

# MEDIADATEN '10



Eine Zeitschrift der Terra-Verlag GmbH,  
Neuhauser Str. 21, D-78464 Konstanz, Tel. 0 75 31 / 81 22-33  
[www.parfuemerie-aktuell.de](http://www.parfuemerie-aktuell.de)

# Parfümerie

aktuell



## TITEL & KONZEPT

**PARFÜMERIE aktuell** bietet Ihnen einen lückenlosen und direkten Kontakt zum POS. Zielgruppe sind Inhaber, leitende Angestellte bzw. Mitarbeiter von Parfümerien, den Parfümerieabteilungen von Kaufhäusern und Drogerien, von Apotheken sowie Kosmetikinstitutionen und -fachschulen.

**PARFÜMERIE aktuell** informiert ihre Leser umfassend über die Branche:

- **Aktuell:** orientiert über den schnelllebigen Markt der Düfte und Kosmetik, stellt Produkte und Neuheiten vor, zeigt aktuelle Trends
- **Fundiert:** auf die Bedürfnisse der Leser abgestimmte Inhalte, wie z.B. Produkt- und Firmenvorstellungen, Designerportraits, betriebswirtschaftliche Themen, Marketing-Tipps und Verkaufsschulungen
- **Lesefreundlich:** klare Sprache, lesergerechte Texte und ein übersichtliches Layout.

**PARFÜMERIE aktuell** unterstützt den Abverkauf Ihrer hochwertigen Produkte am POS.

# ALLGEMEINE & TECHNISCHE DATEN

## Die Fachzeitschrift für die Parfümeriebranche

### Herausgeber:

Eberhard Heizmann

### Verlags- und Anzeigenleitung:

Dr. Dirk S. Heizmann, Tel. 0 75 31 / 81 22-40  
anzeigen@parfuemerie-aktuell.de

### Chefredaktion:

Evelyn Seyler, Tel. 0 75 31 / 81 22-27  
seyler@parfuemerie-aktuell.de

### Anzeigenmarketing:

Hans-Jörg Schmidt, Tel. 0 75 31 / 81 22-33  
anzeigen@parfuemerie-aktuell.de

### Jahrgang:

28. Jahrgang 2010

### Erscheinungsweise:

9 x jährl. (jeweils zum Monatsersten im Februar, März, April,  
Mai, Juni, Juli, September, Oktober, November)

### Jahresvorzugspreis:

€ 50,- incl. Versandkosten

### Verlag:

Terra-Verlag GmbH  
Neuhauser Straße 21, 78464 Konstanz  
Postfach 10 21 44, 78421 Konstanz  
Tel.: 0 75 31 / 81 22-0; Fax: 0 75 31 / 81 22-99

### Internet:

www.terra-verlag.de

### Formate:

Zeitschriftenformat: 210 mm breit, 297 mm hoch.  
Satzspiegel: 172 mm breit, 252 mm hoch.  
Spaltenbreite: 3 Spalten zu je 54 mm, 4 Spalten zu je 40 mm.  
Angeschnittene Anzeigenseiten: zzgl. 3 mm Beschnitt.

### Druckverfahren, Farbskale & Verarbeitung:

Offsetdruck, Europaskala DIN 16539, Klebebindung

### Anzeigenschlusstermine:

Siehe Erscheinungsplan

### Rücktrittsrecht:

Zum Anzeigenschluss, sofern schriftlich zugesagt.

### Zahlungsbedingungen:

Zahlungen innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum rein netto.  
Bei Bankeinzug innerhalb von 8 Tagen 2% Skonto.  
UST-Ident-Nr. DE 142305607

### Bankverbindung:

Deutsche Bank Konstanz, Nr. 0 163 667 (BLZ 690 700 32)  
Postbank Karlsruhe, Nr. 609 11-751 (BLZ 660 100 75)










### Formate für digitale Anzeigendruckunterlagen:

PDF bzw. PDF/X-3 Composite-Dateien als Einzelseiten nach ISO 12647-2  
Stand 2004 (BDV/Fogra Offsetstandard), 2400 dpi, 175 lpi, zzgl. 3 mm  
Beschnitt, inkl. Schnittmarken, Kompatibilität Acrobat 4.0 (PDF 1.3).  
Bitte geben Sie im Dateinamen den Absender und die Ausgabe-Nr. an.  
Andere Dateiformate nur nach vorheriger Absprache.

### Übermittlung von digitalen Anzeigendruckunterlagen:

E-Mail: hjschmidt@terra-verlag.de (bis 10 MB); FTP-Server: ftp://terra-verlag.dyndns.org, Benutzername: Parfuemerie\_aktuell, Passwort: Bodensee;  
Tel. bei Rückfragen: 075 31 / 81 22 33; Zur Kontrolle bitte E-Mail an:  
hjschmidt@terra-verlag.de bzw. Fax an: 07531 / 81 22 99 z.H. Hr. Schmidt.  
Einen farbverbindlichen Proof mit Ugra/Fogra Medienkeil nach  
ISOcoated\_v2\_eci.icc Standard bitte per Post an die Verlagsanschrift.

## ANZEIGENFORMATE & PREISE

	Format	Breite x Höhe	Preis s/w	Preis 4-farbig		Format	Breite x Höhe	Preis s/w	Preis 4-farbig
	2/1 Seite	420 x 297 mm*	5'040,-	8'640,-		1/3 Seite quer	172 x 84 mm 210 x 99 mm*	840,-	1'440,-
	1/1 Seite	172 x 252 mm 210 x 297 mm*	2'520,-	4'320,-		1/4 Seite hoch	42 x 252 mm 55 x 297 mm*	630,-	1'080,-
	1/2 Seite hoch	84 x 252 mm 105 x 297 mm*	1'260,-	2'160,-		1/4 Seite quer	172 x 63 mm 210 x 74 mm*	630,-	1'080,-
	1/2 Seite quer	172 x 126 mm 210 x 150 mm*	1'260,-	2'160,-		1/4 Seite Block	84 x 126 mm 105 x 150 mm*	630,-	1'080,-
	1/3 Seite hoch	54 x 252 mm 70 x 297 mm*	840,-	1'440,-		<b>mm-Preis</b>	4 Spalten á 40 mm	2,50 € je mm	

\* Angeschnittenes Anzeigenformat zzgl. 3 mm Beschnitt an den Aussenseiten

## RABATTE & ZUSCHLÄGE

### RABATTE:

Bei Abnahme innerhalb eines Abschlussjahres.

### Malstaffel:

ab 3 mal	5%	ab 6 mal	10%
ab 9 mal	15%	ab 12 mal	20%

### Mengenstaffel:

ab 3 Seiten	5%	ab 6 Seiten	10%
ab 9 Seiten	15%	ab 12 Seiten	20%

### Ausschlüsse:

Keine Rabatte werden gewährt auf Premium Plazierungen und Ad Specials sowie Beihefter,

Beilagen und Beikleber.

### ZUSCHLÄGE:

Zuschläge für Sonderfarben auf Anfrage.  
Platzierungsvorschriften bedingen einen 10% Aufschlag vom s/w-Preis.  
Chiffregebühr 14,- €.

## PREMIUM PLATZIERUNGEN & AD SPECIALS

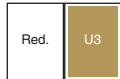
### UMSCHLAGESEITEN:



**Titelseite\*:**  
Auf Anfrage, 4'800,-



**2. Umschlagseite:**  
Auf Anfrage, 4'500,-



**3. Umschlagseite:**  
Auf Anfrage, 4'320,-



**4. Umschlagseite:**  
Auf Anfrage, 4'500,-

\*Titelgestaltung in Absprache mit dem Verlag

### AD SPECIALS:



**Titel-Altarfalz\*:**  
Auf Anfrage, 9'000,-



**Ausschlagbarer 2. Umschlag:**  
(3 Seiten)  
Auf Anfrage, 12'000,-



**Letzte Heftseite &  
3. Umschlag:** (2 Seiten)  
Auf Anfrage, 8'500,-



**Ausschlagbarer 4. Umschlag:**  
(4 Seiten)  
Auf Anfrage, 14'800,-

### PR-BERICHTERSTATTUNG:

#### Beauty Gallery:

PR-Information mit Bild und Text. Ideal als Teaser für neue Produkte oder bei Ergänzungen bestehender Linien.

In jeder Ausgabe erhältlich

**1/3 Seite hoch**

800,-

#### POS-Special:

PR-Information mit Bild und Text. Zur Förderung des Abverkaufs aktueller Produkte am POS.

4-mal jährlich: Ostern (Ausgabe 3/09), Muttertag (Ausgabe 4/09), Sommerurlaub (Ausgabe 6/09), Weihnachten (Ausgabe 10/09)

**1/4 Seite block**

400,-

### BEILAGEN:

Maximalformat 210 mm breit, 297 mm hoch, oder auf kleineres Format gefalzt. Max. Dicke von beigelegten Gegenständen 30mm.

bis 25g Gewicht 180,- €/‰  
je weitere angef. 25g 80,- €/‰

Erhöhte Versandkosten durch beigelegte Gegenstände von 3 bis 30 mm werden weiterberechnet.

### BEIHEFTER:

Maximales Format 216 mm breit, 300 mm hoch. Beschnitt 3mm. Min. Papiergewicht 70g/m<sup>2</sup>.

2 Seiten 180,- €/‰  
je weitere 2 Seiten 80,- €/‰

### BEIKLEBER:

Auf einer separat berechneten 1/1-Trägeranzeige

Karte bis 25g, maschinell verarbeitet 240,- €/‰

Abweichende Formate und Ausführungen (Booklets, Warenproben, etc) auf Anfrage.

### ALLGEMEINE ANGABEN:

Beilagen, Beihefter und Beikleber sind nicht

rabattfähig und können nicht in bestehende Abschlüsse einbezogen werden.

Aufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Beilagenmusters und dessen Billigung bindend.

### Auflage:

8'900 Expl. (berechnet)  
9'000 Expl. (Anlieferung an die Druckerei)

### Anlieferungstermin:

zum Druckunterlagenschluss

### Lieferanschrift:

Druckhaus Mainecho GmbH & Co. KG,  
Weichertstr. 20, 63741 Aschaffenburg

## BEIHEFTER, BEILAGEN & BEIKLEBER

### AUFLAGE & VERBREITUNG:

Parfümerien (Hauptbetriebe, Filialbetriebe, Kooperationen und sog. Friseurparfümerien)	3'617 Ex.	41%
Drogerien, Kaufhäuser und Apotheken (mit Kosmetik- abteilung)	1'545 Ex.	17%
Kosmetik-Institute	2'432 Ex.	27%
Fachschulen für Kosmetik	232 Ex.	3%
Sonstige Bezieher (z.B. Außendienst- Mitarbeiter von Herstellern)	398 Ex.	4%
Inland	8'224 Ex.	92%
Ausland	443 Ex.	5%
Verbreitete Auflage	8'667 Ex.	97%
Belege und Reserve	233 Ex.	3%
Druckauflage	8'900 Ex.	100%

### INHALT & UMFANG:

Gesamtumfang	468 Seiten	100%
Anzeigenseiten	202 Seiten	43%
Redaktionelle Seiten	266 Seiten	57%
<b>davon:</b>		
Branchennews	46 Seiten	17%
Marketing & Verkauf	42 Seiten	16%
Produktneuheiten	36 Seiten	14%
Firmenportraits & Interviews	36 Seiten	14%
Allgemeine Themen	14 Seiten	5%
Redaktionelle Schwerpunktthemen	92 Seiten	34%

## THEMEN & TERMINE 2010

<b>Ausgabe</b>	<b>Erscheinungs-Datum</b>	<b>Redaktions- &amp; Anzeigen-Schluß</b>	<b>Druckdaten-Schluß</b>	<b>Redaktionelle Schwerpunktthemen</b>
Nr. 1-2 / 2010 (Jan./Feb. 2010)	1. Februar 2010	18. Dezember 2009	11. Januar 2010	Frühjahrspflege für Damen und Herren Grosse Marken & Nischenprodukte Erste Trends - Duft, Look & Pflege Vorschau Beautyworld Frankfurt
Nr. 3 / 2010 (März 2010)	1. März 2010	25. Januar 2010	9. Februar 2010	Luxuspflge Trends Frühjahr/Sommer - Duft, Look und Pflege Messeneuheiten & Rückblick Beautyworld
Nr. 4 / 2010 (April 2010)	1. April 2010	23. Februar 2010	9. März 2010	Sommerdüfte & Sonnenkosmetik Körperpflege und Figurprodukte Vorschau Beauty Düsseldorf
Nr. 5 / 2010 (Mai 2010)	1. Mai 2010	24. März 2010	7. April 2010	Einrichtungen & Geräte Naturkosmetik SPA und Wellness Messeneuheiten & Rückblick Beauty
Nr. 6 / 2010 (Juni 2010)	1. Juni 2010	23. April 2010	7. Mai 2010	Sommerpflege & Sommerdüfte Behandlungskonzepte in der Kabine Professionelles Verkaufen
Nr. 7-8 / 2010 (Jul./Aug. 2010)	1. Juli 2010	25. Mai 2010	8 Juni 2010	Accessoires Hand- & Nagelpflege
Nr. 9 / 2010 (Sept. 2010)	1. September 2010	23. Juli 2010	10. August 2010	Trends Herbst/Winter - Duft, Look und Pflege Anti-Aging
Nr. 10 / 2010 (Oktober 2010)	1. Oktober 2010	25. August 2010	7. September 2010	Herrenkosmetik & Herrendüfte Grosse Marken & Nischenprodukte Trends für das Weihnachtsgeschäft
Nr. 11-12 / 2010 (Nov./Dez. 2010)	1. November 2010	24. September 2010	7. Oktober 2010	Verkaufsunterstützung für das Weihnachtsgeschäft Weihnachtsdekoration Luxuspflge

Stand: 1. August 2009, Änderungen vorbehalten.

# ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

- 1 Anzeigenabschlüsse müssen innerhalb eines Jahres nach Erscheinen der ersten Anzeige abgewickelt werden. Jeder Anzeigenauftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtlich verbindlich.
- 2 Die in der Preisliste verzeichneten Nachlässe werden nur für die innerhalb eines Jahres erscheinenden Anzeigen eines Werbungtreibenden gewährt.
- 3 Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses 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. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.
- 4 Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Ausgaben und an bestimmten Plätzen wird keine Gewähr geleistet.
- 5 Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung für den unbefangenen Leser nicht als bezahlte Veröffentlichung zu erkennen sind, erhalten den Zusatz »Anzeige«.
- 6 Der Verlag behält sich vor, Anzeigen - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - abzulehnen, wenn  
- deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder  
- deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder  
- deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist  
- Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten  
Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Modells und dessen Billigung bindend. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
- 7 Für die rechtzeitig Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderen Werbemitteln im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.
- 8 Der Verlag haftet nicht für die Richtigkeit der Wiedergabe telefonisch angegebener Anzeigen und eventueller Änderungen.
- 9 Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn  
- 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

- diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre. Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene 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. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden. Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder Leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen - außer bei nicht offensichtlichen Mängeln - innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.

- 11 Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
- 12 Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Voraussetzung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
- 13 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlussstermin und vorm Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
- 14 Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. 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.

- 15 Kosten für erhebliche Änderungen ursprünglich eingereicherter Manuskripte und Unterlagen für die Anlieferung von Druckvorlagen und dafür anfallende Zeichnungen sowie Retuscharbeiten gehen zu Lasten des Auftraggebers.
- 16 Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und die rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Expressbriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet.
- 17 Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgegeben. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Verbreitung der Anzeige.
- 18 Durch höhere Gewalt begründete zeitweilige Unterbrechung der Anzeigenveröffentlichung entbindet nicht vom Vertrag. In solchen Fällen verlängert sich die vereinbarte Abnahmefrist entsprechend. Die Forderung von Schadenersatz ist ausgeschlossen.
- 19 Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind gegenüber Unternehmen wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.
- 20 Bei Zwangsvergleichen und Konkursen entfallen die eingeräumten Nachlässe.
- 21 Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelieferten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrages von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlicher urheberrechtlicher Nutzung-, Leistungsschutz- und sonstiger Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.
- 22 Die Werbungsstellen und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten.
- 23 Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten oder juristischen Personen des öffentlichen Rechts ist bei Klagen der Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder der gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.