

REITs  
Deutschland  
[www.reits-in-deutschland.de](http://www.reits-in-deutschland.de)

REITUP  
Das Magazin von REITs in Deutschland

# Mediadaten 2010

# Profil

REITs in Deutschland ist die Plattform für die REITs-Community in Deutschland. Wir bieten aktuelle und fundiert recherchierte Informationen zum Thema kapitalmarktorientierte Immobilienanlage mit Fokus auf Real Estate Investment Trusts und Immobilien-AGs. Unsere Nutzer beziehungsweise Leser sind institutionelle Investoren aus dem In- und Ausland, Vertreter von REITs und Immobilien-AGs, Experten aus den Bereichen Rechts- und Steuerberatung sowie Wirtschaftsprüfung, Analysten und Journalisten, Politiker und Privatanleger.

Die Website [www.reits-in-deutschland.de](http://www.reits-in-deutschland.de) berichtet über wichtige Ereignisse in der Branche. Dabei wollen wir aktuell sein, Hintergründe darlegen und Zusammenhänge aufzeigen. In einer separaten Rubrik erläutern wir das in Deutschland noch wenig bekannte REIT-Konzept. Ein wöchentlicher kostenloser E-Mail-Newsletter bringt die Abonnenten schnell und effizient auf den neuesten Stand.

Das Magazin **REIT up** erscheint quartalsweise im Wechsel als gedruckte Ausgabe und als PDF-Magazin und gibt einen umfassenden Einblick in die REIT-Branche. Wir zeigen auf, wohin Märkte und Unternehmen steuern. Mit Fachbeiträgen, Experteninterviews und Hintergrundberichten treiben wir die Diskussion zum Thema REIT voran.

Ein hoher redaktioneller Anspruch, eine klare, verständliche Sprache und ein Layout, das Lust aufs Lesen macht, sind uns wichtig.

REITs in Deutschland arbeitet mit nationalen und internationalen Institutionen zusammen, die sich wie wir für eine positive Entwicklung der kapitalmarktorientierten Immobilienanlage engagieren. Kooperationen bestehen zum Beispiel mit der Deutschen Börse sowie mit den Branchenvertretungen der REITs in Großbritannien und den USA.

# Daten

[www.reits-in-deutschland.de](http://www.reits-in-deutschland.de)

Internet-Präsenz zu Real Estate Investment Trusts, über neun URLs erreichbar.

Englische Version direkt erreichbar über

[www.reits-in-germany.com](http://www.reits-in-germany.com) oder durch Button auf der deutschen Homepage.

Rund 6.000 Nutzer pro Monat (Stand: 2009).



Homepage der Website

**REIT up:** Vierfarbdruck, Format DIN A4

**REIT up express:** Vierfarb-PDF, bildschirmoptimiert

Versand an einen qualifizierten Verteiler aus Personen in Fach- und Führungspositionen von Unternehmen mit hoher Affinität zu REITs und kapitalmarktorientierten Immobilienanlagen (Institutionelle Investoren und Privatanleger, REITs und Immobilien-AGs, Immobilienunternehmen, Analysten, Berater, Journalisten).

Außerdem Auslage der gedruckten Hefte bei Veranstaltungen mit besonderer Relevanz für die Immobilienbranche: Expo Real, Fachkonferenz Initiative Immobilienaktie ...

**Gedruckte Auflage**

2.000 Stück

Titel „REIT up“



# Nutzer

REITs in Deutschland ist das einzige auf REITs und kapitalmarktorientierte Immobilienanlagen spezialisierte Medium Deutschlands. Die Nutzer unserer Website sind Vertreter von Unternehmen und Privatleute, die sich beruflich mit Immobilien-AGs und REITs befassen – ob als Emittent, Banker, Analyst oder Berichterstatter – sowie ein wachsender Kreis von Privatanlegern. Für viele Interessenten aus dem Ausland ist die Plattform wichtige Anlaufstelle, wenn sie sich dem deutschen Markt nähern.

## Was Nutzer über uns sagen

„REITs in Deutschland ist das führende Informationsportal zu Real Estate Investment Trusts in Deutschland. Seine tagesaktuelle und qualitativ hochwertige Informationsaufbereitung macht es zu einem Muss für jeden REIT-Professional.“

**Hans Volkert Volckens, Geschäftsführer Hannover Leasing GmbH & Co. KG**

„Damit die Immobilie dauerhaft als eigenständige Asset-Klasse etabliert werden kann, müssen sich die verschiedenen Marktteilnehmer stets aktuell informieren können. REITs in Deutschland ist hierfür ein wichtiges Medium.“

**Kai Klose, Immobilienaktienanalyst**

„Einer der Schlüssel zum dauerhaften Erfolg von Real Estate Investment Trusts in Deutschland liegt darin, dass Immobilienbranche und Kapitalmarktvertreter eine Plattform zum Dialog untereinander und mit den Investoren finden. Genau das bietet REITs in Deutschland.“

**Prof. Dr. Karl-Werner Schulte, HonRICS CRE Honorarprofessor für Immobilienwirtschaft am IREBS, Institut für Immobilienwirtschaft der Universität Regensburg, Wissenschaftlicher Leiter und Geschäftsführer IREBS Immobilienakademie.**

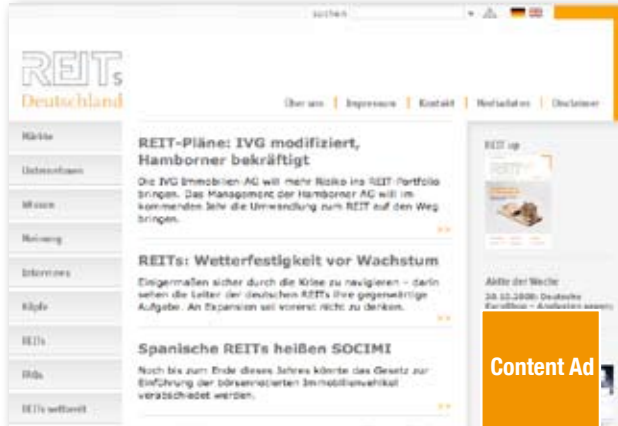
# Anzeigenformate

Es stehen unterschiedliche Formate für Print- und Online-Werbung zur Verfügung. Beachten Sie auch unsere attraktiven Kombinationsangebote.

## Formate Online: Websites

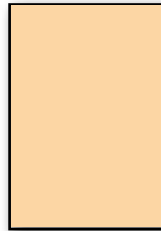
Full-Size Banner

Half-Size Banner

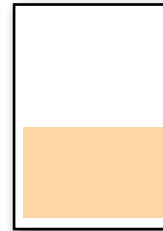


S  
k  
y  
s  
c  
r  
a  
p  
e  
r

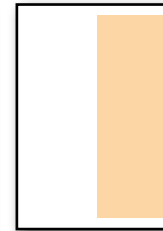
## Formate Print: REIT up



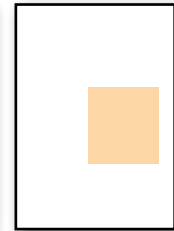
1/1 Seite



1/2 Seite quer



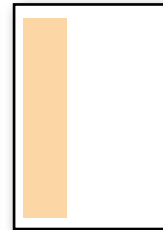
1/2 Seite hoch



Inselanzeige



1/3 Seite quer



1/3 Seite hoch



Titel-Anhefter

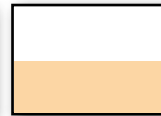
## Formate PDF: REIT up express



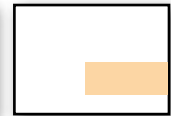
1/1 Seite



1/2 Seite hoch



1/2 Seite quer



Titelsponsor

## Formate Newsletter

Textanzeige 400 oder 600 Zeichen, RTF-Format

# Preise

## Standardformate REIT up

Format	Breite x Höhe in mm	Preis (Euro)
1/1 Umschlag Rückseite	210 x 297	2.400,-
1/1 Umschlag vorn innen	210 x 297	1.900,-
1/1 Seite innen	210 x 297	1.500,-
1/2 Seite quer innen	165 x 125	1.000,-
1/2 Seite hoch innen	80 x 255	1.000,-
1/3 Seite quer innen	165 x 85	800,-
1/3 Seite hoch innen	55 x 165	800,-

## Inselanzeigen REIT up

Einspaltige Anzeigen im Satzspiegel.

Breite x Höhe in mm	Preis (Euro)
80 x 60	300,-
80 x 90	450,-
80 x 120	600,-

## Titel-Anhefter REIT up

Anhefter am Hefttitel. Auf der Vorderseite Anzeigenfeld, Rückseite des Anhefters vollflächig als Anzeige.

Format	Breite x Höhe in mm	Preis (Euro)
Anzeigenfeld Vorderseite	115 x 115	3.250,-
Innenseite Anhefter	115 x 297	

## Standardformate REIT up express

Format	Breite x Höhe in mm	Preis (Euro)
1/1 Seite	265 x 180	1.000,-
1/2 Seite hoch	138 x 180	750,-
1/2 Seite quer	265 x 90	750,-
Sponsor (Hinweis auf Titelseite)	138 x 75	1.400,-

## Textanzeige Newsletter

Textanzeige inklusive Angabe Links, Laufzeit vier Ausgaben.

Format	Preis (Euro)
bis zu 600 Zeichen	600,-
bis zu 400 Zeichen	400,-

# Preise

## Permanentbanner

Buchung in Wochenabschnitten, Darstellung des Banners auf den Homepages und allen Unterseiten.

Website deutschsprachig

Format	Größe in Pixel (Breite x Höhe)	Preis (Euro) pro Woche
Full-Size Banner	468 x 60	175,-
Half-Size Banner	234 x 60	125,-
Content Ad	180 x 180	150,-
Skyscraper (Höhe variabel)	140 x X	200,-

Website englischsprachig

Format	Größe in Pixel (Breite x Höhe)	Preis (Euro) pro Woche
Full-Size Banner	468 x 60	100,-
Half-Size Banner	234 x 60	75,-
Content Ad	180 x 180	100,-
Skyscraper (Höhe variabel)	140 x X	125,-

Website deutsch- und englischsprachig

Format	Größe in Pixel (Breite x Höhe)	Preis (Euro) pro Woche
Full-Size Banner	468 x 60	225,-
Half-Size Banner	234 x 60	150,-
Content Ad	180 x 180	175,-
Skyscraper (Höhe variabel)	140 x X	300,-

## Rotationsbanner

Anzeige erscheint im Wechsel mit maximal drei weiteren Anzeigen. Belegung: deutsche und englische Website.

Format	Größe in Pixel (Breite x Höhe)	Preis (Euro) pro Woche
Full-Size Banner	468 x 60	100,-
Skyscraper (Höhe variabel)	140 x X	150,-

Mindestlaufzeit jeweils 1 Woche.  
Angebot vorbehaltlich Verfügbarkeit.

# Angebote

REITs in Deutschland gewährt bei Mehrfachschaltungen und bei der kombinierten Buchung von Print- und Online-Werbung attraktive Rabatte.

## Paket „Jahresschaltung“

Anzeige in vier Ausgaben von REITup (Print und express) plus Rotationsbanner im Format Skyscraper (140 x X Pixel). Laufzeit des Banners acht Wochen in Wochenabschnitten wählbar, Zeitraum vorbehaltlich Verfügbarkeit.

Format	Breite x Höhe in mm	Preis (Euro)
1/1 Seite innen + Banner	210 x 297	3.500,-
1/2 Seite quer innen + Banner	165 x 125	2.500,-
1/3 Seite quer innen + Banner	165 x 85	2.000,-

## Kombinationsangebot „Print und Online“

Print-Anzeige plus Rotationsbanner (Format Skyscraper) auf [www.reits-in-deutschland.de](http://www.reits-in-deutschland.de) (deutsche und englische Fassung). Laufzeit des Banners drei Wochen, Zeitraum vorbehaltlich Verfügbarkeit.

Format	Breite x Höhe in mm	Preis (Euro)
1/1 Seite innen + Banner	210 x 297	1.750,-
1/2 Seite quer innen + Banner	165 x 125	1.250,-

## Kombinationsangebot „Print und PDF“

Je eine Anzeige in REIT up und REIT up express, aufeinanderfolgende Ausgaben.

Format	Breite x Höhe in mm	Preis (Euro)
1/1 Seite innen + 1/1 Seite PDF	210 x 297/283 x 196	2.500,-
1/2 Seite quer innen + 1/1 Seite PDF	165 x 125/183 x 196	1.500,-

## Mengen und Malstaffeln

Mengenstaffel Print, Rabatt auf den jeweils ausgewiesenen Listenpreis:

ab zwei Seiten	10 %
ab vier Seiten	15 %

Malstaffel, Rabatt auf den jeweils ausgewiesenen Listenpreis:

zweimalige Buchung	10 %
dreimalige Buchung	12 %
viermalige Buchung	15 %

Rabattfähig sind sämtliche „Standardformate“, das Format „Titel-Anhefter“ sowie die Kombinationsangebote „Print und Online“. Nicht unter die Mengen- und Malstaffel fallen „Inselanzeigen“.

# Technisches

## Termine im Jahr 2010

### **Ausgabe 1\_2010**

REIT up express im PDF-Format

Erscheinungstermin: 18. Januar 2010

Anzeigenschluss: 4. Januar 2010

Druckunterlagenschluss: 11. Januar 2010

### **Ausgabe 2\_2010** (HB Jahreskonferenz)

Erscheinungstermin: 19. April 2010

Anzeigenschluss: 1. April 2010

Druckunterlagenschluss: 8. April 2010

### **Ausgabe 3\_2010**

REIT up express im PDF-Format

Erscheinungstermin: 8. Juli 2010

Anzeigenschluss: 1. Juli 2010

Druckunterlagenschluss: 6. Juli 2010

### **Ausgabe 4\_2010** (ExpoReal, Fachkonferenz IIA,

Deutsches Eigenkapitalforum)

Erscheinungstermin: 27. September 2010

Anzeigenschluss: 17. September 2010

Druckunterlagenschluss: 15. September 2010

## Technische Anforderungen

### **Online-Werbung**

**(reits-in-deutschland.de, reits-in-germany.com)**

- Anzeigenschluss: zwei Tage vor dem Kampagnenstart (nach Vereinbarung)
- Dateigröße: max. 30 KB
- Format: GIF oder JPEG

### **Print-Werbung**

**(Magazin REIT up)**

- Anzeigenanlieferung in folgenden Formaten: druckfähiges PDF
- 4 Farben Euroskala Zeitungsstandard, CMYK, Sonderfarben gegen Aufpreis möglich
- Ganzseitige Anzeigen bitte mit 3 mm Beschnitt
- Garantie für exakte Farbgenauigkeit nur bei Anfertigung eines farbverbindlichen Proofs (gegen Aufpreis möglich)

# Kontakt

REITs in Deutschland  
RiD Real Estate Information GmbH  
Münchener Straße 36  
60329 Frankfurt am Main  
Tel. 069 / 27 13 89 – 18  
Fax 069 / 27 13 89 – 77  
Mail: [verlag@reits-in-deutschland.de](mailto:verlag@reits-in-deutschland.de)

Geschäftsführer: Matthias Freutel-Thoms  
Amtsgericht Frankfurt am Main, HRB 81235

# AGB

## Allgemeine Geschäftsbedingungen der RiD Real Estate Information GmbH für Printanzeigen und Online-Werbung

### § 1 Allgemeines

Die nachstehenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend: „AGB“) der RiD Real Estate Information GmbH (nachfolgend: „Verlag“) für Printanzeigen und Online-Werbung gelten ausschließlich; entgegenstehende oder von diesen Bedingungen abweichende Bedingungen des Kunden erkennt der Verlag nicht an. Diese Bedingungen gelten auch dann, wenn der Verlag in Kenntnis entgegenstehender oder von diesen Bedingungen abweichender Bedingungen des Kunden die Leistungen an den Kunden vorbehaltlos ausführt.

### § 2 Anzeigenauftrag, Ablehnungsbefugnis

- (1) „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Bedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen des Kunden zum Zwecke der Werbung in einer Druckschrift und/oder auf der Website des Verlages. Beilagen zu einer Printausgabe bedürfen einer gesonderten Vereinbarung.
- (2) Aufträge für Anzeigen, die ausdrücklich in bestimmten Printausgaben oder auf bestimmten Sites der Website veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig bei dem Verlag eingehen, dass dem Kunden noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist.
- (3) Anzeigen- und Druckunterlagenschluss sowie Erscheinungstermine sind nicht verbindlich und können vom Verlag geändert werden.

- (4) Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses über mehrere Anzeigen – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen gesetzliche Bestimmungen oder gerichtliche sowie behördliche Anordnungen verstößt oder dem Verlag unzumutbar ist.
- (5) Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag als „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
- (6) Grundsätzlich können die Anzeigen nur in den Formaten veröffentlicht werden, die in der jeweils gültigen Preisliste ausgewiesen sind. Sonderformate oder Beilagen bedürfen der gesonderten Vereinbarung.
- (7) Ein Anzeigenauftrag kommt erst durch schriftliche Auftragsbestätigung durch den Verlag, welche auch per E-Mail erfolgen kann, zustande. Verfügbarkeitsanfragen und deren Beantwortung stellen keinen Vertragsabschluss dar.
- (8) Bei einem Anzeigenauftrag einer Agentur für ihren Kunden, behält sich der Verlag vor, einen Nachweis der Kundenbeziehung zu verlangen. Die Agentur oder sonstige Werbemittler verpflichten sich, sich bei Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit ihre Kunden an die Verlagspreisliste zu halten.

### § 3 Lieferung, Inhalte

(1) Für die Lieferung geeigneter, einwandfreier Inhalte und Dateien ist der Kunde allein verantwortlich. Bei Printanzeigen müssen die Dateien zum für die jeweilige Ausgabe in den Mediadaten des Verlages ausgewiesenen Druckunterlagenschluss, mindestens jedoch zehn Werktagen vor Drucklegung, bei Online-Werbung zwei Tage vor Online-Schaltung beim Verlag eingegangen sein. Eine rechtzeitige Freigabe muss vom Kunden gewährleistet werden.

(2) Werden die Dateien nicht termingerecht geliefert und/oder die Anzeige nicht freigegeben, kann ein bestimmtes Veröffentlichungsdatum nicht gewährleistet werden. Die Anzeige erscheint dann zu einem neuen Zeitpunkt, der gesondert vereinbart werden muss. Ersatzansprüche gegen den Verlag sind diesbezüglich ausgeschlossen. Der Verlag ist hierbei berechtigt, eventuelle Mindereinnahmen bis zu 30% des Nettoauftragswerts gesondert zu berechnen.

(3) Der Kunde trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Anzeige zur Verfügung gestellten Inhalte und bei Online-Werbung ebenso für die von der Anzeige verlinkte Website. Der Verlag ist nicht verpflichtet, die vom Kunden gelieferte Inhalte auf die Beeinträchtigung von Rechten Dritter oder auf die Vereinbarkeit mit gesetzlichen oder behördlichen Bestimmungen zu prüfen. Der Kunde sichert zu, dass er dem Verlag die zur Veröffentlichung der Inhalte notwendigen Rechte einräumen kann.

(4) Der Kunde stellt den Verlag von sämtlichen Ansprüchen Dritter frei, die diese gegen Verlag aus einer Verletzung ihrer Rechte aus den vom Kunden gelieferten Inhalten und Anzeigen bzw. der Veröffentli-

chung geltend machen. Dies schließt auch die Rechtsverfolgungskosten ein. Gleiches gilt, soweit Behörden, Gerichte, Wettbewerber oder Verbände Maßnahmen wegen der Inhalte gegen den Verlag ergreifen.

### § 4 Stornierung

Die Stornierung eines Anzeigenauftrags ist bis vierzehn Tage vor Drucklegung bei Printanzeigen und sieben Tage vor Online-Schaltung bei Online-Werbung möglich und hat schriftlich per Brief oder Fax zu erfolgen. Stornierungen nach diesen Zeitpunkten berechtigen den Verlag zur vollen Berechnung des vereinbarten Anzeigenpreises, ohne dass der Verlag zu einer späteren Veröffentlichung verpflichtet ist.

### § 5 Verfügbarkeit

(1) Der Verlag hat bei ganz oder teilweise eingeschränkter Verfügbarkeit der Anzeige, die durch den Verlag zu vertreten ist, das Recht zur Ersatzschaltung, aber nur in dem Ausmaß, in dem die Anzeige nicht verfügbar war. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Verfügbarkeit der Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Kunde ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages.

(2) Der Verlag übersendet dem Kunden mit der Rechnung zwei Belegexemplare der Printausgabe. Bei Online-Werbung oder Nichtverfügbarkeit von Printausgaben, übermittelt der Verlag eine rechtsverbindliche Bescheinigung über die Veröffentlichung und Verbreitung bzw. die Page Impressions der Anzeige.

## § 6 Preise, Agenturprovision; Zahlungsverzug

(1) Soweit nicht gesondert vereinbart, gilt die jeweils zum Vertragsschluss geltende Preisliste des Verlages, welche in den Mediadaten auf der Website des Verlages abrufbar ist. Die Preise verstehen sich zuzüglich der jeweils geltenden Mehrwertsteuer in der gesetzlichen Höhe. Produktions- oder sonstige zusätzliche Kosten sind nicht in der Preisliste enthalten und müssen gesondert vergütet werden. Rabatte bedürfen der gesonderten schriftlichen Vereinbarung.

(2) Eventuelle Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Nachlässe für Agenturen und sonstige Werbemittler für einen Anzeigenauftrag, den sie im eigenen Namen und für eigene Rechnung auf den Nettolistenpreis erhalten, bestimmen sich nach dem Nettorechnungsbetrag nach allen Abzügen.

(3) Die Vergütung ist nach erster Schaltung der Anzeige zur Zahlung fällig. Rechnungen sind innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungserhalt ohne Abzug zu zahlen. Der Abzug von Skonto bedarf der gesonderten schriftlichen Vereinbarung.

(4) Kommt der Kunde in Zahlungsverzug, so ist der Verlag berechtigt, Verzugszinsen gem. § 288 BGB zu fordern. Der Nachweis eines höheren Schadens bleibt vorbehalten. Der Kunde ist berechtigt, einen niedrigeren Schaden nachzuweisen. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen.

(5) Aufrechnungsrechte stehen dem Kunden nur zu, wenn seine Gegenansprüche rechtskräftig festgestellt, unbestritten oder vom

Verlag anerkannt sind. Außerdem ist der Kunde zur Ausübung eines Zurückbehaltungsrechts nur insoweit befugt, als sein Gegenanspruch auf demselben Vertragsverhältnis beruht.

## § 7 Höhere Gewalt, Gewährleistung, Haftung

(1) Fällt die Durchführung eines Anzeigenauftrags aus Gründen aus, die der Verlag nicht zu vertreten hat, insbesondere bei höherer Gewalt, so wird die Durchführung des Auftrages nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Verlages bestehen. Im Falle, dass die Durchführung des Auftrages nicht innerhalb angemessener und zumutbarer Zeit nachgeholt werden kann, hat der Kunde Anspruch auf Rückzahlung der von ihm insoweit entrichteten Vergütung. Weitere Ansprüche des Kunden sind ausgeschlossen.

(2) Die Gewährleistungsfrist beträgt ein Jahr nach erfolgter Schaltung der Printanzeige bzw. nach Online-Schaltung der Online-Werbung.

(3) Die geschaltete Anzeige ist vom Kunden auf Mängel zu prüfen und bei Vorliegen solcher diese unverzüglich zu rügen. Erfolgt eine rechtzeitige Rüge nicht, gilt die Anzeige als genehmigt.

(4) Der Verlag haftet nach den gesetzlichen Vorschriften ohne Begrenzung der Schadenshöhe für Schäden, die durch Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit der gesetzlichen Vertreter oder leitenden Angestellten des Verlages verursacht wurden. Darüber hinaus haftet der Verlag unabhängig vom Rechtsgrund nur für Schäden, die durch fahrlässige Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht verursacht wurden.

(5) Die Haftung des Verlages ist auf den typischen Schaden begrenzt, mit dessen Entstehung der Verlag bei Vertragsschluss rechnen musste. Der Verlag gewährleistet nicht für den Erfolg der Anzeige und haftet nicht für mittelbare Schäden, Folgeschäden, entgangenen Gewinn und ausgebliebene Einsparungen.

(6) Die unbeschränkte Haftung des Verlages für Verletzung von Körper, Leben und Gesundheit sowie die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz wird durch die vorstehenden Haftungsbegrenzungen nicht berührt.

#### **§ 8 Besondere Bestimmungen für Printanzeigen**

(1) Ist kein bestimmter Veröffentlichungstermin genannt, sind Anzeigen innerhalb eines Jahres abzurufen, bei Aufträgen über mehrere Anzeigen sind diese innerhalb eines Jahres nach Veröffentlichung der ersten Anzeige abzurufen.

(2) Der Verlag gewährleistet nicht den Abdruck der Anzeige an einem bestimmten Platz, es sei denn, eine abweichende Vereinbarung wurde getroffen.

(3) Der Kunde hat die Anzeige im vereinbarten und druckfertigen Format zu liefern. Der Druck erfolgt im Vierfarbdruck nach Euroskala (CMYK), Sonderfarben sind gegen Aufpreis gesondert zu vereinbaren.

(4) Eine exakte Farbgenauigkeit wird vom Verlag nur bei Anfertigung eines kostenpflichtigen Proofs und dessen Freigabe durch den Kunden gewährleistet. Soweit der Kunde nach Anzeigenschluss und vor Drucklegung Änderungen an der Printanzeige wünscht, sind die dies-

bezüglichen Kosten des Verlages vom Kunden gesondert zu vergüten. (5) Soweit die Anzeige vom Kunden nicht druckfertig geliefert wird, sind Reinzeichnungs- und Satzkosten gesondert vom Kunden zu vergüten.

(6) Der Verlag ist berechtigt, aber nicht verpflichtet, die übermittelten Druckunterlagen mehr als einen Monat nach Erscheinen der Anzeige aufzubewahren.

#### **§ 9 Besondere Bestimmungen für Online-Werbung**

(1) Der Kunde verpflichtet sich, die Inhalte der Online-Werbung in dem vereinbarten Dateiformat und Dateigröße zu liefern.

(2) Soweit die Anzeige nicht auf den Servern des Verlages, sondern auf einem Server eines vom Kunden bestimmten Dritten gespeichert ist und der Verlag die Schaltung über eine vom Kunden bereitgestellte URL vornimmt, besteht keine Gewährleistung oder Haftung für die Verfügbarkeit und Fehlerfreiheit des Werbemittels.

(3) Der Verlag ist berechtigt, die Schaltung der Online-Werbung zu unterbrechen, soweit ein hinreichender Verdacht auf die Rechtswidrigkeit der Inhalte der Anzeige oder der mit der Anzeige per Link verbundenen Website besteht, insbesondere bei Abmahnungen wegen angeblicher Verletzung von Rechten Dritter oder behördlichen Ermittlungen. Der Verlag wird den Kunden über die Sperrung informieren. Soweit der Grund für die Sperrung in dem Verantwortungsbereich des Kunden fällt, hat diese Sperrung keine Minderung der Vergütung zur Folge und ggf. anfallenden Kosten des Verlages sind vom Kunden zu

erstatten. Der Verlag hat das Recht den Anzeigenvertrag fristlos zu kündigen und die volle Vergütung abzüglich der ersparten Aufwendungen zu verlangen.

(4) Der Verlag gewährleistet die Erreichbarkeit der Anzeige auf seiner Website für die vereinbarten Page Impressions (Sichtkontakte). Für den Nachweis der Page Impressions gelten die vom Server des Verlages ermittelten Werte. Die Online-Schaltung erfolgt im Rahmen der technischen Rahmenbedingungen gegebenen Möglichkeiten. Die Nichterreichbarkeit wegen vom Verlag nicht zu verantwortenden Störungen in Netzen oder Rechnern Dritter (fremde Service Provider, Nutzer eigene Soft- und Hardware, Proxy-Servern etc.), berechtigen den Kunden nicht zu Minderung oder sonstigen Ersatzansprüchen.

## § 10 Schlussbestimmungen

(1) Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

(2) Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Ist der Auftraggeber Kaufmann, eine juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen, ist ausschließlicher Gerichtsstand ebenfalls der Sitz des Verlages.