich gerechtfertigten Grundätzen des Verlags abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetz 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 aufgenommen werden. Belagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Muster- und/oder Abdruckes bei der Redaktion bzw. über den Eindruck des Abdruckes bei der Redaktion zu prüfen. Einmalige oder wiederholte Nutzung von Zeitlung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Azeptiert der Verlag ausdrücklich eine Verbundwerbung, ist er zur Erhebung eines Verbundauftrages berechtigt.
10. Für die rechtzeitige und einwandfreie Lieferung des Anzeigentextes in Druckerunterlagen, Belagen sowie in der der Online-Werbung ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungelegene oder beschädigte Druckerunterlagen 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 Druckerunterlagen rechtzeitiger Reklamation Anspruch auf Zulassungsminderung oder eine Ersatzanzeige, aber nur im dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Auftraggeber ein ihm hierfür 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 verpflichtet, solche Schäden (1) durch schuldhaftes Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht (Kardinalpflicht) durch die der Verlag in die das Erreichen des Vertragszwecks gehäufigend Weise verursacht werden oder (2) auf grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz von dem Verlag zuzurechnen sind.
- b) Haftung der Verlag gem. Ziffer a) (1) für die Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht, ohne dass ihm grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz zur Last fallen, ist die Haftung von dem Auftraggeber.
- c) Hat 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, Vermögensschäden oder entgangenen Gewinn haftet der Verlag nicht, sofern diese nicht auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit von Organen oder leitenden Angestellten des Verlags zurückzuführen sind.
- e) Jede Haftung von dem Verlag ist auf solche typischen Schäden beschränkt, mit denen Eintritt der Verlag nach dem ihm bei Vertragsabschluss bekannten Umständen vernünftigerweise rechnen konnte.
- f) Der Ausschluss oder die Begrenzung von Ansprüchen gegen den vorstehenden Ziffern a) bis c) schließt Ansprüche gegen Mitarbeiter und Beauftragte des Verlags ein.
- g) Fälle höherer Gewalt wie auch Beschäftigtenmaßnahmen, Beschäftigten-, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung oder Betriebsstörungen entbinden den Verlag von der Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz.
- h) Die Gewährleistung für Online-Werbung ist auf solche Fehler in der Wiedergabe beschränkt, die im Risikobereich und der Einflussreichheit 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 üblichen Online-Werbung Praxis ist, dass die Online-Werbung innerhalb von 24 Stunden innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der Schaltung aus, hat der Auftraggeber Anspruch auf Nachlieferung der ausgefallenen Medialistung. Weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen.
13. Der Verlag gewährleistet zeitnahe und zügig bestmögliche 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 übernimmt keine Haftung für Fehler aus telefonischen oder fernschriftlichen Übermittlungen jeder Art. Eine Haftung wird auch nicht übernommen, wenn sich Mängel an der Vorlage erst bei der Reproduktion oder beim Druck zeigen. Der Werbungteller hat dann bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Die eventuell entstehenden Mehrkosten z.B. zur Nachbesserung der Druckerunterlagen oder für Maschinensstillstand müssen weiterberechnet werden.
15. Probebezüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurücksentanzten Probebezüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probebezuges gesetzten Frist 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 Größenvorschriften 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 Geschäftsbereich 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 Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

19. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenauschnitte, 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 Verteilung der Anzeige.
20. Kosten für die Anfertigung bestimmter Druckstücke, Filme, Lithos, Matern, Zeichnungen etc. sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
21. Aus einer Auftragsmängelangabe bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisermäßigung hergeleitet werden, wenn die in der Preisliste garantierte verkaufte Auftrags- im Gesamtdurchschnitt des vergangenen Inertsonierjahres lt. I.VW-Meldungen um 30 % unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisermäßigungen- 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 Ziffernanzeigenverweiger der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sörgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Er übernimmt darüber hinaus keine Haftung. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Zifferanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Zifferanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wervolte Unterlagen senden der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausübung von Misbrauch des Zifferanzeigen zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.
23. Druckerunterlagen nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückzugeben. Die Pflicht zur Aufbewahrung der letzten drei Monate nach Ablauf des Auftrages. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Sitz des Verlags, soweit hierüber eine Vereinbarung gesetzlich zulässig ist. Auf den Verlag findet deutsches Recht Anwendung.

Zustätzliche 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 Anzeigenpreisseten die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge – sofern keine anderslautende schriftliche Vereinbarung getroffen wurde – und für den neuen Tarif. Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen in Verlagsbelagen, Sonderveröffentlichungen und Kollektiven sowie die Online-Werbung Sonderpreise festzusetzen. Anzeigenschlussstermine sind für den Verlag unverbindlich. Eine Anpassung an den Produktionsverlauf ist möglich.
- c) Die Leistungsmitter und Werbesponsoren sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Umsatzvergütung darf an die Auftraggeber weiter gegeben werden.
- d) Bei Auftraggebern/Werbegebern, die zum ersten Mal mit dem Verlag in Geschäftsverbindung treten, kann Vorauskasse bis zum Anzeigenschlussstermin verlangt werden.
- e) Bei Druckvorlagen, die zusätzliche Satz-, Film-, Lithokosten etc. verursachen, werden diese in Rechnung gestellt. Sind etwaige Mängel bei den Druckerunterlagen und Belichtungsdaten 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 Druckerunterlagen 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/Bildinhalts 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 Anzeigensatzes verpflichtet sich der Insetent, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegenberichtigung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige 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 für die Haftung sämtlicher für die Nutzung sämtlicher der Online-Medien aller Art (inkl. Internet) erforderlicher unerbschlichen Nutzungs- und sonstigen Rechte, insbesondere zur Verfügbarmachung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich, inhaltlich und örtlich unbegrenzt in dem für die Durchführung der Aufträge notwendigen Umfang.
- h) Anzeigenaufträge können nach Anzeigenschluss grundsätzlich nur aus wichtigem Grund gekündigt werden. Die Kündigung muss schriftlich erfolgen. Telefax und E-Mail genügen. Die Kündigung ist spätestens bis zum Anzeigenschluss des Anzeigentextes zu beschreiben.
- i) Sind etwaige Mängel an gelieferten Drucksuchen, wie Beliefer, Beilebe etc., nicht sofort, sondern erst bei der Verarbeitung erkennbar, so hat der Werbungtreibende dadurch entstehende Mehrkosten oder Verluste bei der Herstellung zu tragen.

Zustätzliche Geschäftsbedingungen für die digitale Übermittlung von Druckerunterlagen für Anzeigen

- a) Digitale Druckerunterlagen 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) Unversicherte Drucke/Sätze sind durch beherrschende Schrift, geringe Bildduallität etc., die sich auf eine Abweichung des Auftraggebers von den Empfehlungen des Verlags zur Erstellung von Druckerunterlagen zurückzuführen lassen, führen zu keinem Anspruch auf Preisermäßigung 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 Druckerunterlagen dürfen nur geschaltete 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, Freshrad 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 geliefert werden. Die Vorgaben des Verlags sind zu beachten.
- d) Digital übermittelte Druckerunterlagen für Farbdruckeignungen sind mit einem auf Papier gelieferten Farb-Proof zuverlässig verarbeitet werden. Digital erteilte Druckaufträge müssen zur Kontrolle der Farbverbindlichkeit der Farberweiterung in der aktuellen Version erhalten. Drucke müssen einen offiziellen Druckkontrollstempel aufweisen. Ohne Farb-Proof sind Farbabweichungen unvermeidbar, die keinen Anspruch auf Preisermäßigung 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 Korrekturfax muss vom Auftraggeber ausdrücklich angefordert werden. Nur bei richtiger Farbgebung ist eine farblich richtige Umsetzung in üblichen Toleranzgrenzen gewährleistet.
- e) Werden digital übermittelte Druckerunterlagen in mehreren Dateien an den Verlag übergeben, 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 Druckerunterlagen dafür Sorge zu tragen, dass die übermittelten Dateien frei von evtl. Computerviren, Malware und sonstigen Schadprogrammen sind. Die Übermittlung von Dateien über ein öffentliches Daten Computersystem ist nicht gestattet, eine Datei zu übertragen 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 mitgelieferten Computerviren dem Verlag Schaden entstanden sind.
- g) Der Verlag ist nicht verpflichtet, die Druckerunterlagen auf Vollständigkeit und Richtigkeit zu überprüfen. Der Verlag haftet nicht für Übertragungseiler.

huss

HUSS-MEDIEN GmbH

10400 Berlin

Tel. 030 42151-403

Fax 030 42151-234

www.wwt-online.de



Weitere Fach- und Sonderpublikationen