

# DIE WIRTSCHAFT



Industrie- und Handelskammer  
Bonn/Rhein-Sieg

# MEDIADATEN 2025

## Das Magazin

---

### TITEL

DIE WIRTSCHAFT – Ihr Wirtschaftsmagazin von der Industrie- und Handelskammer Bonn/Rhein-Sieg.

### KURZCHARAKTERISTIK

DIE WIRTSCHAFT ist das offizielle Magazin der Industrie- und Handelskammer Bonn/Rhein-Sieg. Als regionales Wirtschaftsmagazin enthält es wertvolle Informationen, Tipps, Meldungen und Reportagen – für und aus dem Mittelstand der Region.

DIE WIRTSCHAFT richtet sich in erster Linie an Entscheider: vom mittelständischen Geschäftsführer bis zum Vorstandsvorsitzenden eines Global Players. Aktuelle Unternehmensnachrichten, Interviews, spannende Hintergrundgeschichten und packende Reportagen aus der Wirtschaftswelt sind fester Bestandteil des Magazins. Darüber hinaus gibt es nützliche Serviceseiten, Unternehmensporträts, interne Veranstaltungshinweise und regelmäßig erscheinende Sonderthemen im „Verlag Spezial“.

### ZIELGRUPPE

Zu den Lesern des IHK-Magazins zählen große und mittelständische Unternehmen, Einzelunternehmen und Selbstständige mit hoher Gewinnumlage. Zum Leserkreis gehören Inhaber, Geschäftsführer, Vorstandsmitglieder, Gesellschafter und leitende Angestellte. Diese Leserschaft zeichnet sich durch einen gehobenen Lebens- und Bildungsstandard sowie großes unternehmerisches Interesse aus.

### RUBRIKEN

- Querbeet (Zahlen + Fakten grafisch aufbereitet)
- News (Meldungen und Termine aus der Region)
- Titelstory
- Aus der Praxis (Kurzmeldungen)
- Wirtschaft regional
- Alles was Recht ist (+ Kurzmeldungen)
- IHK-Veranstaltungen
- Standort Wirtschaft
- Nachgefragt

## Das Magazin

---

### **ERSCHEINUNGSWEISE**

6 Ausgaben im Jahr  
(Feb/April/Juni/Aug/Okt/Dez)

### **Anzeigenschluss:**

jeweils zum 15. des Vormonats

### **Druckunterlagenschluss:**

jeweils zum 30. des Vormonats

### **Druckauflage:**

ca. 30.000 Stk.

### **Verbreitete Auflage:**

ca. 30.000 Stk.

### **HEFTFORMAT**

DIN A4 (210x297 mm)  
Satzspiegel: 185x256 mm

### **JAHRGANG**

79. Jahrgang 2025

### **UMFANGSANALYSE**

6 Ausgaben im Jahr 2024  
(Feb/April/Juni/Aug/Okt/Dez)

### **REICHWEITE**

Ergebnisse der bundesweiten BONSAI Research - Reichweitenstudie „Entscheiden im Mittelstand 2023“ ab Seite 12.

## Das Magazin

---

### ORGAN

DIE WIRTSCHAFT ist das Magazin der Industrie- und Handelskammer Bonn/Rhein-Sieg.

### HERAUSGEBER

IHK Industrie- und Handelskammer  
Bonn/Rhein-Sieg  
Körperschaft des öffentlichen Rechts  
Bonner Talweg 17  
53113 Bonn  
[www.ihk-bonn.de](http://www.ihk-bonn.de)

### REDAKTION

Sabine Blome  
Telefon: 0228 2284-136  
[blome@bonn.ihk.de](mailto:blome@bonn.ihk.de)

### VERLAG

wppt:kommunikation GmbH  
Treppenstraße 17-19  
42115 Wuppertal

Kinga Kolender  
Telefon: 0202 42966-13  
[k.kolender@wppt.de](mailto:k.kolender@wppt.de)  
[www.wppt.de](http://www.wppt.de)

### ANZEIGEN

Renate Vogel  
Telefon: 030 26393488  
[az@wirtschaft-brs.de](mailto:az@wirtschaft-brs.de)

### MITGLIEDSCHAFT

IHK-Zeitschriften eG  
([www.ihkzeitschriften.de](http://www.ihkzeitschriften.de))

## Verbreitungsgebiet

---

DIE WIRTSCHAFT ist ein regionales Business-to-Business-Magazin mit einer monatlichen Auflage von ca. 30.000 Exemplaren. Empfänger sind Unternehmer, Geschäftsführer, Gesellschafter und leitende Angestellte von Unternehmen im Kammerbezirk Bonn/Rhein-Sieg.



## Themenplan Verlag Spezial 2025

---

1. Digitalisierung, Sicherheit und KI
2. Gesundheitsmanagement und Weiterbildung
3. Verkehr, Logistik und Flottenmanagement
4. Wirtschaftsstandort Bonn Rhein-Sieg
5. Veranstaltungen, Messen und Events
6. Finanzen, Recht und Steuern

Unter dem Label Verlag Spezial werden auf 6 bis 12 Seiten Kernthemen der regionalen Wirtschaft behandelt. Innerhalb der wechselnden Themenschwerpunkte bieten sich für Kunden attraktive Möglichkeiten, ihr Unternehmen aufmerksamkeitsstark zu präsentieren.

### KONTAKT

Beratung/Buchung:  
Renate Vogel  
Telefon: 030 26393488  
az@wirtschaft-brs.de

Beispielseiten Verlag Spezial

**VERLAG SPEZIAL | LOGISTIK UND MODERNES FUHRMANAGEMENT**



### FIT FÜR DIE ZUKUNFT?

Ob Fuhrparkmanagement oder Supply Chain, der CIO-Anwalt von Unternehmen erlebt Transformationsdrängung aus zwei zentralen Sektoren. Neue Technologien helfen, Innovation zu realisieren. Wie können Partner zusammen, um bessere Nachhaltigkeit?

**Einzelhandels- und Logistik-Unternehmen** sind in der Lage, sich zu öffnen und zu integrieren. Die Integration von Logistik und Fuhrparkmanagement ist ein zentraler Bestandteil der Transformation. Die Integration von Logistik und Fuhrparkmanagement ist ein zentraler Bestandteil der Transformation. Die Integration von Logistik und Fuhrparkmanagement ist ein zentraler Bestandteil der Transformation.

**Einzelhandels- und Logistik-Unternehmen** sind in der Lage, sich zu öffnen und zu integrieren. Die Integration von Logistik und Fuhrparkmanagement ist ein zentraler Bestandteil der Transformation. Die Integration von Logistik und Fuhrparkmanagement ist ein zentraler Bestandteil der Transformation. Die Integration von Logistik und Fuhrparkmanagement ist ein zentraler Bestandteil der Transformation.



**Einzelhandels- und Logistik-Unternehmen** sind in der Lage, sich zu öffnen und zu integrieren. Die Integration von Logistik und Fuhrparkmanagement ist ein zentraler Bestandteil der Transformation. Die Integration von Logistik und Fuhrparkmanagement ist ein zentraler Bestandteil der Transformation. Die Integration von Logistik und Fuhrparkmanagement ist ein zentraler Bestandteil der Transformation.

**VERLAG SPEZIAL | LOGISTIK UND MODERNES FUHRMANAGEMENT**

### Leichter mit Leasing

Leasing ist ein beliebtes Finanzierungsinstrument, das in den letzten Jahren stark an Beliebtheit gewonnen hat. Es bietet Unternehmen eine flexible Möglichkeit, ihre Fixkosten zu senken und die Liquidität zu verbessern. Die Integration von Leasing in die Unternehmensstrategie ist ein zentraler Bestandteil der Transformation.

**Einzelhandels- und Logistik-Unternehmen** sind in der Lage, sich zu öffnen und zu integrieren. Die Integration von Logistik und Fuhrparkmanagement ist ein zentraler Bestandteil der Transformation. Die Integration von Logistik und Fuhrparkmanagement ist ein zentraler Bestandteil der Transformation. Die Integration von Logistik und Fuhrparkmanagement ist ein zentraler Bestandteil der Transformation.

**Einzelhandels- und Logistik-Unternehmen** sind in der Lage, sich zu öffnen und zu integrieren. Die Integration von Logistik und Fuhrparkmanagement ist ein zentraler Bestandteil der Transformation. Die Integration von Logistik und Fuhrparkmanagement ist ein zentraler Bestandteil der Transformation. Die Integration von Logistik und Fuhrparkmanagement ist ein zentraler Bestandteil der Transformation.



**Einzelhandels- und Logistik-Unternehmen** sind in der Lage, sich zu öffnen und zu integrieren. Die Integration von Logistik und Fuhrparkmanagement ist ein zentraler Bestandteil der Transformation. Die Integration von Logistik und Fuhrparkmanagement ist ein zentraler Bestandteil der Transformation. Die Integration von Logistik und Fuhrparkmanagement ist ein zentraler Bestandteil der Transformation.

**VERLAG SPEZIAL | DENKLEISTEN IN BÜRO UND GEG**



### NÄHER RAN

Hier Flexibilität bedeutet, neue Geschäftsmodelle. Big Data - das ist ein zentraler Bestandteil der Transformation. Die Integration von Big Data in die Unternehmensstrategie ist ein zentraler Bestandteil der Transformation. Die Integration von Big Data in die Unternehmensstrategie ist ein zentraler Bestandteil der Transformation.

**Einzelhandels- und Logistik-Unternehmen** sind in der Lage, sich zu öffnen und zu integrieren. Die Integration von Logistik und Fuhrparkmanagement ist ein zentraler Bestandteil der Transformation. Die Integration von Logistik und Fuhrparkmanagement ist ein zentraler Bestandteil der Transformation. Die Integration von Logistik und Fuhrparkmanagement ist ein zentraler Bestandteil der Transformation.

**Einzelhandels- und Logistik-Unternehmen** sind in der Lage, sich zu öffnen und zu integrieren. Die Integration von Logistik und Fuhrparkmanagement ist ein zentraler Bestandteil der Transformation. Die Integration von Logistik und Fuhrparkmanagement ist ein zentraler Bestandteil der Transformation. Die Integration von Logistik und Fuhrparkmanagement ist ein zentraler Bestandteil der Transformation.

**VERLAG SPEZIAL | DENKLEISTEN IN BÜRO UND GEG**

### WIR MACHEN ENERGIE AUS BIOMÜLL

WIRTSCHAFTS- UND UMWELTBEWAUSUNG

**Einzelhandels- und Logistik-Unternehmen** sind in der Lage, sich zu öffnen und zu integrieren. Die Integration von Logistik und Fuhrparkmanagement ist ein zentraler Bestandteil der Transformation. Die Integration von Logistik und Fuhrparkmanagement ist ein zentraler Bestandteil der Transformation. Die Integration von Logistik und Fuhrparkmanagement ist ein zentraler Bestandteil der Transformation.

**Einzelhandels- und Logistik-Unternehmen** sind in der Lage, sich zu öffnen und zu integrieren. Die Integration von Logistik und Fuhrparkmanagement ist ein zentraler Bestandteil der Transformation. Die Integration von Logistik und Fuhrparkmanagement ist ein zentraler Bestandteil der Transformation. Die Integration von Logistik und Fuhrparkmanagement ist ein zentraler Bestandteil der Transformation.

**ARBEITS- UND GESUNDHEITSPRÜFUNG**

**Dienstleistungs- und Seminare**

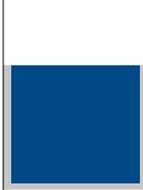
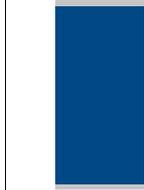
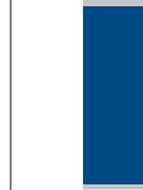
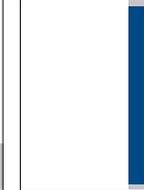
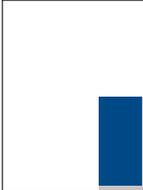
Arbeits- und Gesundheitsprüfung  
 Dienstleistungs- und Seminare  
 Arbeits- und Gesundheitsprüfung  
 Dienstleistungs- und Seminare

**WIR MACHEN ENERGIE AUS BIOMÜLL**

WIRTSCHAFTS- UND UMWELTBEWAUSUNG

WIR MACHEN ENERGIE AUS BIOMÜLL  
 WIRTSCHAFTS- UND UMWELTBEWAUSUNG

## Preisliste

<p>1/1 Seite</p>  <p>S: 185x256 mm A: 210x297 mm</p>	<p>2/3 Seite quer</p>  <p>S: 185x170 mm A: 210x196 mm</p>	<p>2/3 Seite hoch</p>  <p>S: 122x256 mm A: 134,5x297 mm</p>	<p>1/2 Seite quer</p>  <p>S: 185x134 mm A: 210x160 mm</p>	<p>1/2 Seite hoch</p>  <p>S: 90x256 mm A: 102,5x297 mm</p>	<p>1/3 Seite quer</p>  <p>S: 185x85 mm A: 210x101 mm</p>	<p>1/3 Seite hoch</p>  <p>S: 58x256 mm A: 70x297 mm</p>	<p>1/4 Seite quer</p>  <p>S: 185x65 mm A: 210x91 mm</p>	<p>1/4 Seite hoch</p>  <p>S: 42x256 mm A: 54,5x297 mm</p>
<p>1/4 Seite Eck</p>  <p>S: 90x134 mm A: keins</p>	<p>1/6 Seite Eck</p>  <p>S: 58x134 mm A: 70x160 mm</p>	<p>1/6 Seite quer</p>  <p>S: 185x50 mm A: 210x76 mm</p>	<p>1/8 Seite quer</p>  <p>S: 185x32 mm A: 210x58 mm</p>	<p>1/8 Seite hoch</p>  <p>S: 42x134 mm A: 54,5x160 mm</p>	<p>1/8 Seite Eck</p>  <p>S: 90x65 mm A: keins</p>	<p>1/12 Seite Eck</p>  <p>S: 58x70 mm A: keins</p>	<p>1/16 Seite hoch</p>  <p>S: 42x65 mm A: keins</p>	<p>1/16 Seite quer</p>  <p>S: 90x32 mm A: keins</p>

### Druckunterlagen: druckoptimierte PDF-Dateien

Alle Farbanzeigen müssen in 4c (CMYK) angelegt werden. Bei Anlieferung von nicht reprofähigen Vorlagen werden die anfallenden Satzkosten mit 65,- € (netto zzgl. gesetzlicher MwSt.) berechnet. Darin enthalten sind zwei Korrekturläufe.

S = Formate für Anzeigen im Satzspiegel (Breite x Höhe)

A = Formate für angeschnittene Anzeigen (Breite x Höhe)  
zzgl. 3 mm Beschnittzugabe

Anlieferung per E-Mail an: [az@wirtschaft-brs.de](mailto:az@wirtschaft-brs.de)

## Preisliste

---

FORMAT	ORTSPREIS	GRUNDPREIS
1/1 Seite	4.115 €	4.790 €
2/3 Seite	2.775 €	3.255 €
1/2 Seite	2.115 €	2.485 €
1/3 Seite	1.430 €	1.773 €
1/4 Seite	1.085 €	1.342 €
1/6 Seite	760 €	958 €
1/8 Seite	565 €	665 €
1/12 Seite	385 €	450 €
1/16 Seite	305 €	360 €

### ZUSCHLÄGE FÜR BESONDERE WERBEFLÄCHEN

2. und 3. Umschlagseite: 20%

4. Umschlagseite: 25%

### RABATTE

bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten

3 Schaltungen: 5%

6 Schaltungen: 10%

**Ortspreis:** für Direkt-Kunden im Bezirk der IHK Bonn/Rhein-Sieg bei direkter Auftragserteilung

**Grundpreis:** für Werbeagenturen und Kunden außerhalb des Bezirks der IHK Bonn/Rhein-Sieg

Alle Preise verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt.

## Preisliste

---

### BEILAGEN

**Ortspreis:** 142,- € pro 1.000 Exemplare, zzgl. gesetzlicher MwSt., inkl. Postvertriebsgebühr

**Grundpreis:** 149,- € pro 1.000 Exemplare, zzgl. gesetzlicher MwSt., inkl. Postvertriebsgebühr

**Format:** max. 200 mm breit x 287 mm hoch

**Gewicht:** max. 25 g Gesamtgewicht und 8 Seiten

**Teilbelegung:** ab ca. 10.000 Exemplaren nach einzelnen Postleitzahlen möglich. Die Abrechnung erfolgt nach kompletten Zustellbezirken.

### BEIHEFTER

**Ortspreis:** 164,- € pro 1.000 Exemplare zzgl. gesetzlicher MwSt. inkl. Postvertriebsgebühr

**Grundpreis:** 192,- € pro 1.000 Exemplare zzgl. gesetzlicher MwSt. inkl. Postvertriebsgebühr

**Format:** 200 x 290 mm (mehreseitig auf Anfrage)

**Gewicht:**  
max. 25 g Gesamtgewicht und 8 Seiten

**Belegung:** Nur Gesamtausgabe möglich

### UMHEFTER

**Ortspreis:** 6.443,- € zzgl. gesetzlicher MwSt.

**Grundpreis:** 7.551,- € zzgl. gesetzlicher MwSt.

#### Format:

Außen: 100 x 241 mm

Innen: 100 x 297 mm

### AUFGEKLEBTE WERBEMITTEL

Nur möglich bei Schaltung einer Anzeige im Format 1/1 Seite 4c

**Ortspreis:** 46,- € pro 1.000 Exemplare

**Grundpreis:** 54,- € pro 1.000 Exemplare

## Preisliste

---

### **ANLIEFERUNG BEILAGEN UND BEIHEFTER**

Ab 10.000 Exemplare + 2% Zuschuss  
(Genaue Spezifikation auf Anfrage)

### **LIEFERADRESSE FÜR BEILAGEN/BEIHEFTER/ AUFGEKLEBTE WERBEMITTEL**

Anlieferung spätestens 8 Werktage  
vor Erscheinen an:  
Bonifatius Druck GmbH  
Karl-Schurz-Str. 26  
33100 Paderborn

Beilagen müssen bei Anlieferung mit einem  
Hinweis auf den Werbeträger, den Verlag und  
die Ausgabe versehen werden.

### **ZAHLUNGSMETHODEN**

- zahlbar sofort nach Erhalt der Rechnung  
ohne Abzug
- 2% Skonto bei Vorauszahlung und  
Bankeinzugsverfahren

Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetz-  
lichen Mehrwertsteuer.

### **STORNO**

Eine kostenfreie Stornierung ist nur möglich bis  
spätestens 12 Werktage vor dem vereinbarten  
Erscheinen der Insertion. Darüber hinaus wird  
der vollständige Schaltungspreis fällig. Die Stor-  
nierung bedarf der Schriftform und kann per  
Post oder per E-Mail erfolgen. Eine telefonische  
oder mündliche Stornierung ist nicht möglich.

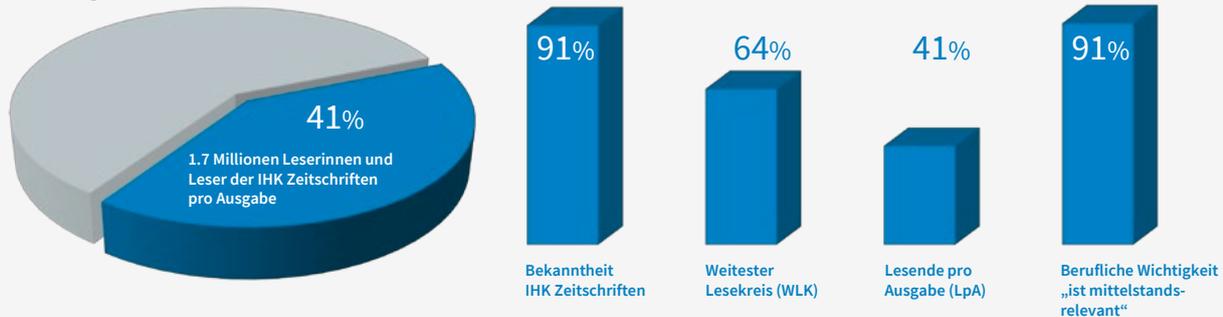
### **BANKVERBINDUNG**

Stadtsparkasse Wuppertal  
IBAN: DE12 3305 0000 0000 5786 66  
BIC: WUPSDE33XXX  
UID (VAT): DE209843526

## Entscheiderinnen und Entscheider im Mittelstand

### IHK Zeitschriften

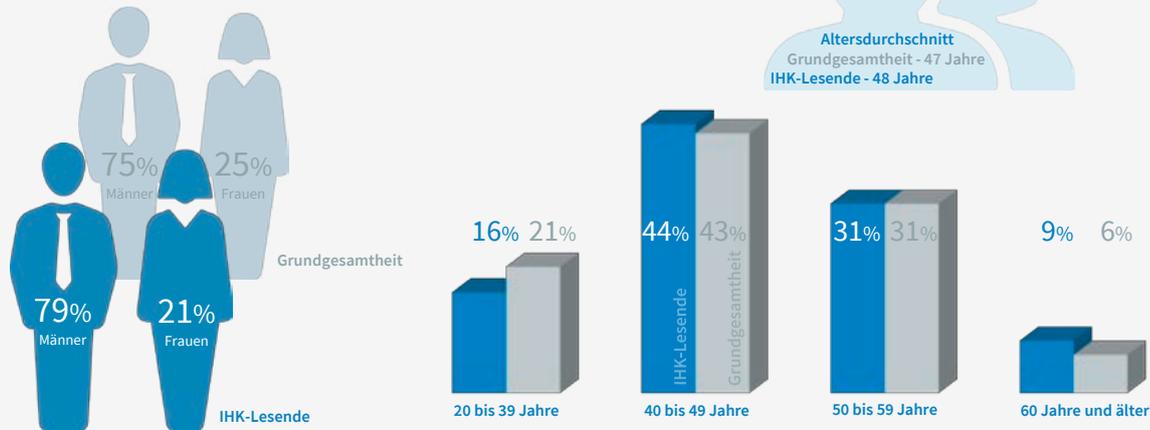
4.1 Millionen Personen in der Grundgesamtheit



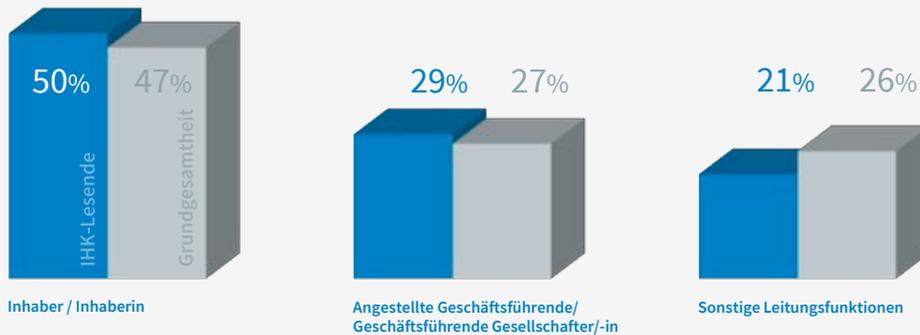
Mit 4,1 Millionen Personen in der Grundgesamtheit **erreichen die IHK-Zeitschriften 41 % bzw. 1,7 Millionen Lesende pro Ausgabe** und **91% der Lesenden sagen die IHK Zeitschriften sind mittelstandsrelevant.**

## Entscheiderinnen und Entscheider im Mittelstand

### Demographische Daten



## Position im Unternehmen



**79% bzw. 1.3 Millionen Entscheidende und Lesende der IHK-Zeitschriften** in den KMUs sind Inhaber/-innen, Mitinhaber/-innen oder Geschäftsführer/-innen ihres Unternehmens.

## Mit den IHK Magazinen erreichen Sie das Potential des Mittelstands

- Sie erreichen **1,7 Millionen Entscheiderinnen und Entscheider**. Das sind **41 % des Mittelstands**
- Bei **1,3 Millionen Lesenden** (79%) handelt es sich um **Inhaber/-innen oder Geschäftsführer/-innen**
- **1,2 Millionen Leserinnen und Leser** (69%) haben ein **monatliches Haushalts-Nettoeinkommen** von **mehr als 3.000 €**

Diese Klientel plant im Vergleich zum übrigen Mittelstand in überproportionalem Maße Anschaffungen für:

- **IT-Technik und Telekommunikationsprodukte** (z.B. Sicherheit, Software, PCs, Tablets)
- **Finanzdienstleistungen** (z.B. Aktien, Immobilienfonds, Wertpapiere, grüne Geldanlagen)
- **Büroausstattung und Miet-, Kauf- und Bauprojekte** (z.B. Standortplanungen)
- **Fahrzeuge** (z.B. PKW-Flotte, Nutzfahrzeuge, Elektrofahrzeuge)

## ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN DER WPPT: KOMMUNIKATION GMBH FÜR ANZEIGEN UND ANDERE WERBEMITTEL IM MAGAZIN „DIE WIRTSCHAFT“

Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend „die AGB“) regeln das Verhältnis zwischen dem Verlag wppt: kommunikation und dem Auftraggeber bei der Erteilung und Abwicklung von Anzeigenaufträgen für das vom Verlag vermarktete Magazin „Die Wirtschaft“ soweit schriftlich nicht etwas anderes vereinbart wurde. Ferner gelten diese AGB sinngemäß auch für die Aufträge von Beiheftern, Beiklebern oder technischen Sonderausführungen. Der Auftraggeber kann diese AGB jederzeit auf [www.wirtschaft-brs.de](http://www.wirtschaft-brs.de) aufrufen, ausdrucken sowie herunterladen bzw. speichern.

### 1. Definitionen

1.1 „Angebot“ im Sinne dieser AGB ist das Angebot der wppt: kommunikation GmbH (nachfolgend: „Verlag“) über die Schaltung und Veröffentlichung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Zeitschriften zum Zwecke der Verbreitung. Soweit nicht ausdrücklich anders als verbindliches Angebot bezeichnet, sind Angebote des Verlages freibleibend, d. h. nicht bindend, und stehen unter dem Vorbehalt der Verfügbarkeit der angebotenen Leistungen.

1.2 „Anzeigenauftrag“ im Sinne dieser AGB ist das Angebot eines Auftraggebers über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“

bezeichnet) eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Zeitschrift zum Zweck der Verbreitung. Auftraggeber kann eine Agentur oder direkt ein Werbungtreibender sein.

1.3 Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Auftraggeber gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so muss das Erscheinungsdatum der letzten Anzeige innerhalb eines Jahres nach Erscheinen der ersten Anzeige liegen (nachfolgend als „Insertionsjahr“ bezeichnet), sofern nicht im Einzelfall ausdrücklich etwas anderes vereinbart worden ist.

1.4 Der Verlag kann einen Dritten zur Durchführung der Anzeigenvermarktung beauftragen. Der Beauftragte handelt im Namen und auf Rechnung des Verlags.

### 2. Vertragsschluss

2.1 Bei einem Anzeigenauftrag kommt ein Vertrag, soweit nicht ausdrücklich anders individuell vereinbart, durch Abdruck der Anzeige (bei mehreren Anzeigen der ersten Anzeige) oder durch Bestätigung des Verlags in Textform zustande.

Sofern ein verbindliches Angebot durch den Verlag erfolgt, kommt der Vertrag durch die Annahmeerklärung des Auftraggebers zustande.

2.2 Soweit Agenturen Anzeigenaufträge erteilen, kommt der Vertrag, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen, mit der Agentur zustande. Die Agentur ist verpflichtet, dem Verlag auf Anforderung vor Vertragsschluss einen Gewerbenachweis via Handelsregisterauszug und einen Mandatsnachweis zukommen zu lassen.

2.3 Anzeigenaufträge von Werbe- und Mediaagenturen werden nur für namentlich genau genannte Werbeprodukte angenommen. Die Werbung für die Produkte oder Dienstleistungen eines anderen als des bei der Buchung angegebenen Werbeprodukten bedarf in jedem Fall der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Verlags.

2.4 Sofern der Vermarkter Aufträge oder Abschlüsse über Dritte vermarkten lässt, handeln diese Dritten als Vertreter des Verlags und auf dessen Rechnung.

2.5 Soweit die Gewährung von AE nicht ausgeschlossen ist, wird für alle Aufträge, die über eine vom Verlag anerkannte Werbeagentur erteilt werden, eine Mittlergebühr von 15% auf das Rechnungsnetto vergütet, d. h. auf die Rechnungssumme ohne Mehrwertsteuer nach Abzug von Rabatten. Ausgenommen davon sind Setup-Gebühren, technische Kosten sowie Vergütungen

für Layout- und Kreativleistungen.

2.6 Änderungen und Ergänzungen zu einem Vertrag sowie Abweichungen von diesen AGB bedürfen der Textform. Für Vertragsänderungen und -ergänzungen gilt dies auch für die Aufhebung dieser Schriftformklausel.

2.7 Bei Agenturbuchungen behält sich der Vermarkter das Recht vor, Buchungsbestätigungen auch an den Auftraggeber der Agentur weiterzuleiten.

### 3. Anzeigenveröffentlichung

3.1 Sollen Anzeigen nur zu bestimmten Erscheinungsterminen oder an bestimmten Plätzen der Zeitschrift veröffentlicht werden, so bedarf es hierfür einer ausdrücklichen Vereinbarung mit dem Vermarkter. Die Aufträge für diese Anzeigen müssen so rechtzeitig bei dem Vermarkter eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist.

3.2 Ein Ausschluss von Konkurrenzanzeigen wird grundsätzlich nicht zugesagt.

### 4. Pflichten des Auftraggebers und Ablehnungsrecht des Verlages

4.1 Der Auftraggeber ist dafür verantwortlich, dass die von ihm zur Verfügung gestellten Inhalte, insbesondere seine Anzeigen, so ausgestaltet sind, dass sie nicht

gegen gesetzliche Bestimmungen verstoßen und insbesondere jugendenschutz-, presse-, wettbewerbs-, datenschutz-, straf- und medienrechtliche Vorschriften einhalten. Im Falle eines Verstoßes gegen Satz 1 stellt der Auftraggeber dem Verlag von allen etwaigen dem Verlag daraus entstehenden Kosten, einschließlich der Kosten der Rechtsverteidigung, vollumfänglich auf erstes Anfordern frei. Eine Pflicht zur Prüfung der Werbemittel vor Schaltung und Veröffentlichung des Werbemittels besteht für den Verlag nicht.

4.2 Der Verlag behält sich vor, Anzeigen oder andere Werbemittel abzulehnen, insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form Rechte Dritter oder die Interessen des Verlages verletzt oder andere Werbemittel (insbesondere Beilagen, Beiheftungen etc.) aus technischen Gründen nicht dem Objekt beigelegt bzw. beigeheftet werden können. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Bei Anzeigen, die in ihrem Erscheinungsbild der redaktionellen Gestaltung der Zeitschriften entsprechen, be-

hält sich der Verlag im Sinne seines publizistischen Auftrages ein Einspruchsrecht vor. Anzeigen, die redaktionell gestaltet sind, müssen sich eindeutig von der Grundschrift des Magazins unterscheiden. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

4.3 Werbemittel, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Verlages. Die Werbungtreibenden sind namentlich zu benennen. Der Verlag behält sich die Erhebung eines Verbundaufschlags bzw. eine abweichende Rabattierung vor.

4.4 Ist der Auftraggeber wegen des Inhalts eines Werbemittels bereits abgemahnt worden bzw. wird abgemahnt oder hat er eine Unterlassungsverpflichtungserklärung bereits abgegeben oder gibt er eine solche ab, ist der Auftraggeber verpflichtet, den Verlag hierüber unverzüglich zu informieren. Unterlässt der Auftraggeber diese Obliegenheitspflicht, haftet der Verlag auch nicht für den dem Auftraggeber durch eine wiederholte Veröffentlichung der beanstandeten Anzeigen (-inhalte) entstehenden Schaden.

## 5. Übermittlung von Druckunterlagen

5.1 Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein

der Auftraggeber verantwortlich. Sofern nichts anderes mit dem Vermarkter vereinbart wurde, sind die Druckunterlagen über die E-Mail-Adresse az@wirtschaft-brs.de anzuliefern. Der Auftraggeber ist verpflichtet, digitale Druckunterlagen als ordnungsgemäße, insbesondere dem im Vertrag genannten Format oder den dort enthaltenen technischen Anforderungen – für die Veröffentlichung in digitalen Ausgaben sind Vorlagen entsprechend den technischen Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Online-Werbemitteln anzuliefern – entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn zur Verfügung zu stellen. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen.

5.2 Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Bei schwierigen Satzarbeiten, die einen höheren als den üblichen Aufwand erfordern, behält sich der Verlag vor, diese dem tatsächlichen Aufwand entsprechend in Rechnung zu stellen. Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen im Rahmen der gegebenen Möglichkeiten, die von den Druckunterlagen und der von der Druckerei eingesetzten Technik bestimmt werden. Der Auftraggeber hat vor einer digi-

talen Übermittlung von Druckunterlagen dafür Sorge zu tragen, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Er ist insbesondere verpflichtet, zu diesem Zweck handelsübliche Schutzprogramme einzusetzen, die jeweils dem neuesten Stand zu entsprechen haben. Entdeckt der Vermarkter auf einer ihm übermittelten Datei Schadensquellen der vorbezeichneten Art, wird der Vermarkter von dieser Datei keinen Gebrauch mehr machen und diese, soweit zur Schadensvermeidung bzw. -begrenzung (insbesondere zur Vermeidung des Übergreifens der Schadensquelle auf die EDV-Anlage des Verlags) erforderlich, löschen, ohne dass der Kunde in diesem Zusammenhang Schadensersatzansprüche geltend machen kann. Der Verlag behält sich vor, den Kunden auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Kunden infiltrierte Schadensquellen dem Verlag Schäden entstanden sind.

5.3 Wenn ein Auftrag nicht oder falsch durchgeführt wird, weil der Auftraggeber seine Mitwirkungspflichten verletzt, insbesondere Produktionsvorlagen nicht rechtzeitig, unvollständig und/oder mangelhaft oder falsch gekennzeichnet abgeliefert wurden bzw. gemäß Ziff. 5.3 gelöscht wurden, hat der Verlag dennoch Anspruch auf die vereinbarte Vergütung.

5.4 Digital übermittelte Druckvorlagen für Farbanzeigen können nur mit einem auf Papier gelieferten Farbproof zuverlässig verarbeitet werden. Ohne Farbproof sind Farb-

abweichungen unvermeidbar; sie lösen keinen Preisierungsanspruch aus.

5.5 Unabhängig von den digitalen Druckunterlagen ist eine schriftliche Auftragserteilung mit Motivkennzeichnung erforderlich. Die Anlieferung der Druckunterlagen allein bedeutet keine Auftragserteilung.

5.6 Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet einen Monat nach der erstmaligen Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels.

## 6. Mängel

6.1 Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn (a) diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder (b) diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßig hohen Kosten möglich wäre. Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder die Veröffentlichung des anderen Werbemittels gesetzte ange-

messene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen.

6.2 Der Auftraggeber wird die Anzeige unverzüglich nach Veröffentlichung überprüfen. Soweit der Auftraggeber Kaufmann ist, müssen Mängelrügen unverzüglich nach Veröffentlichung gegenüber dem Verlag geltend gemacht werden, es sei denn, es handelt sich um nicht offensichtliche Mängel, dann gilt eine Frist von sechs Monaten. Soweit der Auftraggeber Verbraucher ist, müssen Reklamationen bei offensichtlichen Mängeln binnen zwei Wochen, bei nicht offensichtlichen Mängeln binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden.

6.3 Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung, nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: (a) Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung gegenüber Unternehmern auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde. (b) Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesent-

liche Vertragspflicht verletzt, eine Garantie übernommen oder arglistig getäuscht wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt. Im Falle einer Haftung nur für den typischen vorhersehbaren Schaden besteht keine Haftung für mittelbare Schäden, Mangelfolgeschäden oder entgangenen Gewinn.

6.4 Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem oder grob fahrlässigem Verhalten beruhen oder es sich um eine Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit handelt; in solchen Fällen richtet sich die Verjährungsfrist nach den gesetzlichen Vorschriften.

6.5 Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag unbegrenzt nach den gesetzlichen Vorschriften.

### **7. Probeabzüge**

Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

### **8. Zahlungen**

8.1 Die Rechnung ist innerhalb der aus der Rechnung ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im

einzelnen Fall schriftlich etwas anderes vereinbart ist. Der Verlag behält sich vor, aus begründetem Anlass, wie z. B. Neuaufnahme der Geschäftsbeziehung, Vorauszahlung zum Anzeigenschluss zu verlangen.

8.2 Der Auftraggeber kann gegen Ansprüche des Verlags nur mit einer unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderung aufrechnen. Sofern der Auftraggeber Unternehmer ist, ist er zur Ausübung eines Zurückbehaltungsrechts nur befugt, sofern der Gegenanspruch unbestritten oder rechtskräftig festgestellt ist und auf demselben Vertragsverhältnis beruht.

8.3 Bei Zahlungsverzug werden zusätzlich zu den gesetzlichen Verzugszinsen angemessene Mahngebühren erhoben. Der Verlag kann darüber hinaus die weitere Ausführung des laufenden Anzeigenauftrages oder Abschlusses bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen.

8.4 Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Vertrages das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschluss-termin und von dem Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

8.5 Beanstandungen jeglicher Art die Rechnung betreffend sind unverzüglich, spätestens jedoch

binnen 2 Wochen in schriftlicher oder fernschriftlicher Art anzudeuten. Geschieht dies nicht, verfällt ein etwaiger Anspruch auf Rechnungskontierung.

### **9. Anzeigenbeleg**

Der Verlag liefert auf Wunsch einen Beleg für Anzeigen und andere Werbemittel; der Verlag behält sich vor, hierfür eine gesonderte Vergütung zu verlangen. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlags über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

### **10. Preislisten**

10.1 Preise verstehen sich stets zuzüglich der jeweils gesetzlich geltenden Umsatzsteuer; das gilt insbesondere für in Werbeaufträgen und Preislisten genannte Preise.

10.2 Der Verlag ist berechtigt, die Preise jederzeit mit Wirkung für die Zukunft zu ändern. Preisänderungen für Anzeigenverträge sind wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige angekündigt werden; in diesem Falle steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Zugang der Änderungsmitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden. Das Rücktrittsrecht gilt nicht für im Dauerschuldverhältnis abzuwickelnde Aufträge. Hier treten Änderungen der Preisliste sofort in Kraft, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist.

### **11. Rechteübertragung**

11.1 Der Auftraggeber ist dafür verantwortlich, dass die von ihm zur Verfügung gestellten Druckunterlagen Rechte Dritter nicht verletzen. Er erklärt, Inhaber sämtlicher für die Schaltung und Veröffentlichung der von ihm zur Verfügung gestellten Druckunterlagen erforderlichen Nutzungs- und Verwertungsrechte und hierüber verfügungsberechtigt zu sein. Im Falle der Anzeigenerstellung durch den Verlag erklärt der Auftraggeber zudem, alle zur Erstellung der Anzeige erforderlichen Rechte zu besitzen. Er stellt den Verlag insofern von allen Ansprüchen Dritter auf erstes Anfordern frei. Dies umfasst auch die Kosten zur Rechtsverteidigung. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

11.2 Der Auftraggeber überträgt dem Verlag an den von ihm zur Verfügung gestellten Druckunterlagen die für die Erstellung und die Veröffentlichung der Werbung in Print-, Online- und Telediensten aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen nichtausschließlichen erheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz-, Marken- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlichen Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und zum Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Der Verlag erhält zudem zeitlich unbegrenzt das Recht

zur Eigenwerbung des Verlags bzw. der jeweiligen Objekte. Die vorgenannten Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und sind frei auf Dritte übertragbar.

11.3 Etwaige den Angeboten des Verlags zugrundeliegende Konzepte und Bestandteile sind urheber- und wettbewerbsrechtlich geschützt und vom Auftraggeber vertraulich zu behandeln. Diese Konzepte dürfen insbesondere weder in dieser noch in abgewandelter Form an Dritte weitergegeben noch von dem Auftraggeber außerhalb des Vertragsumfangs für eigene Zwecke genutzt werden.

11.4 Wird im Zusammenhang mit der Anzeige eine Grafik oder in sonstiger Art und Weise der Name, das Logo, das Unternehmenskennzeichen, die Marke, ein Werktitel oder eine sonstige geschäftliche Bezeichnung verwendet, so gewährt der Auftraggeber dem Verlag für die Dauer des Vertrages das nicht ausschließliche, nicht übertragbare Recht zur Nutzung der Grafik oder der entsprechenden Zeichen in der jeweiligen Anzeige.

11.5 Vom Verlag für den Auftraggeber gestaltete Anzeigenmotive (Promotions) dürfen nur für Anzeigen in den dafür bei dem Verlag gebuchten Titeln/Ausgaben verwendet werden. Weitere Rechte werden nicht eingeräumt.

### **12. Laufzeit**

12.1 Der Vertrag endet mit Ablauf der vereinbarten Vertragslaufzeit.

12.2 Das Recht zur außerordentlichen Kündigung aus wichtigem

Grund nach vorheriger Abmahnung bleibt hiervon unberührt. Die Kündigung hat schriftlich zu erfolgen. Ein Recht zur fristlosen Kündigung aus wichtigem Grund liegt insbesondere vor, wenn eine der Parteien trotz einer schriftlichen Abmahnung wiederholt eine wesentliche Vertragspflicht verletzt, eine fort-dauernde Vertragsverletzung innerhalb angemessener Frist nicht abstellt oder deren Folgen nicht beseitigt, gegen eine und/oder beide Parteien und/oder gegen die vom Verlag vermarktete Zeitschrift infolge einer vertragsgegenständlichen Leistung eine Abmahnung erfolgte und/oder eine einstweilige Verfügung erwirkt wurde oder für den Verlag der begründete Verdacht besteht, dass der Auftraggeber oder die von ihm zur Verfügung gestellten Inhalte gegen geltende rechtliche Bestimmungen, insbesondere des Strafgesetzbuches oder die geltenden Werberichtlinien, verstößt bzw. verstoßen hat; ein begründeter Verdacht besteht, sobald dem Verlag auf Tatsachen gestützte Anhaltspunkte für einen Verstoß gegen rechtliche Bestimmungen vorliegen, insbesondere ab der Einleitung eines Ermittlungsverfahrens gegen den Verlag, den Auftraggeber und/oder gegen die vom Verlag vermarkteten Zeitschriften bzw. ab der Aufforderung zu einer Stellungnahme durch die zuständigen Stellen. Ein Grund zur fristlosen Kündigung ist auch gegeben, wenn über das Vermögen eines Vertragspartners ein Insolvenzverfahren eröffnet oder mangels Masse nicht eröffnet bzw.

ein diesbezüglicher Antrag gestellt wird und der betroffene Vertragspartner trotz entsprechender Aufforderung die offenbare Unbegründetheit des Antrags nicht binnen einer angemessenen Frist nachweist. Ein Grund zur fristlosen Kündigung besteht darüber hinaus, wenn gegen eine der Vertragsparteien Vollstreckungsmaßnahmen ausgebracht und nicht innerhalb von einem Monat aufgehoben wurden.

### **13. Störungen des Vertragsverhältnisses bei höherer Gewalt**

Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlag als auch in fremden Betrieben, deren sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Vermarktungsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Auslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht. Der Verlag behält sich vor, aus aktuellem Anlass Erscheinungstermine zu verschieben. Dem Auftraggeber erwachsen daraus keinerlei Ansprüche gegenüber dem Verlag.

### **14. Einschaltung Dritter**

Der Auftraggeber bedarf zur vollständigen oder teilweisen Übertragung seiner Rechte und Pflichten aus dem Anzeigenauftrag der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Vermarkters. Der Verlag ist berechtigt, sich zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten aus dem Anzeigenauftrag Dritter zu bedienen.

### **15. Vertraulichkeit und Presse**

15.1 Soweit nicht schriftlich anders vereinbart, werden die Vertragsparteien Einzelheiten des Vertragsverhältnisses, insbesondere die Preise und Konditionen, sowie über Geschäftsgeheimnisse, von denen sie im Rahmen der Vertragsdurchführung unmittelbar oder mittelbar durch die jeweils andere Partei Kenntnis erlangen, streng vertraulich behandeln. Dies gilt nicht, wenn eine Offenlegung gerichtlich oder behördlich angeordnet wird oder zur gerichtlichen Durchsetzung eigener Rechte gegen die jeweils andere Vertragspartei erforderlich ist. Der Vermarkter ist darüber hinaus berechtigt, den Inhalt des Anzeigenauftrags den gemäß Ziffer 16 eingeschalteten Dritten sowie verbundenen Unternehmen gemäß §§ 15 ff. Aktiengesetz offenzulegen. Die Verpflichtung besteht während der gesamten Vertragslaufzeit und unbegrenzt über eine Beendigung hinaus.

15.3 Presseerklärungen sowie sonstige öffentliche Verlautbarungen gegenüber Dritten über die Geschäftsbeziehung zwischen dem Verlag und dem Auftraggeber oder

bezüglich der Details getroffener Vereinbarungen bedürfen der vorherigen Freigabe des Verlags. Dies gilt ebenso für Logoveröffentlichungen für vom Verlag gelieferte Logos.

### **16. Schlussbestimmungen**

16.1 Etwaige zusätzliche in der Preisliste enthaltene Geschäftsbedingungen gelten ergänzend zu diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

16.2 Soweit nach diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen Schriftform erforderlich ist, wird diese durch die Textform gewahrt.

16.3 Änderungen der AGB werden dem Auftraggeber schriftlich mitgeteilt. Sie gelten als vom Auftraggeber genehmigt, sofern dieser nicht binnen eines Monats ab Mitteilung schriftlich widerspricht.

16.4 Allgemeine Vertrags- oder Geschäftsbedingungen des Auftraggebers werden hiermit ausdrücklich ausgeschlossen. Dies gilt auch dann, wenn den Bedingungen des Auftraggebers nicht ausdrücklich widersprochen wurde und/oder der Verlag die Leistungen widerspruchslos erbringt, d.h. Werbemittel widerspruchslos geschaltet und veröffentlicht werden.

16.5 Erfüllungsort ist der Sitz des Verlags. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlags. Bei Nichtkaufleuten bestimmt sich der Gerichtsstand nach den gesetzlichen Vor-

schriften. Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

16.6 Sollten einzelne Bestimmungen des Vertrages einschließlich dieser Regelungen ganz oder teilweise unwirksam sein oder sollte der Vertrag eine Lücke enthalten, bleibt die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen oder Teile solcher Bestimmungen unberührt. Die Vertragsparteien verpflichten sich, anstelle einer unwirksamen Bestimmung eine gültige Vereinbarung zu treffen, deren wirtschaftlicher Erfolg dem der unwirksamen so weit wie möglich nahekommmt.

**HERAUSGEBER**

Industrie- und Handelskammer  
Bonn/Rhein-Sieg  
Bonner Talweg 17  
53113 Bonn

**VERANTWORTLICH**

wppt:kommunikation GmbH  
Treppenstr. 17 – 19  
42115 Wuppertal  
[www.wppt.de](http://www.wppt.de)