Mediadaten 2022

Preisliste Nr. 27
gültig ab 01. 01. 2022

huss
HUSS-MEDIEN GmbH
10400 Berlin
Telefon 030 42151-238
Telefax 030 42151-480

www.arbeit-und-arbeitsrecht.de

Fachzeitschrift

1	Titel-Porträt	Seite 3
T	Termin- und Themenplan	Seite 4–5
P	Preisliste	Seite 6–7
F	Formate und technische Angaben	Seite 8–10
2	Auflagen- und Verbreitungsanalyse	Seite 11–12
	Lernen Sie unsere Leser kennen	Seite 13

Online-Werbung

Website	Seite 14–15
Newsletter	Seite 16–17

Kongress Arbeitsrecht 2022 Seite 18

Die Medienmarke

Zielgruppe
Personalleiter und -referenten, Geschäftsführer sowie alle Entscheider und Mitentscheider der Personalbranche (nähere Informationen siehe Seite 13)

Themenspektrum
Arbeitsrecht, Personalpraxis, Vergütung, Rechtsprechung, Service

Crossmediales Angebot
Die Fachzeitschrift bietet mit der Website, dem wöchentlichen Redaktions-Newsletter, der **AuA-Magazin-App** mit digitalen Ausgaben für Tablet, Smartphone und PC/Mac, dem jährlichen **Arbeitsrechtskongress** und diversen Sonderausgaben sowie Online-Seminaren und einem ausgesuchten Buchprogramm ein vielseitiges Informationsspektrum mit multimedialem Inhalt.

Kongress Arbeitsrecht
Was Praktiker wissen müssen

1 Titel:	**Arbeit und Arbeitsrecht**	
2 Kurzcharakteristik:	Fachzeitschrift für das Personalmanagement	
3 Zielgruppe:	Besonders lukrativ für Anbieter von Produkten und Leistungen für den Personalbereich ist der umsatzstarke gehobene Mittelstand: Unternehmen mit mehr als 10 Millionen Euro Jahresumsatz und zwischen 100 und 1.000 Mitarbeitern stellen breitgefächerte Anforderungen an ihr Personalmanagement.	
4 Erscheinungsweise:	monatlich, 12 Ausgaben	
5 Heftformat:	DIN A4	
6 Jahrgang:	77. Jahrgang 2022	
7 Bezugspreis:	**Jahresabonnement Inland** zuzüglich 15,00 € Porto- und Versandkosten	235,00 €
	Jahresabonnement Ausland inklusive Versand	255,80 €
	Einzelverkaufspreis zuzüglich 1,80 € Porto- und Versandkosten	28,00 €
8 Organ:	–	
9 Mitgliedschaft/ Teilnahme:		
10 Verlag:	HUSS-MEDIEN GmbH Am Friedrichshain 22 10407 Berlin Telefon: 030 42151-0 www.arbeit-und-arbeitsrecht.de	
11 Herausgeber:	Christoph Huss	
12 Anzeigen:	Torsten Ernst (verantwortlich) E-Mail: aua.anzeigen@hussmedien.de	☎ -238
13 Redaktion:	Andreas Krabel (verantwortlich) E-Mail: andreas.krabel@hussmedien.de	☎ -302

14 Umfangsanalyse 2020 = 12 Ausgaben

Gesamtumfang:	**786 Seiten**	**= 100,0 %**
Redaktionsteil	659 Seiten	= 83,8 %
Anzeigenteil	127 Seiten	= 16,2 %
davon: Stellen- und Gelegenheitsanzeigen	0 Seiten	= 0,0 %
Verlagseigene Anzeigen	82 Seiten	= 8,5 %
Einhefter	0 Seiten	= 0,0 %
Beilagen	13 Stück	

15 Inhalts-Analyse des Redaktionsteils:

659 Seiten		**= 100,0 %**
Aktuell	46 Seiten	= 7,0 %
Blickpunkt	62 Seiten	= 9,4 %
Arbeitsrecht	128 Seiten	= 19,4 %
Personalpraxis	123 Seiten	= 18,7 %
Vergütung	52 Seiten	= 7,9 %
Rechtsprechung	146 Seiten	= 22,1 %
Service	46 Seiten	= 7,0 %
Sonstiges	56 Seiten	= 8,5 %

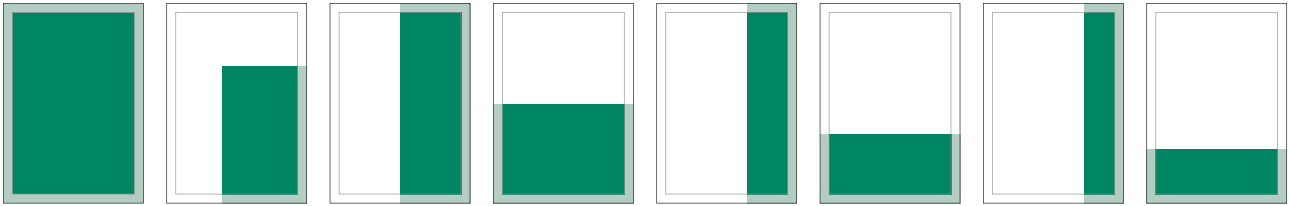
T

Ausgabe	Termine	Specials/Hauptthemen	Messen/Veranstaltungen
1 Januar	**ET 06.01.2022** AS 10.12.2021 DU 14.12.2021	• Neues im Arbeits-, Steuer- und Sozialversicherungsrecht 2022 • Update zum Jahreswechsel	
2 Februar	**ET 02.02.2022** AS 14.01.2022 DU 18.01.2022	• E-Learning • Künstliche Intelligenz • Payroll Compensation & Benefits	**Learntec** 02.02.–04.02.2022 in Karlsruhe **Kongress „Arbeitsrecht 2022“** 15.02.–16.02.2022 in Berlin www.kongress-arbeitsrecht.de (siehe Seite 18) Kongress Arbeitsrecht – Was Praktiker wissen müssen
3 März	**ET 04.03.2022** AS 15.02.2022 DU 17.02.2022	• Talentmanagement • Arbeitszeit • Zeiterfassung/Zutrittskontrolle	
4 April	**ET 06.04.2022** AS 18.03.2022 DU 22.03.2022	**Special: Zukunft Personal Süd 2022** • Digitale Personalprozesse • Recruiting • Ausbildung 4.0	**Zukunft Personal Süd** 05.04..–06.04.2022 in Stuttgart sowie **Corporate Health Convention** 05.04.–06.04.2022 in Stuttgart
5 Mai	**ET 06.05.2022** AS 19.04.2022 DU 21.04.2022	**Special: Zukunft Personal Nord 2022** • Agile HR • HR-Software	**Zukunft Personal Nord** 03.05.–04.05.2022 in Hamburg
6 Juni	**ET 08.06.2022** AS 17.05.2022 DU 19.05.2022	• Führung 4.0 • Mitarbeiterbefragung • Crowdworking • Entsendung	**7. BVAU/DGFP-Jahrestagung** Juni 2022 in Frankfurt am Main

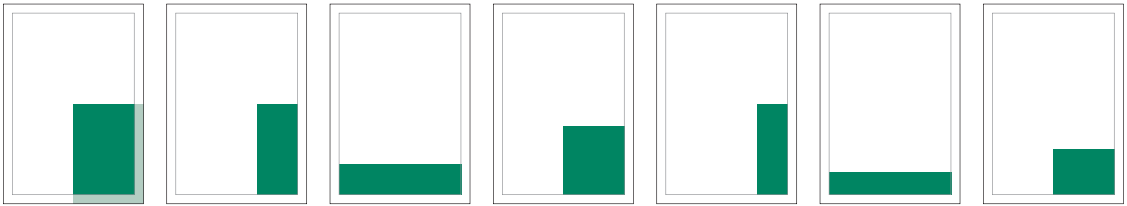
Ausgabe	Termine	Specials/Hauptthemen	Messen/Veranstaltungen
7 Juli	**ET 05.07.2022** AS 16.06.2022 DU 20.06.2022	• Umstrukturierung/Kurzarbeit • Change Management/Outplacement	**TALENTpro** 06.07.–07.07.2022 in München
8 August	**ET 03.08.2022** AS 15.07.2022 DU 19.07.2022	• Work-Life-Integration • Talentmanagement	
9 September	**ET 07.09.2022** AS 19.08.2022 DU 23.08.2022	**Special: Zukunft Personal Europe 2022** • Digitales Lernen/Lernplattformen • Betriebliches Gesundheitsmanagement • Fuhrparkmanagement	**Zukunft Personal Europe** 13.09.–15.09.2022 in Köln **Personalmanagementkongress** 26.09.–27.09.2020 in Berlin
10 Oktober	**ET 05.10.2022** AS 15.09.2022 DU 19.09.2022	• Personalcontrolling/KPIs • Zutritt & Sicherheit	
11 November	**ET 31.10.2022** AS 12.10.2022 DU 14.10.2022	• Incentives • Compensation & Benefits • Betriebliche Altersversorgung	
12 Dezember	**ET 01.12.2022** AS 14.11.2022 DU 16.11.2022	• Mitarbeitermotivation • Neues zum Homeoffice • Reisekosten	
1 Januar	**ET 05.01.2023** AS 12.12.2022 DU 14.12.2022	• Neues im Arbeits-, Steuer- und Sozialversicherungsrecht 2023 • Trends im HR-Management	**Learntec** 24.01.–26.01.2023 in Karlsruhe

1 Anzeigenpreise und Formate:

Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.



	1/1 Seite	Juniorpage	1/2 Seite hoch	1/2 Seite quer	1/3 Seite hoch	1/3 Seite quer	1/4 Seite hoch	1/4 Seite quer
im Satzspiegel	185 × 260 mm	130 × 185 mm	90 × 260 mm	185 × 130 mm	58 × 260 mm	185 × 85 mm	42 × 260 mm	185 × 63 mm
im Anschnitt*	210 × 297 mm	145 × 202 mm	103 × 297 mm	210 × 146 mm	70 × 297 mm	210 × 96 mm	57 × 297 mm	210 × 79 mm
sw-Preis	3.050,– €	1.960,– €	1.760,– €	1.760,– €	1.410,– €	1.410,– €	1.180,– €	1.180,– €
Preis 2-farbig	3.350,– €	2.260,– €	2.060,– €	2.060,– €	1.560,– €	1.560,– €	1.330,– €	1.330,– €
Preis 4-farbig	3.950,– €	2.860,– €	2.660,– €	2.660,– €	1.860,– €	1.860,– €	1.630,– €	1.630,– €



	1/4 Seite Standard	1/6 Seite hoch	1/6 Seite quer	1/6 Seite Standard	1/8 Seite hoch	1/8 Seite quer	1/8 Seite Standard
im Satzspiegel	90 × 130 mm	58 × 130 mm	185 × 45 mm	90 × 95 mm	42 × 130 mm	185 × 30 mm	90 × 63 mm
im Anschnitt*	103 × 146 mm	–	–	–	–	–	–
sw-Preis	1.180,– €	970,– €	970,– €	970,– €	870,– €	870,– €	870,– €
Preis 2-farbig	1.330,– €	1.120,– €	1.120,– €	1.120,– €	1.020,– €	1.020,– €	1.020,– €
Preis 4-farbig	1.630,– €	1.420,– €	1.420,– €	1.420,– €	1.320,– €	1.320,– €	1.320,– €

Formate: Breite × Höhe

* zuzüglich 3 mm Beschnitt an allen Heftaußenkanten

2 Zuschläge:

Platzierung

4. Umschlagseite	10 % vom Grundpreis
2. + 3. Umschlagseite	10 % vom Grundpreis

Farbe

Farbe wird über Farbzuschlag berechnet (nicht rabattierbar).

je Farbe (Euroskala)	300,– €
Zuschlag 4-farbig	900,– €
1/3 Seite und kleiner je Farbe	150,– €
je Sonderfarbe HKS	750,– €
Sonderfarbe Pantone	auf Anfrage

Format

Inselanzeigen	70 % vom 1/1-Grundpreis
angeschnittene Anzeigen	10 % vom Grundpreis
bindende Platzierung	10 % vom Grundpreis

3 Rabatte:

Bei 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:

Stellenanzeigen (pro mm und Spalte) 2,80 €

5 Sonderwerbeformen:

Beihefter

2-seitig (unbeschnitten: 213 × 307 mm)	2.655,– €
4-seitig (unbeschnitten: 426 × 307 mm)	4.995,– €

(andere Beihefterumfänge auf Anfrage)

Beilagen (lose eingelegt, nicht rabattierbar)

bis 25 g	‰ 240,– €
bis 50 g	‰ 290,– €
Für jede weiteren 10 g	‰ 15,50 €

zuzüglich Mehrporto

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

Preis (maschinelle Klebung)	‰ 85,– €
Preis (manuelle Klebung)	‰ 165,– €

zuzüglich Mehrporto

6 Kontakt:

Torsten Ernst (verantwortlich)
Telefon: 030 42151-238
E-Mail: aua.anzeigen@hussmedien.de

7 Zahlungsbedingungen/ Bankverbindung:

Commerzbank
Konto-Nr.: 976005901
BLZ: 120 400 00

IBAN: DE61 1204 0000 0976 0059 01
BIC: COBADEFFXXX

USt-Ident-Nr.: DE 137189299

14 Tage nach Erhalt der Rechnung netto.
Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

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 = 2 × je 67 mm, 1 × 40 mm

2 Druck- und Bindeverfahren: Offsetdruck, Drahtrückstichheftung
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-1a, PDFX-3 oder PDFX4)
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.

Programme: InDesign, Illustrator, Photoshop QuarkXpress.
Daten aus anderen Programmen nur auf Anfrage.

5 Farben: Der Druck erfolgt nach der Euroskala im Prozessstandard Offsetdruck (PSO) mit den Grundfarben Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz.

Profile: ISOcoated_v2_eci.icc (in der Regel Papiertyp 1 Fogra 39L).
Das entsprechende Profil zur Bildseparation und PDF-Ausgabe finden Sie auf der Internetseite des ECI (www.eci.org).

6 Proof: Von jeder Seite wird ein farbverbindliches Proof nach „Medienstandard Druck" (bvdm) oder je Farbe ein sw-Ausdruck benötigt mit jeweiliger Angabe der Farbe (EURO-Skala, HKS, Pantone).
Farbandrucke 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
Telefax: 030 42151-480
E-Mail: aua.anzeigen@hussmedien.de

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.

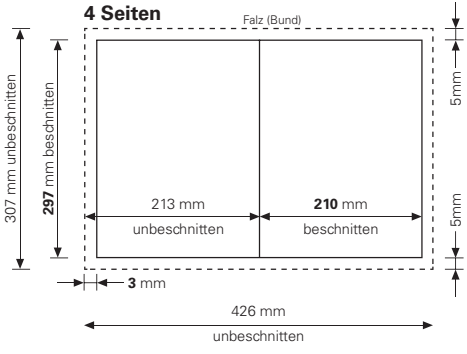
Formate: unbeschnitten
1 Blatt (= 2 Seiten) 213 mm breit × 307 mm hoch
2 Blatt (= 4 Seiten) 426 mm breit × 307 mm hoch
3 Blatt (= 6 Seiten) 614 mm breit × 307 mm hoch
4 Blatt (= 8 Seiten) = 2 × 2 Blatt

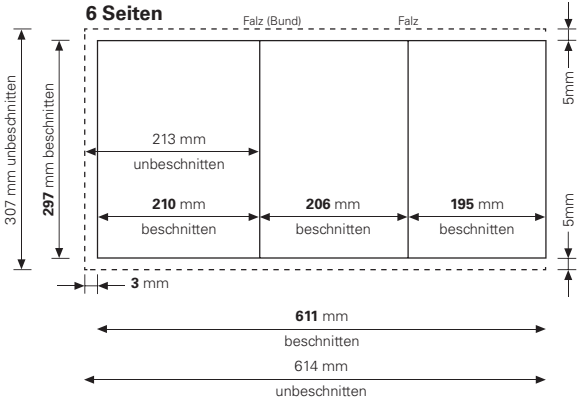
Technische Angaben: Beihefter sind unbeschnitten anzuliefern, mehrblättrige Beihefter müssen gefalzt angeliefert werden.
Die Vorderseite des Beihefters ist zu kennzeichnen.
Beihefter müssen in der Art und Ausführung so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Aufbereitung und Bearbeitung entfällt.
Erschwernisse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

Benötigte Liefermenge: 8.100 Exemplare einschließlich Zuschuss

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

Beschnittschema Rückstichheftung:





Die Zeitschrift **Arbeit und Arbeitsrecht** ist geheftet.

Beilagen, Aufgeklebte Werbemittel

Formate und technische Angaben

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 einschließlich Zuschuss

Anliefertermin: Bis spätestens 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.

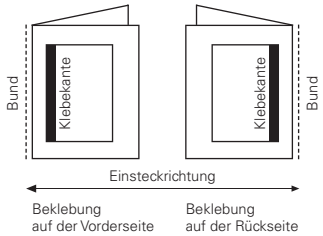
Aufgeklebte Postkarten: Aufgeklebte Postkarten (Mindestpapiergewicht 150 g/m²) und Warenmuster auf Einheftern oder ganzseitigen Anzeigen müssen zusätzlich als Beilagen berechnet werden. Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage des Anzeigenmotivs mit aufgeklebter Postkarte (Standmuster), notfalls 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 bei Gesamtauflage einschl. Zuschuss

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

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



Versandanschrift: Möller Pro Media GmbH
Zeppelinstraße 6
16356 Ahrensfelde/OT Blumberg

Liefervermerk: Für Arbeit und Arbeitsrecht Nr. X/2022,
Name des Kunden, Bezeichnung der Drucksache,
Auflagenhöhe, Lieferanzahl der Paletten/Pakete

1 Auflagenkontrolle:

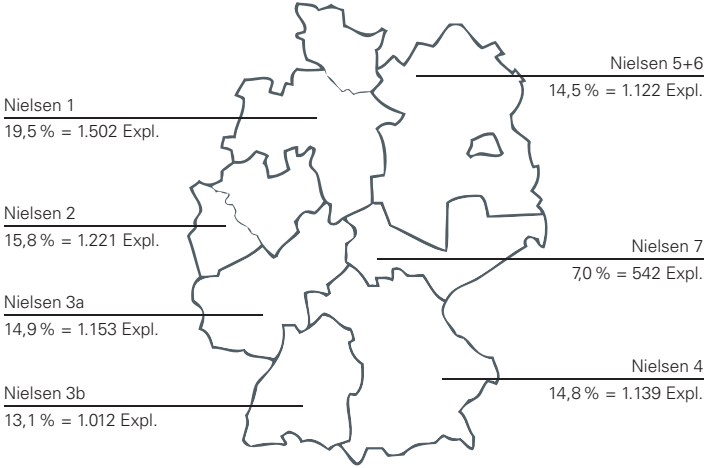
2 Auflagenanalyse: Expemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt (1. März 2020 bis 28. Februar 2021)

Druckauflage	8.000		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	7.725	davon Ausland:	34
Verkaufte Auflage:	3.236	davon Ausland:	34
abonnierte Exemplare:	2.618	davon Mitgliederstücke:	0
Einzelverkauf:	0		
sonstiger Verkauf:	618		
Freistücke:	4.489		
Rest-, Beleg- und Archivexemplare:	275		

3 Geografische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	99,6	7.691
Ausland	0,4	34
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	7.725

3.1 Verbreitung nach Nielsengebieten:



Beschreibung der Erhebungsmethode auf Seite 12.

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

1 Untersuchungsmethode:
Verbreitungsanalyse 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: 54.227

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 50.820
(Wechsel nach jeder Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

Verkaufte Auflage		3.236
davon: abonnierte Exemplare	2.618	
Einzelverkauf	0	
sonstiger Verkauf	618	
Freistücke		4.489
davon: ständige Freistücke	171	
wechselnde Freistücke	4.235	
Werbeexemplare	83	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		7.725
davon: Inland	7.691	
Ausland	34	

3 Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)		7.725 =	100,0 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:		83 =	1,1 %
Einzelverkauf	0		
sonstiger Verkauf	618		
Werbeexemplare	83		
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)		7.642 =	98,1 %

3.2 Tag der Datei-Auswertung:
26. Juli 2021

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:
entfällt

3.5 Definition des Lesers:
Seite 13

3.6 Zeitraum der Untersuchung:
1. März 2019 bis 1. Februar 2020

3.7 Durchführung der Untersuchung:
Verlag

Lernen Sie unsere Leser kennen

goodluz/stock.adobe.com

Personalleiter

65 % der Leserschaft

40–60 Jahre alt

- Verfügt über einen Abschluss in einer betriebswirtschaftlichen Fachrichtung
- Führt Mitarbeiter
- Nutzt in der AuA insbesondere die arbeitsrechtlichen Entscheidungen und Urteile
- Sucht schnellen Zugriff auf Fachinformationen
- Nutzt Print- und Onlinemedien
- Ist in engem Austausch mit der Geschäftsleitung und setzt strategische Ziele um
- Nutzt beruflich soziale Netzwerke wie Xing oder LinkedIn
- Entscheidet über Budgets

sergey/stock.adobe.com

Rechtsanwalt

10 % der Leserschaft

35–55 Jahre alt

- Verfügt über eine juristische Ausbildung
- Ist in größeren Unternehmen als „Justiziar" oder in „eigener Kanzlei" tätig
- Seine Aufgaben sind stärker juristisch geprägt
- Nutzt juristische Fachdatenbanken
- Ist Berater der Geschäftsführung in allen arbeitsrechtlichen Fragestellungen
- Ist Investitionsentscheider für Wissensmanagement

elnariz/stock.adobe.com

Geschäftsführer

10 % der Leserschaft

45–60 Jahre alt

- Führt Mitarbeiter
- In kleinen Unternehmen gleichzeitig auch Personalleiter
- Nutzt in der AuA insbesondere die arbeitsrechtlichen Entscheidungen und Urteile
- Sucht schnellen Zugriff auf Fachinformationen
- Nutzt Online- wie Printmedien
- Beschäftigt sich mit Personalthemen: Mitarbeiterführung-, motivation, -zufriedenheit, New Work, arbeitsrechtliche Fragestellungen etc.
- Ist Investitionsentscheider

gorgz/stock.adobe.com

HR-Mitarbeiter

10 % der Leserschaft

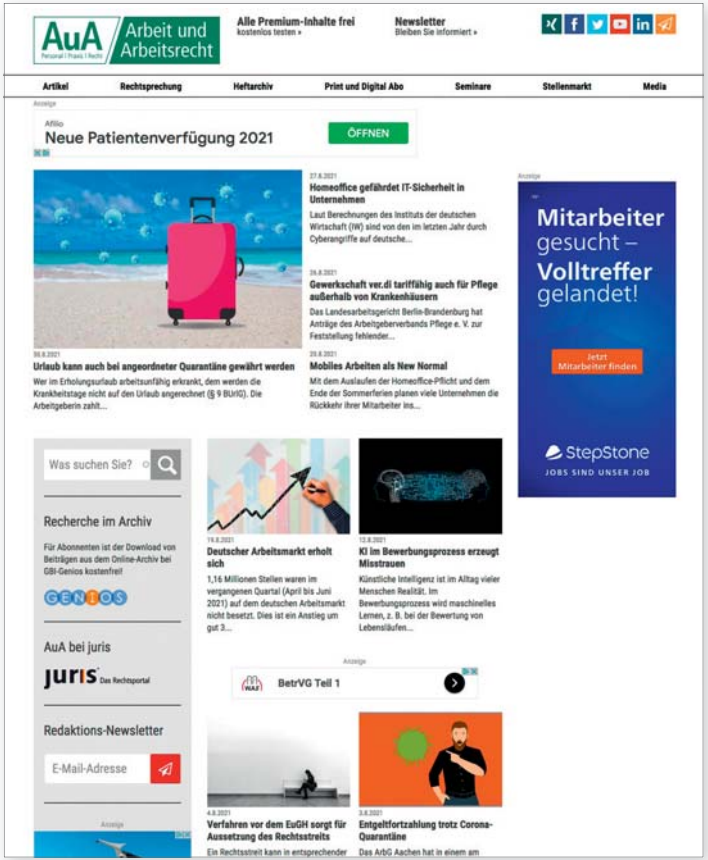
25–40 Jahre alt

- Verfügt über einen Abschluss in einer betriebswirtschaftlichen Fachrichtung
- Nutzt in der AuA gerne die Praxisbeispiele
- Benötigt regelmäßig Hilfe bei Fachthemen
- Vertraut Branchenexperten
- Unterstützt das Recruiting
- Setzt sich für die Zufriedenheit der Mitarbeiter ein
- Nutzt eher Onlinemedien
- Nutzt beruflich soziale Netzwerke wie Xing oder LinkedIn

Allgemeine Aussagen: Leser der Fachzeitschrift Arbeit und Arbeitsrecht stehen mit beiden Beinen im Leben und sind offen für Produkte und Dienstleistungen, die im Arbeitsalltag zur Unterstützung der eigenen Arbeit eingesetzt werden können. Die großen Themen der Zielgruppe sind arbeitsrechtliche Fragestellungen, Recruiting, Mitarbeiterzufriedenheit, -bindung und -motivation sowie der Fachkräftemangel. Kleine Investitionsentscheidungen können selbst beauftragt werden, größere Entscheidungen obliegen dem Geschäftsführer oder Abteilungsleiter.

Quelle: Redaktionelle Leserbefragung 2017.

Web-Adresse:	**www.arbeit-und-arbeitsrecht.de**
Kurzcharakteristik:	Die Website für das Personalmanagement
Zielgruppe:	Personalleiter und -referenten, Geschäftsführer sowie Entscheider und Mitentscheider der Personalbranche
Verlag:	HUSS-MEDIEN GmbH 10400 Berlin · Deutschland Hausanschrift: Am Friedrichshain 22 10407 Berlin
Ansprechpartner Redaktion:	Andreas Krabel, Chefredakteur E-Mail: andreas.krabel@hussmedien.de Telefon: 030 42151-302
Ansprechpartner Online-Werbung:	Simone Ritter E-Mail: aua.anzeigen@hussmedien.de Telefon: 030 42151-238
Zahlungs-bedingungen/ Bankverbindung:	Commerzbank Konto-Nr.: 976005901 BLZ: 120 400 00 IBAN: DE61 1204 0000 0976 0059 01 BIC: COBADEFFXXX USt-Ident-Nr.: DE 137189299 14 Tage nach Erhalt der Rechnung netto. Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.



Rubriken: gesamte Website im Rotationsverfahren mit höchstens 3 weiteren Bannern oder exklusiv

Dateiformate: GIF, JPG, PNG maximal 100 kB
HTML, Javascript

Die Dateigröße versteht sich als Summe aus Quellcode und eingebetteten Grafiken.

Dauer der Animation 15 Sekunden

Lieferadresse: Bitte senden Sie die Werbemittel für Ihre Kampagne an folgende E-Mail-Adresse:
aua.anzeigen@hussmedien.de

Lieferfrist: spätestens 5 Arbeitstage 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
- Buchungszeitraum
- Platzierung auf der Site
- Ansprechpartner
- Klick-URL
- Kampagnenname
- belegte Site
- Werbeformat
- Motivname (optional)
- Alt-Text (optional)

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

Sonderwerbeform

Online-Advertorial
Werben Sie exklusiv mit bis zu 3.000 Zeichen sowie Bild, Video und Dokumenten im redaktionellen Umfeld auf der Website und im Newsletter.

Laufzeit: 4 Wochen, **Impressions:** ca. 60.000, **Preis:** 2.900 €

	Werbeform	Format (Breite × Höhe)	Platzierung	TKP (Preis je 1.000 AI)
	Billboard	bis maximal 930 × 300 (oder Standard 800 × 250) Pixel	direkt unter der Hauptnavigation	215,– €
	Super Banner	728 × 90 Pixel	direkt unter der Hauptnavigation	145,– €
	Full Banner	468 × 60 Pixel	gesamte HP oben oder im Content	110,– €
	Half Page rechts	300 × 600 Pixel	rechts außen	125,– €
	Half Page links	300 × 600 Pixel	linke Sidebar	125,– €
	Skyscraper rechts	120 × 600 Pixel	rechts außen	90,– €
	Skyscraper links	120 × 600 Pixel	linke Sidebar	90,– €
	Wide Skyscraper rechts	160 × 600 Pixel	rechts außen	105,– €
	Wide Skyscraper links	160 × 600 Pixel	linke Sidebar	105,– €
	Medium Rectangle	300 × 250 Pixel	linke Sidebar	110,– €
	Mobile Banner	300 × 100 Pixel	gesamte HP (nur mobil)	40,– €

Name:	Arbeit und Arbeitsrecht Newsletter
Kurzcharakteristik:	Der Redaktions-Newsletter erscheint zu aktuellen Themen und beleuchtet Trends; Terminhinweise zu Messen und Events sowie Literaturtipps runden das Angebot ab.
Zielgruppe:	Der Newsletter erreicht Abonnenten, die an News und Produkten aus dem Fachgebiet interessiert sind. Die Abonnenten kommen aus dem Personalwesen.
Erscheinungsweise:	wöchentlich
Verlag:	HUSS-MEDIEN GmbH 10400 Berlin · Deutschland Hausanschrift: Am Friedrichshain 22 10407 Berlin
Ansprechpartner Redaktion:	Andreas Krabel, Chefredakteur E-Mail: andreas.krabel@hussmedien.de Telefon: 030 42151-302
Ansprechpartner Anzeigen:	Simone Ritter E-Mail: aua.anzeigen@hussmedien.de Telefon: 030 42151-238
Zahlungs-bedingungen/ Bankverbindung:	Commerzbank Konto-Nr.: 976005901 BLZ: 120 400 00 IBAN: DE61 1204 0000 0976 0059 01 BIC: COBADEFFXXX USt-Ident-Nr.: DE 137189299 14 Tage nach Erhalt der Rechnung netto. Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

AuA Personal | Praxis | Recht
Arbeit und Arbeitsrecht

Corona: Auswirkungen in der Arbeitswelt

Die Corona-Pandemie hat ihre Spuren hinterlassen, wenngleich ein Ende (zumindest in den westlichen Industriestaaten) in Sicht ist. Was aber hat sie positiv wie negativ mit der Arbeitswelt gemacht und was sagen die Betroffenen zu den Veränderungen? Eine weltweite Umfrage unter den Beschäftigten offenbart interessante Einblicke in das Seelenleben der Werktätigen rund um den Globus und gewährt gleichermaßen einen Ausblick auf das „New Normal" und dessen Bedingungen. Beitrag aus AuA 7/21 lesen

Anzeige

Deutsche **Arbeitsrechtskonferenz 2021**
Miteinander – Gegeneinander: Brennpunkte im betrieblichen Alltag
11. November 2021 | Sofitel München Bayerpost

Die magischen sechs Wochen

Im Jahr 2019 war ein durchschnittlicher Arbeitnehmer 18,4 Arbeitstage arbeitsunfähig erkrankt, wobei mit 80 % der überwiegende Teil der Krankschreibungen nach zwei Wochen bereits wieder beendet war. Die Gewährung von Entgeltfortzahlung ist in diesen Fällen i. d. R. leicht zu handhaben. Wie verhält es sich aber mit der Entgeltfortzahlungspflicht, wenn Arbeitnehmer aufgrund mehrerer Atteste von verschiedenen Fachärzten länger als sechs Wochen fehlen?
Premium-Beitrag aus AuA 7/21 lesen

Kündigungen vermeiden – arbeitsrechtliche Strategien in der Transformation

Online-Seminar am 14. Juli 2021 | 10:30 bis 12:00 Uhr
Das Problem eines notwendigen Personalabbaus wird meistens durch den Ausspruch von Kündigungen gelöst. Gestaltungsmöglichkeiten wie die Einführungen eines Freiwilligenprogrammes, die Errichtung einer Transfergesellschaft und die Durchführung einer gezielten Personalpolitik, die zur Vermeidung einer Kündigung führen könnten, werden in der Praxis noch nicht ausreichend in Betracht gezogen. Dem soll das Online-Seminar durch die Darstellung der Vor- und Nachteile dieser Instrumente und ihrer verschiedenen Ausprägungen entgegenwirken.

Zum Online-Seminar | Zum Online-Seminarprogramm

Rabatte: Bei Abnahme innerhalb 12 Monaten (Insertionsjahr):

Malstaffel

bei 3 Schaltungen	5 %
bei 6 Schaltungen	8 %
bei 9 Schaltungen	10 %
bei 12 Schaltungen	12 %

Dateiformate: JPG, PNG 100 kB

Newsletterformat: HTML und Text

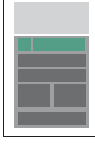
Lieferadresse: Bitte senden Sie die Werbemittel für Ihre Kampagne an folgende E-Mail-Adresse:
aua.anzeigen@hussmedien.de

Lieferfrist: spätestens 5 Arbeitstage 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
- Buchungszeitraum
- Platzierung auf der Site
- Ansprechpartner
- Klick-URL
- Kampagnenname
- belegte Site
- Werbeformat
- Motivname (optional)
- Alt-Text (optional)

	Werbeform	Format (Breite × Höhe)	Platzierung	Preis je Ausgabe
	Full Banner	468 × 60 Pixel	horizontal, über dem Inhalt	375,– €
	Special NL Banner*	650 × 85 Pixel	horizontal, über gesamte Newsletterbreite	385,– €
	Medium Rectangle	300 × 250 Pixel	seitenintegriert, im zweispaltigen Teil	320,– €
	Textanzeige	maximal 600 Zeichen inklusive Leerzeichen	Anzeige in Textform in Newsletter implementiert	510,– €
	**Textanzeige mit Bild**	maximal 500 Zeichen inklusive Leerzeichen + Bild	Anzeige in Textform in Newsletter implementiert, mit Bild	540,– €

* Weitere Formate auf Anfrage.

17. Kongress Arbeitsrecht 2022

15. und 16. Februar 2022 im Estrel Berlin und digital

Kongress: Der Kongress bietet Geschäftsführern, Personalleitern, Verbandsjuristen und Fachanwälten für Arbeitsrecht ein hochkarätiges Kommunikationsforum. Die Veranstaltung vermittelt den Teilnehmern in kompakter Form Kenntnisse und Erfahrungen darüber, was im neuen Jahr an rechtspolitischen Entwicklungen und an der Rechtsprechung wichtig ist.

Zielgruppe: Geschäftsführer und Vorstände, Personalleiter, Verbandsjuristen und Fachanwälte

Teilnehmerzahl: ca. 200 Personen

Tagungsort und digital:
Estrel Berlin, Sonnenallee 225 in 12057 Berlin
Telefon: +49 30 6831-0
E-Mail: hotel@estrel.com

Jetzt Sponsor werden!

Fordern Sie unsere Sponsorenmappe an oder sprechen Sie uns persönlich an!

Ihr Ansprechpartner:
Simone Ritter
Telefon: +49 30 42151-238
Telefax: +49 30 42151-480
E-Mail: aua.anzeigen@hussmedien.de

Weitere Infos im Netz unter: www.kongress-arbeitsrecht.de

Weitere Veranstaltungsformate: Round Table, Workshops/Seminare, Roadshows, Online-Seminare u. v. m.

Sprechen Sie uns an!

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) für Anzeigen, Fremdbeilagen und Online-Werbung

www.huss-mediasales.de/agb

1. **„Anzeigenauftrag"** im Sinn der nachfolgenden 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 gewährenden Rabatte. Rechtsverbindliche Anzeigenaufträge kommen erst durch schriftliche Bestätigung des Auftrags zustande.
2. **Abruf:** Anzeigen und Fremdbeilagen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb 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 zu den vertraglich vereinbarten Konditionen bzw. nach Preisliste abzurufen.
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 von der Online-Werbung verlinkt werden soll, aufrecht zu erhalten. Vorbehaltlich entgegenstehender Individualvereinbarungen sind die vom Bannersystem des Verlags genannten Werte bei den Visits und Page Impressions maßgeblich.
5. **Ablehnung von Aufträgen:** Der Verlag ist berechtigt, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtauftrages – nach sachgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, vom deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder Beilagen durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung, der Zeitschrift oder des verlagseigenen Online-Angebots erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich nach Kenntniserlangung des betreffenden Inhalts mitgeteilt. Online-Werbeformen, die im Widerspruch zu diesen Bestimmungen stehen, können auch nachträglich aus dem Online-Angebot entfernt werden.
6. **Anzeigenschluss:** Die in den Preislisten angegebenen Anzeigenschlüsse sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, Anzeigenschlusstermine kurzfristig, dem Produktionsablauf entsprechend, anzupassen.
7. Das **Storno** von bereits gebuchten Aufträgen durch den Auftraggeber ist bis 14 Tage vor Anzeigenschluss (Print) bzw. Beginn der Kampagne (Online) möglich. Danach fallen Stornogebühren in Höhe von 50 % des Bruttopreises an. Bei Stornierungen nach Anzeigenschluss werden 100 % Stornogebühr vom Gesamtpreis fällig. Kündigungen und Rücktritte, die nach dem Anzeigenschluss bzw. dem Beginn der Kampagne eingehen, werden frühestens für die nächste Print-Ausgabe bzw. Online-Kampagne wirksam. Allerdings können Anzeigenaufträge nach Anzeigenschluss bzw. dem Beginn der Kampagne grundsätzlich nur aus wichtigem Grund gekündigt werden. Für die **Kündigung** reichen Telefax oder E-Mail.
8. **Platzierung von Anzeigen:** Anzeigen werden in bestimmten Nummern, Ausgaben oder an bestimmten Stellen der Druckschrift oder den Online-Medien veröffentlicht, wenn dies bei der Auftragserteilung schriftlich, auch per Telefax und E-Mail vereinbart und vom Verlag bestätigt wird. Rubrikanzeigen werden grundsätzlich nur in der jeweiligen Rubrik veröffentlicht. Sofern keine eindeutigen Platzierungsvorgaben gemacht werden, kann der Verlag die Platzierung frei bestimmen.
9. **Haftung für die Inhalte der Anzeige:** Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige und/oder der Online-Werbeform sowie hinsichtlich der hierfür zur Verfügung gestellten Materialien. 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 storniert 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 Inserent, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs. Erscheinen nicht rechtzeitig sistierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keine Ansprüche gegen den Verlag zu.
10. **Druckunterlagen:** Für die rechtzeitige und einwandfreie Lieferung des Anzeigentextes in Druckunterlagen, Beilagen sowie in der Online-Werbung ist der Auftraggeber verantwortlich. Die Schlusstermine für Druckunterlagen sind der jeweiligen Anzeigenpreisliste des Verlages zu entnehmen.
    Gefahrübergang ist mit Eingang der Unterlagen beim Verlag oder der Online-Werbeformen. Die Übersendung von mehr als zwei Farbvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus.
    Soweit möglich, wird der Verlag jedoch für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen unverzüglich Ersatz anfordern.
    Rücksendung: Druckunterlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet sechs Wochen nach der Veröffentlichung der Anzeige. An den Verlag übermittelte Datenträger mit Druckvorlagen gehen in das Eigentum des Verlages über. Sie werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und gegen eine Versandgebühr von 5,00 € an den Auftraggeber auf dessen Risiko zurück gesendet.
    Abdruckhöhe von Anzeigen: Sind keine besonderen Größenvorschriften vereinbart oder vorgegeben, wird die Anzeige mit der für eine solche Anzeige üblichen Höhe abgedruckt und berechnet. Weicht bei einer fertig angelieferten Druckunterlage die Abdruckhöhe von der bestellten Abdruckhöhe im Auftrag ab, gilt das Maß der in Abdruck gebrachten Anzeigenhöhe. Angefangene Millimeter werden dabei auf volle Millimeter nach oben gerundet.
    Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht innerhalb der gesetzten Frist zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge.
    Werden **Druckvorlagen oder Online-Werbung digital** (z. B. Diskette, CD-ROM) oder durch Fernübertragung (z. B. ISDN, E-Mail) papierlos an den Verlag übermittelt, gelten zusätzlich die folgenden Bestimmungen:
    Dateiformat: 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. Anzeigenvorlagen sollten nur mit geschlossenen Dateien digital übertragen werden, die der Verlag inhaltlich nicht ändern kann. Der Verlag kann offene Dateien (z. B. unter Corel Draw, QuarkXPress, Freehand gespeicherte Dateien) ablehnen. Der Verlag haftet nicht bei fehlerhafter Veröffentlichung von Anzeigen (Print), die mit offenen Dateien übermittelt werden.
    Online-Werbung darf nach Absprache mit dem Verlag nur in geeigneten Dateiformaten angeliefert werden. Die Vorgaben des Verlags sind zu beachten. Der Verlag haftet nicht für fehlerhaft angelieferte Dateien.
    Farbanzeigen: Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist vom Auftraggeber ein Farb-Proof mitzuliefern. Digital erstellte Prüfdrucke müssen zur Kontrolle der Farbverbindlichkeit den FOGRA/UGRA-Medienkeil in der aktuellen Version enthalten. Andrucke müssen einen offiziellen Druckkontrollstreifen aufweisen. Ohne Farb-Proof des Auftraggebers sind Farbabweichungen unvermeidbar. Diese können keine Ersatzansprüche des Auftraggebers auslösen. 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 Farbanpassung ist eine farblich richtige Umsetzung in üblichen Toleranzen gewährleistet.
    Computerviren: Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten bzw. gespeicherten Dateien frei von Computerviren sind. Der Verlag ist berechtigt, Dateien mit Computerviren zu löschen, ohne dass dem Auftraggeber hieraus Ansprüche entstünden. Der Verlag behält sich zudem vor, den Auftraggeber auf Schadenersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Auftraggeber infiltrierten Computerviren dem Verlag Schaden entstanden ist.
11. **Anzeigenbeleg:** Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg in Kopie. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
12. **Chiffreanzeigen:** Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen zur Abholung aufbewahrt bzw. dem Auftraggeber auf dem normalen Postweg weitergeleitet, auch wenn es sich um Einschreibesendungen und Eilbriefe handelt. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Ansonsten werden nicht abgeholte Zuschriften vernichtet. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Der Auftraggeber kann den Verlag berechtigen, Zuschriften auf Ziffernanzeigen zu öffnen.
13. **Errechnung Abnahmemenge:** Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
14. Zusätzliche **Satzkosten:** Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen. Gleiches gilt für vom Auftraggeber gelieferte Druckvorlagen, deren Behandlung oder nachträgliche Änderung zusätzliche Kosten verursachen.
15. **Nachlässe:** Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
16. **Preisänderungen:** Bei Änderung der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge – sofern keine anders lautende, schriftliche Vereinbarung getroffen wurde – mit dem Einführungstermin des neuen Tarifs in Kraft.
17. **Abweichende Preise:** Für Anzeigen in Verlagsbeilagen und redaktionell gestaltete Anzeigen, Anzeigen in Sonderveröffentlichungen und Kollektiven sowie für die Onlinewerbung und für Anzeigen, welche nach Anzeigenschluss verkauft werden, kann der Verlag von der Preisliste abweichende Preise festlegen.
18. **Auflagenminderung:** Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn die in der Preisliste garantierte verkaufte Auflage im Gesamtdurchschnitt des vergangenen Insertionsjahres laut IVW-Meldungen um 30 % unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungs- 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.
19. **Rechnungen** sind innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungslegung zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Der Verlag ist berechtigt, fehlerhafte Rechnungen innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung zu korrigieren.
20. Bei **Zahlungsverzug** oder Stundung werden die gesetzlichen Zinsen, im kaufmännischen Geschäftsverkehr in Höhe von 9 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz der Europäischen Zentralbank ab Fälligkeit des Rechnungsbetrages, sowie einer Verzugsschadenspauschale in Höhe von 40,00 € berechnet, die auf einen geschuldeten Schadensersatz anzurechnen ist, soweit der Schaden nachweislich höher ist (z. B. wegen Kosten der Rechtsverfolgung). Die Pauschale fällt auch bei verspäteten Abschlags- oder Ratenzahlungen an. (§ 288 BGB n. F.) Zahlungsfristen betragen im kaufmännischen Geschäftsverkehr längstens 60 Tage, es sei denn, darüber hinausgehende Zahlungsfristen sind für den Gläubiger nicht grob unbillig. Ist der Auftraggeber Verbraucher liegt der Zinssatz im Verzugfall bei 5 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz. Dies gilt auch im Fall der Stundung. Die Geltendmachung eines weiteren Verzugsschadens behält sich der Verlag gegenüber Unternehmern und Verbrauchern vor. Den Vertragspartnern bleibt es jedoch vorbehalten, im einzelnen einen niedrigeren oder einen höheren Schaden nachzuweisen. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug von Unternehmern und Verbrauchern 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.
21. **Gewährleistung:** Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckunterlagen und rechtzeitiger Reklamation kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige (Nacherfüllung) oder Minderung des Anzeigenpreises in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt ist, verlangen.
    Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst bei der Produktion 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. Der Verlag ist nicht verpflichtet, die Druckunterlagen auf Vollständigkeit und Richtigkeit zu überprüfen.
    Die Gewährleistung bei **Online-Werbung** ist auf solche Fehler in der Wiedergabe der Online-Werbeform beschränkt, die in der Einflusssphäre des Verlags, d. h. insbesondere auf dem Server des Verlags entstehen bzw. begründet sind. Die Gewährleistung gilt ferner nicht für unwesentliche Fehler, z. B. dann, wenn die Beeinträchtigung bei der Wiedergabe der Online-Werbeform deren Zweck nicht wesentlich beeinträchtigt. Dem Auftraggeber ist bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jederzeit eine gänzlich fehlerfreie Wiedergabe der Online-Werbeform zu ermöglichen. Bei einem Ausfall des Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 % der gebuchten Zeit) einer zeitgebundenen Festbuchung, wird der Verlag versuchen, den Ausfall an Medialeistung nachzuliefern oder die Zeit der Insertion zu verlängern, sofern dies den Interessen des Auftraggebers nicht zuwiderläuft. Im Falle des Scheiterns einer Nachlieferung innerhalb der ursprünglich gebuchten Insertion bzw. nach Verlängerung des Insertionszeitraumes, entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für die in dem Zeitraum nicht realisierten bzw. durchschnittlich nicht angefallenen Medialeistungen. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen. Im Übrigen liegt ein Fehler nicht vor bei einem Ausfall des vom Verlag genutzten Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.
    Beachtet der Auftraggeber diese Geschäftsbedingungen oder die Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen und Online-Werbung nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu.
    Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch zeitbedingt bestmögliche Wiedergabe der Anzeige im Rahmen der durch die Druckvorlagen gegebenen Möglichkeiten.
    Reklamationen offensichtlicher Mängel müssen vom Auftraggeber spätestens innerhalb von vier Wochen nach Veröffentlichung schriftlich geltend gemacht werden. Sämtliche Gewährleistungsansprüche verjähren mit Ablauf des 31. Dezember des auf die Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige oder Beilage folgenden Jahres.

22.a) Zur **Haftung,** gleich aus welchem Rechtsgrund einschließlich unerlaubter Handlungen, ist der Verlag nur verpflichtet, soweit Schäden
(1) durch schuldhafte Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht (Kardinalpflicht) durch den Verlag in eine das Erreichen des Vertragszwecks gefährdenden Weise verursacht werden oder
(2) auf grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz von dem Verlag zurückzuführen sind.

b) Haftet der Verlag gemäß Ziffer a) (1) für die Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht, ohne dass ihm grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz zur Last fallen, ist die Haftung von dem Vertrag auf die vereinbarten Anzeigenpreise beschränkt.

c) Haftet der Verlag gemäß 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, Mangelfolgeschäden, entgangenen Gewinn und Ersatz vergeblicher Aufwendungen haftet der Verlag nicht, sofern diese nicht auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit von Organen oder leitenden Angestellten des Verlags zurückzuführen sind.

e) Ansonsten ist jede Haftung des Verlages auf solche typischen Schäden beschränkt, mit deren Eintritt der Verlag nach den ihm bei Vertragsabschluss bekannten Umständen vernünftigerweise rechnen konnte.

f) Der Ausschluss oder die Begrenzung von Ansprüchen gem. den vorstehenden Ziffern a) bis e) schließt Ansprüche gegen Mitarbeiter und Beauftragte des Verlags ein.

g) Eine Haftung des Verlages wegen Personenschäden, Fehlens zugesicherter Eigenschaften oder nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt.

h) Keine Ansprüche des Auftraggebers bestehen für den Fall, dass die Nichtverfügbarkeit auf Arbeiten oder Wartungsaufgaben beruht, die lediglich im Interesse des Auftraggebers erfolgen.

i) 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 Auftraggeber hat dann bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Die eventuell entstehenden Mehrkosten z. B. zur Nachbesserung der Druckunterlagen oder für Maschinenstillstand müssen weiterberechnet werden.

j) **Fälle höherer Gewalt** wie z. B. Arbeitskampfmaßnahmen, Beschlagnahme, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung oder Betriebsstörungen entbinden den Verlag von der Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz. Kann der Verlag demnach die Aufträge mit 80 % der verkauften Auflage erfüllen, so hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen. Geringere Leistungen sind nach dem Tausender-Seitenpreis gemäß der im Tarif genannten verkauften Auflage zu bezahlen.

23. **Erfüllungsort** und **Gerichtsstand** ist der Sitz des Verlags, soweit hierüber eine Vereinbarung gesetzlich zulässig ist. Auf den Vertrag findet deutsches Recht Anwendung, wobei zwingendes Verbraucherrecht des Landes, in dem Sie sich gewöhnlich aufhalten, anwendbar bleibt.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlags

a) Die allgemeinen und unsere zusätzlichen Geschäftsbedingungen, die Auftragsbestätigung und die jeweils gültige Preisliste sind für jeden Auftrag maßgebend. Abweichende Geschäftsbedingungen werden erst gültig durch schriftliche Bestätigung des Verlags.

b) Die **Werbungsmittler** und **Werbeagenturen** sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
Bei Auftraggebern/Werbeagenturen, die zum ersten Mal mit dem Verlag in Geschäftsverbindung treten, kann **Vorauskasse** bis zum Anzeigenschlusstermin verlangt werden.

d) Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art (inklusive Internet) erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs- und sonstigen Rechte, insbesondere zur Vervielfältigung, 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. Der Auftraggeber garantiert, dass er diese Nutzungsrechte frei von Rechten Dritten an den Verlag überträgt, andernfalls er den Verlag von allen Rechten Dritter freistellt, einschließlich der Kosten für die Rechtsverfolgung.

huss

Fach-Publikationen
der HUSS-Verlagsgruppe Berlin · München

HUSS-MEDIEN GmbH
Am Friedrichshain 22
10407 Berlin
Tel. +49 30 42151-0
management@hussmedien.de
www.huss.de

HUSS-VERLAG GmbH
Joseph-Dollinger-Bogen 5
80807 München
Tel. +49 89 32391-0
management@hussverlag.de
www.huss.de

tw.huss-verlag.de
xi.huss-verlag.de
li.huss-verlag.de

Bestellen Sie noch heute Ihr Probeexemplar und die aktuellen Mediadaten!